

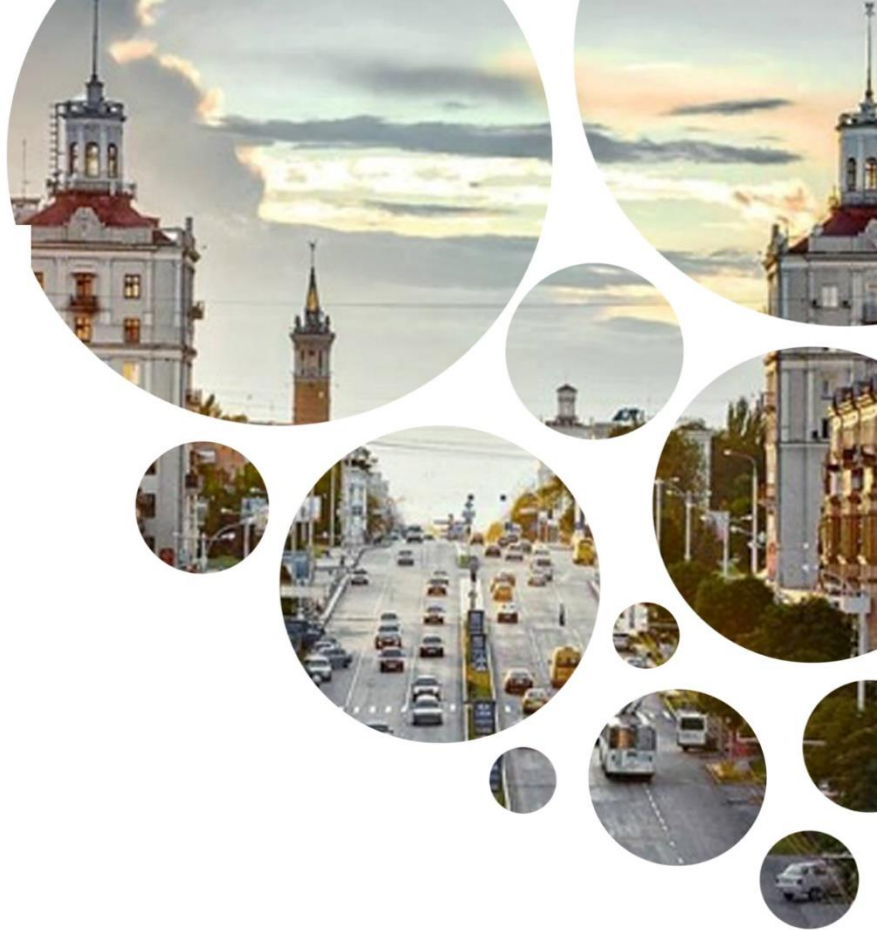


**ЗАПОРІЗЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**



**ПМОІЛ**

**КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА,  
МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА  
ЛОГІСТИКИ**



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

**I Міжнародна науково-практична  
конференція**

**ЧАСТИНА II**



**12-13 лютого 2020 р.  
м. Запоріжжя**

Міністерство освіти і науки України

Запорізька міська рада  
Запорізька торгово-промислова палата  
Запорізький національний університет  
Державний університет «Житомирська політехніка»  
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного  
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка  
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
Донецький державний університет управління (м. Маріуполь)  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва  
Вільнюський технічний університет ім. Гедимінаса (Литва)  
Каршинський інженерно-економічний інститут (Республіка Узбекистан)  
Карагандинський економічний університет Казспоживспілки (Республіка Казахстан)  
Софійський університет Св. Климента Орхідського (Болгарія)  
Словацький сільськогосподарський університет в Нітрі (Словаччина)

## **ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції  
(Запоріжжя, 12-13 лютого 2020 року)

**Частина II**

*Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики*

Запоріжжя  
ЗНУ  
2020

УДК 338.43:334.722.012.64:005.336.1(06)

ПЗ2

Редакційна колегія:

*О.Г. Бондар*, доктор юридичних наук, професор,  
*Г.М. Васильчук*, доктор історичних наук, професор,  
*Д.А. Антонюк*, доктор економічних наук, професор,  
*Л.М. Бухаріна*, доктор економічних наук, професор,  
*Н.В. Валінкевич*, доктор економічних наук, професор,  
*Н.М. Гуржій*, доктор економічних наук, професор,  
*Г.І. Купалова*, доктор економічних наук, професор,  
*С.О. Лавренко*, кандидат сільськогосподарських наук, доцент,  
*М.О. Лисенко*, кандидат економічних наук, доцент,  
*О.А. Онищенко*, кандидат наук з державного управління, доцент,  
*Ю.І. Полусмяк*, кандидат економічних наук, доцент,  
*М.П. Сагайдак*, доктор економічних наук, професор,  
*І.Г. Шавкун*, доктор філософських наук, професор,  
*О.О. Яцух*, кандидат економічних наук, доцент.

Рекомендовано рішенням Вченої Ради ЗНУ  
(протокол №6 від 28 січня 2020 р.)

**П 32 Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент:** Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (12-13 лютого 2020 р.): у 2 ч. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. Ч.2. 524 с.  
ISBN 978-966-599-578-4

Наведено актуальні ідеї та ефективні інноваційні рішення щодо підприємництва в аграрній сфері, ринкових трансформацій розвитку земельних відносин в Україні, якості та безпечності агропродукції в умовах вільної торгівлі з ЄС, інформаційних технологій у агроменеджменті, підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності.

*Друкується в авторській редакції*

УДК 338.43:334.722.012.64:005.336.1(06)

***Щиро вітаю учасників Міжнародної науково-практичної конференції  
„ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ  
ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”!***

Особлива роль аграрного сектору в соціально-економічному житті країни обумовлюється унікальним поєднанням сприятливих природно-кліматичних умов та геостратегічним положенням, спроможністю нашої країни використати свій природно-ресурсний потенціал, зайняти вигідну нішу на світовому продовольчому, енергетичному та екологічному ринку.

Сільське господарство є для України стратегічним видом діяльності і сьогодні, з огляду на глобальні процеси підвищення цін на продовольчу продукцію, аграрний бізнес стає надзвичайно перспективним та привабливим. Через збільшення чисельності населення до 7,7 млрд. чоловік, підвищення рівня життя і споживання продовольства у країнах Сходу, стрімкий розвиток біопаливної промисловості, кліматичні зміни тощо, світове виробництво продовольчої продукції не встигає за її споживанням.

Саме обговоренню цих актуальних питань присвячено Першу Міжнародну науково-практичну конференцію «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент».

Дуже приємно, що тематика конференції зацікавила вчених не тільки з різних регіонів України, а також із близького та далекого зарубіжжя, зокрема з Болгарії, Білорусі, Казахстану, Литви, Польщі, Узбекистану, Франції, Словаччини, США.

Сподіваюсь, що конструктивний обмін досвідом використання економіко-правових інструментів розвитку агробізнесу, позитивне наукове спілкування дозволить виробити ефективні рішення та новітні ідеї щодо формування сприятливого середовища для розвитку аграрної галузі.

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

Отже, усім учасникам конференції бажаю плідної наукової праці, пошуку ефективних рішень при обговоренні дискусійних питань, обміну думками, креативних ідей та успіхів у подальших наукових дослідженнях.

*Заступник Голови Оргкомітету,  
Перший проректор ЗНУ,  
доктор юридичних наук, професор*



*Олександр Бондар*

## **Шановні учасники Конференції!**

Ми раді вітати результати наукових досліджень, обговорення актуальних питань розвитку української аграрної сфери на I Міжнародній науково-практичній конференції «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент» у рамках 19-ї спеціалізованої виставки «АгроТехСервіс»!

Дуже символічно, що такий представницький захід за участі українських та закордонних науковців відбувається під час спеціалізованого виставкового заходу. Адже саме у поєднанні зусиль науки і бізнесу – і є запорука успішного, ефективного розвитку підприємництва, а зокрема – аграрної сфери. У свою чергу, конгресно-виставкові заходи є по-справжньому результативними, коли супроводжуються насиченою науковою, 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! Колектив кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету***

*вітає Вас на сторінках наукового видання, що презентує результати роботи I Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент».*

Наша кафедра є визнаним лідером у підготовці висококваліфікованих фахівців з менеджменту для регіонального та національного ринку праці. Високу якість підготовки на кафедрі засвідчують успіхи наших випускників, більшість із яких працюють у сферах управління, маркетингу та логістики вітчизняних та міжнародних компаній, інші – є власниками успішних бізнесів.

Професійні інтереси колективу кафедри були зосереджені впродовж багатьох років на розвитку сучасного виробничого та невиробничого менеджменту, вирішенні економічних проблем підприємств різних форм власності, корпоративному управлінні та розвитку логістичного менеджменту.

Оновлення сфери наукових інтересів колективу кафедри було пов'язано із успішним започаткуванням у 2016 році навчання за освітньою програмою «Підприємництво та комерційна логістика», а з 2018 року - початком підготовки фахівців за освітньою програмою «Агробізнес» в рамках спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Сучасні тенденції щодо зростання обсягів виробництва вітчизняної агропродукції та виклик сьогодення щодо кадрового та наукового забезпечення аграрного сектору зумовили як нові напрями стратегічного розвитку кафедри, так і тематику наукових доробків учасників конференції.

Наукову та освітню діяльність забезпечує потужний викладацький склад кафедри, що налічує 6 професорів, докторів наук та 9 доцентів кандидатів наук, з диверсифікованими науковими та творчими інтересами, досвідом міжнародної кооперації, проектної діяльності. Станом на початок 2020 року кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики забезпечує підготовку 375 бакалаврів, 75 магістрів та 12 аспірантів за 6 освітніми програмами.

Науковий потенціал кафедри успішно інтегрується у світовий науковий простір шляхом публікацій матеріалів у фаховому виданні кафедри (кат. Б) «Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку».

Досягнення та важливі результати роботи кафедри були б неможливі без підтримки стейкхолдерів, в першу чергу, роботодавців та партнерів.

Слова вдячності за багаторічну співпрацю та продуктивне партнерство висловлюємо представникам Запорізької торгово-промислової палати, Міської ради м. Запоріжжя, колегам Національного університету «Житомирська Політехніка», Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Херсонського державного аграрного університету.

*З щирим привітанням, завідувач кафедри  
доктор економічних наук, професор  
(11 лютого 2020 року, м. Запоріжжя)*



*Людмила Бухаріна*

## *Передмова*

З радістю представляємо вам матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент». 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 агропродукції.

Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції складаються з п'яти тематичних напрямів. В рамках яких досліджено проблеми 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, розвиток 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.

До публікації у конференції було рекомендовано 373 доповіді. У науковому заході взяли участь понад 500 вчених, аспірантів, студентів, які представляють 12 країн світу: Білорусь, Болгарія, Казахстан, КНР, Литва, Польща, Росія, Словаччина, США, Узбекистан, Україна, Франція. Серед учасників конференції були представники з понад 100 навчальних закладів, з них 83 з України.

Такий результат не був би досягнутий без підтримки багатьох людей. Перш за все дякуємо всім авторам, які надіслали свої доповіді на конференцію і тим самим продемонстрували свою зацікавленість у проблемах, що досліджувались. Дякуємо торгово-промисловій палаті за досягнення ефекту синергії під час проведення цього та інших спільних заходів. Дякуємо редакційній колегії, яка швидко та своєчасно опрацьовувала надіслані доповіді. Дякуємо керівництву Запорізького національного університету за підтримку та допомогу в реалізації такої масштабної міжнародної конференції. Впевнені, що науково-практичні результати конференції будуть дієвими у вирішенні нагальних управлінських та економічних проблем, як агробізнесу, так і підприємництва в цілому.

*Оргкомітет*

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ, ЛОГІСТИКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

<i>Beglaev U.X.</i> DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF FISHING FARMS	17
<i>Boroday O.V., Yanchenko N.V.</i> LOGISTICS OF ENTERPRISE	20
<i>Kis S. Ya., Kis G. R.</i> THE PERSONNEL CERTIFICATION SYSTEM AS AN IMPORTANT TOOL FOR HUMAN RESOURCES MANAGEMENT DEVELOPMENT PROCESSES AND THEIR ASSOCIATIONS	22
<i>Khujakulova N.R., Khujakulov U.R</i> THE EFFECTIVENESS OF GROWING MEDICINAL PLANTS	25
<i>Malynovska G. V.</i> PLANNING AS ONE OF THE KEY MANAGEMENT FUNCTIONS	28
<i>Niu Lichen, Nazarenko O.V.</i> THE CONCEPT AND CONNOTATION OF FAMILY FARM IN CHINA	31
<i>Novik I.O.</i> THE IMPACT OF INTERNAIONAL TECHNICAL ASSISTANCE IN SUPPORTING AND DEVELOPING SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTREPRENEURSHI IN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS	33
<i>Satyr R. Yu., Yanchenko N.V.</i> COMMUNICATION PROCESS MANAGEMENT: GENERAL PROVISIONS	36
<i>Solomina G.V.</i> STAFF LOGISTICS ENTERPRISE	38
<i>Yatsiuk O. S.</i> LIFELONG LEARNING: THE ESSENCE, PRINCIPLES AND TRENDS OF DEVELOPMENT	40
<i>Акімов А.В.</i> ІНСТРУМЕНТИ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ В СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	44
<i>Амиркулов Ш.А.</i> АНАЛИЗ ВЛИЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ	45
<i>Амонс С.Е.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ	50
<i>Байкенова Г.Г., Сраилова Г.Н., Досмагамбетова Б.Б.</i> КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	53
<i>Барчук И. П.</i> ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА	56
<i>Баценко Л.М.</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРАЦІВНИКА ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	58
<i>Близнец А.С., Петухович В.А</i> АНАЛИЗ ДЕНЕЖНОЙ ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА	60
<i>Бондар Н.М., Бойко В.В., Асмолова Н.О.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ НЕРУХОМОГО МАЙНА	65



<i>Бондар Н.М., Юрченко А.С.</i>	<b>ОПТИМІЗАЦІЯ ВПЛИВУ ТАРИФІВ ЗА ПРОЇЗД ПЛАТНОЮ АВТОМОБІЛЬНОЮ ДОРОГОЮ НА ВИТРАТИ ПЕРЕВІЗНИКІВ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ</b>	67
<i>Буняк Н.М., Мельникова А.О.</i>	<b>МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ САМОРОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА</b>	70
<i>Буренко К.Р., Онищенко О.А.</i>	<b>ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ</b>	73
<i>Бучко М. О. Соломіна А.В.</i>	<b>СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	76
<i>Винник М.П., Куценко Д.А., Олійник О.М.</i>	<b>ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В УКРАЇНІ</b>	78
<i>Винничек І. В., Дыдышко Ж.Л.</i>	<b>МЕСТО И РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ (DATA MINING, DM) В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ</b>	80
<i>Власова В.П.</i>	<b>АНАЛІЗ ПЛОТНИХ КОНЦЕСІЙНИХ ПРОЕКТІВ У МОРСЬКИХ ПОРТАХ УКРАЇНИ</b>	83
<i>Волинець Л.М., Гурнак В.М.</i>	<b>АНАЛІЗ СТАНУ ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА АГРАРНОГО СЕКТОРУ</b>	86
<i>Высокоморный В.И., Козлов А.А.</i>	<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СЫРЬЕВОГО РЫНКА СВЕКЛОСАХАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</b>	88
<i>Галак І.І.</i>	<b>ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕВЕРСИВНОЇ ЛОГІСТИКИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ</b>	91
<i>Галенін Р.В.</i>	<b>ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	94
<i>Гаркуша В.А., Олійник О.М.</i>	<b>ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВАМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ</b>	96
<i>Гармаш С. В.</i>	<b>ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНІЙ СФЕРІ З УРАХУВАННЯМ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ (ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ)</b>	98
<i>Герасименко А., Гуржій Н.М.</i>	<b>ПЕРЕВЕЗЕННЯ РІЧКОВИМ ТРАНСПОРТОМ В УКРАЇНІ: ЗНАЧЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ</b>	101
<i>Герасименко А.Д., Лисенко М.О.</i>	<b>ОПТИМІЗАЦІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «УКРПОШТА»</b>	104
<i>Головань О.О., Олійник О.М.</i>	<b>ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНІЇ</b>	106
<i>Городняк І.В.</i>	<b>ВИДАТКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ НА ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ</b>	108
<i>Горошкова Л.А., Хлобистов Є.В., Волков В.П., Будякова К.В.</i>	<b>РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ОТГ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ)</b>	111
<i>Горошкова Л.А., Хлобистов Є.В., Красноплахта Є.В.</i>	<b>ЕКОЛОГО-</b>	114

<b>ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b>	
<i>Горошкова Л.А., Хлобистов Є.В., Кутик В.В., Біда В.С.</i>	117
<b>МОДЕЛЮВАННЯ ПАРАМЕТРІВ СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ ВИДАТКІВ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД</b>	
<i>Григор'єв С.М., Рябенко А.Є.</i>	120
<b>ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ УТИЛІЗАЦІЇ ТУГОПЛАВКИХ ЕЛЕМЕНТІВ З ТЕХНОГЕННИХ ВІДХОДІВ</b>	
<i>Григорьев С.М., Шишканова А. А., Пилипенко Н.В.</i>	122
<b>МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЗАВИСИМОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ЛИГАТУРЫ ДЛЯ ВЫПЛАВКИ ПРЕЦИЗИОННОГО СПЛАВА 79НМ ОТ ИНГРЕДИЕНТНОГО СОСТАВА ШИХТЫ</b>	
<i>Грицаєнко М.І.</i>	125
<b>СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ РЕГІОНУ</b>	
<i>Гудкова Е.А., Гудков С.В.</i>	127
<b>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЗАПАСОВ</b>	
<i>Гужва Г.А., Малтиз В.В.</i>	131
<b>ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	
<i>Гулик Т.В., Дрофа Є.А.</i>	133
<b>ОБҐРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	
<i>Данилейчук Р.Б.</i>	136
<b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ</b>	
<i>Даниленко Д.С., Гуржий Н.Н.</i>	139
<b>БЛОГГИНГ = СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС</b>	
<i>Денисенко Е.М., Петухович В.А.</i>	142
<b>АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИЙ НА ИЗМЕНЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ</b>	
<i>Джакупова Д.Е.</i>	145
<b>ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ КАЗАХСТАНА В СФЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b>	
<i>Довгань Ю.В.</i>	148
<b>МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ АКТИВНІСТЮ ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ</b>	
<i>Дубовик С.Г.</i>	151
<b>КУЛЬТУРА УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ</b>	
<i>Дяченко О.Ю., Онищенко О.А.</i>	153
<b>ІННОВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	
<i>Ефимчик А.Р.</i>	157
<b>АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МСТИСЛАВСКИЙРАЙАГРОПРОМТЕХСНАБ»</b>	
<i>Ефимчик А.Р.</i>	160
<b>ВОЗВРАЩЕНИЕ ВЕКСЕЛЯ – УЛУЧШЕНИЕ ВЗАИМОРАСЧЁТОВ В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</b>	

<i>Ескіна І.О., Пахота Н.В.</i>	<b>ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДОКУМЕНТООБІГУ В ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ</b>	163
<i>Загороднюк О.В.</i>	<b>ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КРИЗОВОМУ СТАНІ</b>	166
<i>Загурський О. М.</i>	<b>ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ</b>	168
<i>Зюзько А.Ф., Павлюк Т.С.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ</b>	171
<i>Івкина М.С.</i>	<b>ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ЛИКВИДНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА</b>	174
<i>Ігнат'єва В.Е., Давиденко О.О.</i>	<b>НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ</b>	177
<i>Іванчук О.С., Шейвейко Ю.А.</i>	<b>ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ</b>	180
<i>Іванько А., Малтиз В.В.</i>	<b>МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВНА ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ</b>	182
<i>Іщенко Я.В., Костюченко Л.В.</i>	<b>УКРАЇНСЬКІ ТЕНДЕНЦІЇ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВОДНИМ ТРАНСПОРТОМ</b>	184
<i>Іщенко М.В., Мирошник В.С., Воронько-Невіднича Т.В.</i>	<b>РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	187
<i>Каменчукова Д.О., Абрамович Э.В.</i>	<b>ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ</b>	190
<i>Каминская А.В., Дыдышко Ж.Л.</i>	<b>ОБЗОР ПРОДУКТОВ BUSINESS INTELLIGENCE</b>	193
<i>Карамушко А.С., Павлюк Т.С.</i>	<b>ПОНЯТТЯ ТА УПРАВЛІННЯ СКЛАДСЬКОЮ ЛОГІСТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА</b>	196
<i>Карпенко О.О., Донецький Я.О.</i>	<b>ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРСЬКИХ ПОРТІВ УКРАЇНИ</b>	198
<i>Карпович Н. В., Глушакова Д.С.</i>	<b>ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКСПОРТА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ БЕЛАРУСИ</b>	201
<i>Карпович Н. В., Макуценя Е. П.</i>	<b>ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ РИСКИ И БАРЬЕРЫ МИРОВОГО АГРАРНОГО РЫНКА: СУЩНОСТЬ И МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ</b>	204
<i>Катасонов Д.О., Онищенко О.А.</i>	<b>РОЗВИТОК ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА, ЩО ЗМІНЮЄТЬСЯ</b>	207
<i>Кафлевська С.Г.</i>	<b>ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	209
<i>Кобилов А.</i>	<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ</b>	212

<i>Коваленко В. С., Маркова С. В.</i>	<b>ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ</b>	216
<i>Кожухівська Р.Б.</i>	<b>РЕАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ</b>	219
<i>Козир А.Р.</i>	<b>СУЧАСНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАКРІПЛЕННЯ МОЛОДІ НА СЕЛІ</b>	222
<i>Козлов А.А., Высокоморный В.И.</i>	<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МАСЛОСЕМЯН РАПСА В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</b>	225
<i>Козловская И.П.</i>	<b>ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕПЛИЧНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</b>	228
<i>Колотюк О.І.</i>	<b>КОМПЕТЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ І ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ СФЕРІ</b>	231
<i>Комар Ю.М., Гусаков С.В.</i>	<b>АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИРОБНИЦТВІ</b>	234
<i>Кондратьев С.А.</i>	<b>ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА</b>	236
<i>Короленко О.Н.</i>	<b>ПРОБЛЕМА СОГЛАСОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОСЕРВИСА И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ</b>	239
<i>Крамаренко К.М.</i>	<b>ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ</b>	241
<i>Кривенко О.А.</i>	<b>ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ЗБУРЕНЬ ДО ЗАДАЧ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ</b>	244
<i>Куліш Т.Ю., Воскресенська О.Є.</i>	<b>АНАЛІЗ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ:ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ</b>	247
<i>Кулько-Лабинцева І. В., Преслічко Ю. В.</i>	<b>УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	252
<i>Купалова Г.І., Копецька Ю.С.</i>	<b>ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА У ЦЕЛЮЛОЗНО-ПАПЕРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ</b>	255
<i>Кучевська І.Ю.</i>	<b>ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК АСПЕКТ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ</b>	257
<i>Кушнір Т.М.</i>	<b>ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН НА АГРАРНОМУ РИНКУ</b>	260
<i>Лабурдова І.П., Свитина О.Ю.</i>	<b>СТРАХОВАННЯ І САМОСТРАХОВАННЯ ПРИ МІНІМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИСКІВ</b>	263
<i>Лавренко С.О., Безручко Н.В.</i>	<b>НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРАКТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>	266

<i>Лаврук О.С.</i> <b>ФОРМУВАННЯ Й РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	269
<i>Лебедка А.А., Шквиря Н.О.</i> <b>АНКЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА</b>	272
<i>Лесюк В. С., Калініченко О. В.</i> <b>ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	274
<i>Літвін Н.О., Білоус Р.Ю., Пахота Н.В</i> <b>КОНФЛІКТИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ</b>	276
<i>Лисак О.І., Андреева Л.О.</i> <b>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЗАПОРІЗЬКОМУ РЕГІОНІ</b>	279
<i>Лисий А.О.</i> <b>ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ: ЦІЛІ І ТЕХНОЛОГІЇ</b>	282
<i>Лисий Є.О.</i> <b>ПРО ДЕЯКІ ВІДМІННОСТІ ПОНЯТЬ «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» ТА «ЕФЕКТИВНІСТЬ» В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ</b>	284
<i>Лопушинська О. В., Дмитренко А. Р.</i> <b>ХАРАКТЕРИСТИКА ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗЕД ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ</b>	286
<i>Лопушинська О. В., Стовба А. С., Панова Я. Г.</i> <b>ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРИ УПРАВЛІННІ ЗЕД</b>	289
<i>Лосева М., Олійник О.М.</i> <b>СУТНІСТЬ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІЗИНГОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ</b>	292
<i>Ляшенко О., Гуржій Н.М.</i> <b>НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b>	294
<i>Макаренко М.В., Барський І.М.</i> <b>ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ ВИБОРУ МОРСЬКОГО ПОРТУ</b>	297
<i>Македон Г.М.</i> <b>РОЛЬ РЕКЛАМИ В ПРОСУВАННІ БРЕНДУ</b>	300
<i>Малюга Л.М.</i> <b>ЛОГІСТИЧНИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ</b>	302
<i>Малюта Н.Г.</i> <b>ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ</b>	305
<i>Марій О. Т.</i> <b>СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ</b>	308
<i>Масюк В.О., Онищенко О.А.</i> <b>РОЛЬ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ, ЛОГІСТИКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>	310
<i>Метрик А.А.</i> <b>ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</b>	312
<i>Метрик Л.В.</i> <b>ВИДЫ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА И ЕГО ИСТОЧНИКИ</b>	315
<i>Мигидюк А.</i> <b>МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ</b>	318
<i>Молчанова Е.А.</i> <b>ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА ОПТИМАЛЬНОГО ВАРИАНТА ЗЕРНОУБОРОЧНОЙ ТЕХНИКИ</b>	321

<i>Мостовий В.О.</i>	<b>ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД</b>	324
<i>Назаренко Ю.О.</i>	<b>НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ</b>	326
<i>Нехай В.В.</i>	<b>МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЗБУТУ ТЕХНІКИ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ РОБІТ</b>	329
<i>Ніколаєвська А.О., Онищенко О.А.</i>	<b>ЛОГІСТИКА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ</b>	332
<i>Олійник М.О., Олійник О.М.</i>	<b>КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ</b>	334
<i>Олійник О.М.</i>	<b>АКТУАЛЬНІ КОНЦЕПЦІЇ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>	336
<i>Олійник О.М., Педорич С.С.</i>	<b>ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БІОЕНЕРГЕТИЧНИХ ПРОЕКТІВ: МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ</b>	338
<i>Панченко Д.С.</i>	<b>АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ УСТОЙЧИВОСТІ ПРІДПРИЯТТЯ</b>	341
<i>Паршин Ю.І., Поправко Д.В.</i>	<b>МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ</b>	344
<i>Паршина М.Ю.</i>	<b>ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ АГРАРНОЙ СФЕРЫ</b>	347
<i>Паршина О.А., Присяжна А.В.</i>	<b>СТРАХУВАННЯ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ</b>	350
<i>Пащенко О. П., Борушак О. О.</i>	<b>УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЗАПОРУКА ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	353
<i>Пащенко О. П., Васьківський О. П.</i>	<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА</b>	356
<i>Петракович А.В., Панченко Д.С.</i>	<b>ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ</b>	359
<i>Петрина М.Ю., Запхляк І.Б.</i>	<b>ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДО ЗМІН</b>	362
<i>Підлипна Р. П.</i>	<b>МЕТРОЛОГІЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ</b>	365
<i>Піхотенко В., Гуржій Н.М.</i>	<b>МІЖНАРОДНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ</b>	368
<i>Плаксюк О.О., Петренко А.М.</i>	<b>ОРГАНІЗАЦІЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ В НАРОДНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ</b>	371

<i>Плаксюк О.О., Чесноков С.М.</i> <b>МЕТОДОЛОГІЯ АУДИТУ ПОТОЧНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ</b>	373
<i>Плекан У.М.</i> <b>ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА</b>	376
<i>Полусмяк Ю.І., Решетова Г.І.</i> <b>ПОЛІПШЕННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>	378
<i>Пономаренко Н.В.</i> <b>ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</b>	381
<i>Пономарьова К.С., Онищенко О.А.</i> <b>ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ</b>	384
<i>Пугачевська К. Й., Пугачевська К.С.</i> <b>ТЕХНОЛОГІЇ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ</b>	386
<i>Пясецька І. В., Арзянцева Д. А.</i> <b>СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ</b>	389
<i>Радченко О.С., Пахота Н.В.</i> <b>СУЧАСНИЙ РИНОК ОНЛАЙН-СЕРВІСІВ ТАКСІ ТА ЇХ ДОСВІД</b>	391
<i>Ржеуцкая О.В.</i> <b>ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ НЕТОВАРНОЙ ЧАСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ</b>	393
<i>Рилєєв С.В.</i> <b>ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ АКВАКУЛЬТУРИ</b>	396
<i>Родцевич Н.Г.</i> <b>НЕОБХОДИМОСТЬ УСКОРЕННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ НА СЕЛЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ</b>	399
<i>Романець І. В.</i> <b>УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ОСНОВНІ ЗАСАДИ ТА ПРИНЦИПИ СТИМУЛЮВАННЯ ДО ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА</b>	401
<i>Самофалов Д.В.</i> <b>СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ</b>	405
<i>Самофалов Д. В.</i> <b>ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВА УСПІХУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	408
<i>Саченок Т.С. Костюченко Л.В.</i> <b>ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПРИ</b>	410
<i>Свидрук І. І.</i> <b>ДОРОЖНЯ КАРТА КРЕАТИВНОГО ОНОВЛЕННЯ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ</b>	413
<i>Северинцева А.В., Молчанов А.М.</i> <b>АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	416
<i>Седюкевич А.С., Молчанова Е. А.</i> <b>АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»</b>	419
<i>Сербіненко Н.В., Сербіненко М.</i> <b>РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ</b>	422

<i>Соловей О.С.</i>	<b>СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ</b>	424
	<b>ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИЗИНГОВОГО КРЕДИТА</b>	
<i>Стешенко О.Д.</i>	<b>СТРАХУВАННЯ В АГРАРНІЙ СФЕРІ</b>	426
<i>Таптунова А.И., Молчанов А.М.</i>	<b>АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ</b>	429
	<b>РЕЗУЛЬТАТОВ КАК ФАКТОР ВЛИЯЮЩИЙ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ</b>	
<i>Таптунова А.И., Молчанов А.М.</i>	<b>ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ РИСКА</b>	431
	<b>БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ РАЗНЫХ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ</b>	
<i>Террас Б. Б., Олійник О.М.</i>	<b>ТЕХНОПАРКИ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ</b>	434
	<b>ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ</b>	
<i>Терендій А.Б.</i>	<b>СПОЖИВАННЯ ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ</b>	435
	<b>ХАРЧУВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ СВІТУ</b>	
<i>Тищенко Б. П., Маркова С. В.</i>	<b>СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ</b>	438
	<b>БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ЗАПОРІЖЖЯ</b>	
<i>Торжанова Д.А.</i>	<b>ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАЗАХСТАНА В</b>	441
	<b>УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ</b>	
<i>Трачова Д.М.</i>	<b>ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ</b>	444
	<b>ФОРМУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ</b>	
<i>Трифонов О.В.</i>	<b>ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА</b>	447
	<b>РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА</b>	
<i>Турсунов И.Э., Тураева Г.К.</i>	<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ</b>	450
	<b>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ</b>	
	<b>ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ</b>	
<i>Турчина С.Г.</i>	<b>РОЛЬ МОТИВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ В СИСТЕМІ</b>	454
	<b>МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	
<i>Турянський Ю. І.</i>	<b>ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ</b>	457
	<b>ПОДАТКОВИХ НОВАЦІЙ ДЛЯ САМОЗАЙНЯТИХ ОСІБ В УКРАЇНІ</b>	
<i>Фелонюк О., Гордєєва-Герасимова Л.Ю.</i>	<b>СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ</b>	460
	<b>РЕАЛІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	
<i>Халиков С.Р.</i>	<b>АГРОБИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАНЕ</b>	462
	<b>ЭФФЕКТИВНЫМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМ</b>	
<i>Хацер М.В., Карамушко А.С.</i>	<b>ЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО</b>	466
	<b>МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ</b>	
<i>Хорошун В.В., Солодухін С.В.</i>	<b>РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ</b>	469
	<b>В УПРАВЛІННІ АГРОПІДПРИЄМСТВОМ</b>	
<i>Цвілій С.М.</i>	<b>АГРОТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК ДИВЕРСИФІКАЦІЇ</b>	471
	<b>БІЗНЕС-ІНТЕРЕСІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА АГРАРНОЇ СФЕРИ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ</b>	
<i>Цимбал А.Р., Маловічко С.О., Олійник О.М.</i>	<b>ПРОБЛЕМИ</b>	475
	<b>ЕФЕКТИВНОСТІ ТА УМОВИ ПОКРАЩЕННЯ</b>	
	<b>ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b>	



<i>Черкашина Т. С.</i>	<b>УГОРСЬКА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ</b>	476
<i>Черниш О.І., Рябчук В.В.</i>	<b>АНАЛІЗ КРАЩИХ СВІТОВИХ ПРАКТИК ОРГАНІЗАЦІЇ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	480
<i>Чкан І.О., Чкан А.С.</i>	<b>ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА НАПРЯМКИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ</b>	482
<i>Шалдаева Л.И.</i>	<b>ЗАРУБЕЖНИЙ ОПЫТ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ</b>	484
<i>Шаповалова І., Гуржій Н.М.</i>	<b>СИСТЕМА ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ</b>	488
<i>Швец А.В.</i>	<b>ТЕХНОЛОГІЇ НА ПЛАТФОРМІ БЛОКЧЕЙН У СФЕРІ ТРАНСПОРТУ ТА ЛОГІСТИКИ</b>	490
<i>Шеверун М.С.</i>	<b>ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	493
<i>Шевченко І.В., Пахота Н.В.</i>	<b>ФРАНШИЗА, ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ</b>	496
<i>Шеремет Д.С.</i>	<b>СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ЛОГІСТИКИ В АГРОНОМІЦІ</b>	500
<i>Шквиря Н.О.</i>	<b>РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	502
<i>Шупчинська К.С., Олійник О.М.</i>	<b>ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНОГО СЕКТОРУ</b>	505
<i>Шутова С.В.</i>	<b>ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ - СОВРЕМЕННЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ЭТАП ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ</b>	506
<i>Эргашев Р.Х., Равшанов А.Д.</i>	<b>ИННОВАЦИОННЫЙ РАЗВИТИЕ АПК В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН</b>	510
<i>Яковец Н. А., Ржеуцкая О.В.</i>	<b>АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА</b>	513
<i>Ясько Д.В., Власова В.П.</i>	<b>ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МОРСЬКОГО ПОРТУ</b>	515
<i>Ясько К. В., Міщенко Л.О.</i>	<b>ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ АКТИВНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	517

**Секція 2.**  
**Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту,  
логістики та підприємництва**

*Beglaev U.X.*  
*Doctoral candidate,*  
*Tashkent state agrarian university*

## **DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF FISHING FARMS**

In the time of the world population growth and increasing the demand for food and agricultural products, it becomes actual to create the main source – the effective system of measures for dooping the agricultural reforms, supplying with safety food, and population social protection.

For salving these complex issues, it is required to increase the volume of production, product quality, to increase the efficacy of using the land at farming and population areas, which needs the solution of problems as defining the real landlords, agricultural products sell, storage, processing, export, and maintain with finance.

In Uzbekistan 581 thousand ha. water basins had been used in 2018. There were 3600 fishing farms. In 2019, there are created around 4000 fishing farms. If there were produced 94,4th. tons of fish in 2018, so in the end of 2019 its planned to produce 201,5 thous. tons of fish product. For developing the fishery, one have to reach decisions of a line of main issues, particularly, the stability of fishing farms, what is more, their efficacy as well[1].

Estimation of fishing farms must be carried out by the range of criteria's. In market economy conditions, these are their production volume and financial results, and the usefulness of production as well. Fishing farms have their position in the Republic and supply the population with high quality fish products. The farms' activity managed by the heads and they wore in close collaboration with state unions.

The organization of “Uzbaliqsanoat” union helps to reform the farms activity, increase the volume and quality of production.

If observe the main tasks of “Uzbaliqsanoat” union, it works on fishing farms creation, management, marketing, farming the nutrients basis and production, implementing the foreign experiences, priveligies and other issues (1-picture) .

At the some time, the management of union organization is conducted by the head his assistants, who will do the control of departments.

For proper management and controlling, the union has its authority ryans in each region and works in collaboration with them [2].

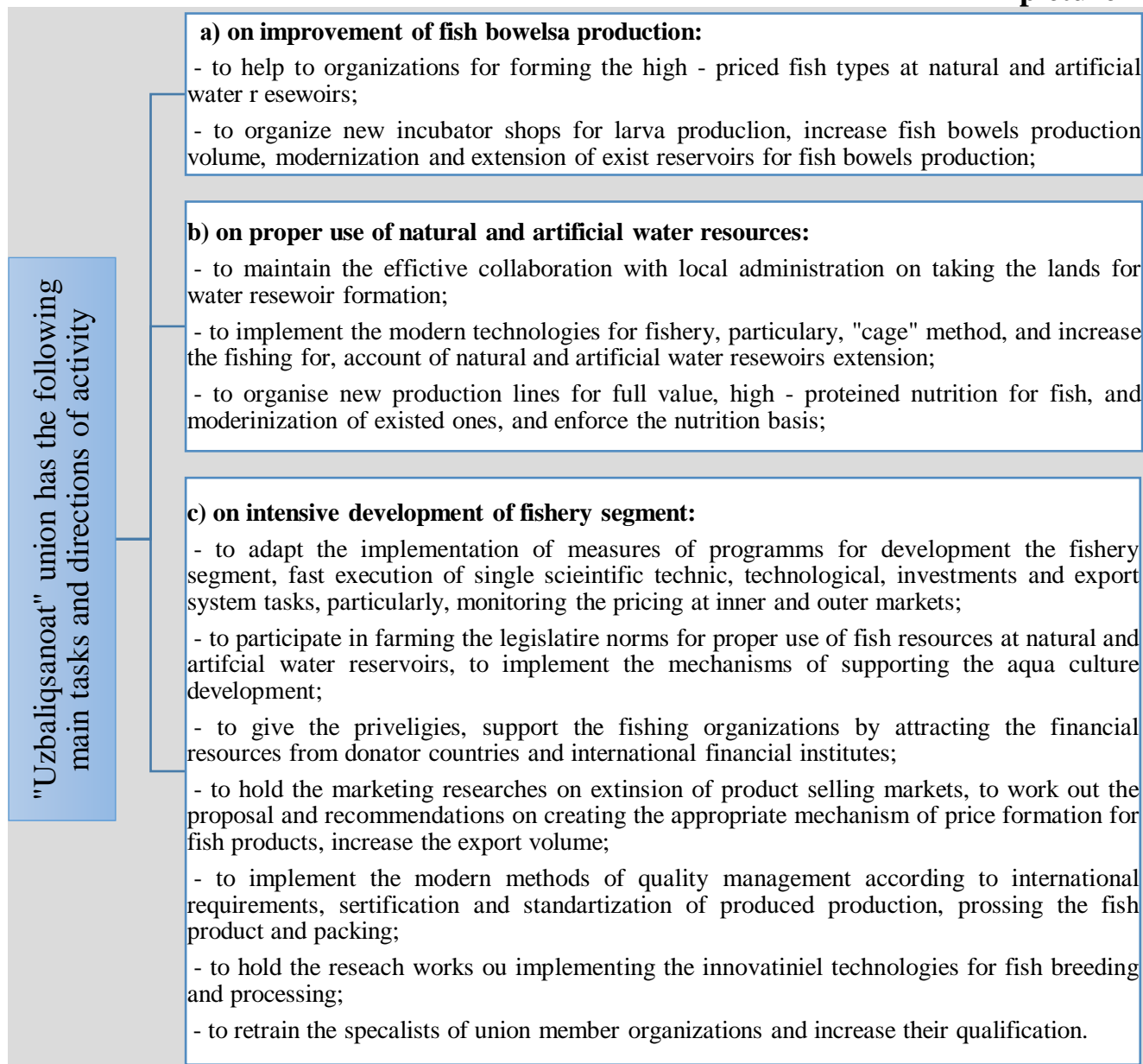
Innovative management and connection with other sectors of farms become the actual problem of present time social – economical, scientific, industrial sectors mutual connection allow fishing farms get more development [5].

The main aim of cluster is to produce high quality fish by using the advanced innovational technologies and increase the competitiveness in market economy condition state economy believes to strength of clusters, because with them highly developed economy can not reach big results, they say.

The economical – social efficacy of clusters shared among their members:

- new producers, coming from other spheres, develop their scientific – research works and maintain with new strategy, so they fasten development;
- mutual free information exchange appears, news spread among consumer and suppliers by channels;

## 1-picture



- mutual competition cause new opportunities;
- new possibilities for human capital, scientific ideas development and implementing to production.

Implementation of clusters along Uzbekistan helps to supply the population with high quality fish product. In creating clusters, environment, conditions, opportunities are considered. If analyze the fishing farms in Qashqadaryo region, in 2018 there were around 300 fishing farms, in 2017, there were gotten 2432,2 tons of fish from artificial water reservoirs.

In 2018 1 January, 5336 tons of fish were produced, 1168 tons (22%) by farms, 101 tons (2%) by farmers, 54 tons (1%) by enterprises, and 4013 tons (75%) by small

and other enterprises. This allows to estimate good the situation in region. In 2017 there were done 33 projects, 10 mlrdsoum spent totally, and 48 working places were created [2].

Improvement of fish production amount can be explained by implementing new technologies. It is obvoius that there are opportunities for creation clusters in region.

Fishing farms control and eliminating the problems are done by managing principles of the head of from.

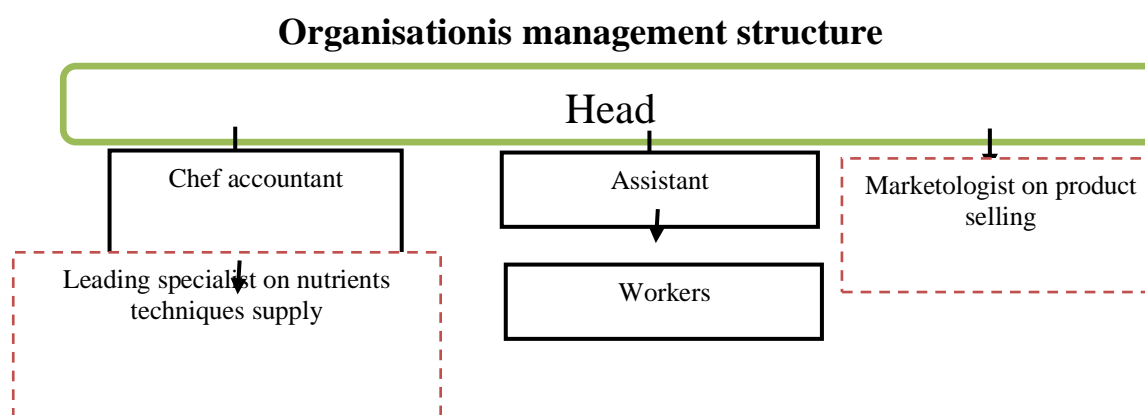
In general, the situation has positively been charging and the economical state improved.

Farm management is mainly carried out by the head, the management structure is traditional, so this type of managing manes some problems.

When the head intervenes too much to the farms procedures, it causes, problematic situations in most cases, and the head becomes the only person who solves them, which manes some difficulties in organization of management.

We think, that, in management, the head of from must control the data and works, and find the solution to problems, this helps to from in organizing the proper managing structure.

2-pic



This structure gives an opportunity to change its activity totally, to choose the market for product realization and making deals by product types.

Farm management means not only by the head, but by government inlervention and other spheres too.

By studying the fishing farms, we mode the following conclusions.

- Necessary to improve the good level of fishing farm’s product;
- To solve the problems on delivering the products to the consumers, finding the market, preventing the product waste;
- To adjust and improve transportation system for qualitative delivering the product to the markets;
- To use the modern management at fishing farms;
- To use the innovational for farms;
- To do the SWOT analyse for increasing the effectiveness and development of fishing farms.

Lisb of used literature

1. Date of “O’zbekbaliqsanoat” union 2018
2. Data from Qashqadaryo region statistics committee 2017-2018

3. Xakimov R., Otakulov M., Yusupov E., Yusupova M. “Economics of agroindustry complex” Manual TSEU Tashkent 2004 y

4. O.V.Kuznetsova “Management of formation of regional clusters in feshiry” Ijevsk-2012-194 p

5. Berkis F., Maxon R. “Developing small fishing” Canada 2009

*Boroday O.V.*

*Kharkiv National University  
construction and architecture*

*Yanchenko N.V.*

*candidate of economic sciences, associate professor*

*Kharkiv National University  
construction and architecture*

## **LOGISTICS OF ENTERPRISE DEVELOPMENT PROCESSES AND THEIR ASSOCIATIONS**

Logistics involves the active use of the potential of the management of all management functions. Thus, in particular, the logistical plan enables to provide the necessary level of coordination, management of material and financial flows, creates opportunities for rapid response to changes in the external environment. The logistics organization enables to establish rational interconnections and establish interaction not only at the enterprise but also with its contractors, as well as to take into account the possibilities of increasing the total potential of management decisions.

The synergistic effect of integrating marketing and logistics into management can be tracked in a cause and effect relationship: competition strategy → marketing-mix → logistics-mix → utility-mix.

Typical key logistics decisions in the operation of a production profile enterprise can be counted [on the basis of 3, p. 160]:

- 1) the choice of optimal specialization of production;
- 2) the choice of technology;
- 3) selection of suppliers;
- 4) choice of transport and storage technologies;
- 5) determination of quantities of parties of supply, production and marketing;
- 6) justification of stock size;
- 7) optimizing the use of technological time.

The main functions of logistical management are customary to be considered in separate areas of activity, including areas of supply, production and distribution.

The system of logistics supply functions is formed during the analysis of cause and effect in the chain: the purpose of enterprise logistics - the purpose of supply logistics - the entire supply logistics - the components of logistics in supply - logistics functions in supply. Optimization of logistics is carried out taking into account the strategic task of achieving the optimum level of production specialization

[based on 3, p. 164].

The way out for Ukrainian logistics companies is to look for ways to develop and implement common strategies for close communication with customers, as these opportunities are not so accessible to foreign operators. It is advisable to build warehouse facilities for the specific needs of the customer (Built-to-Suite) or to go by integrating in the execution of orders according to the concept of SSM (Supply Chain Management). It is important for logistics companies to become a reliable partner of the customer. However, it is necessary to take into account the growth trends of the share of retail chains that are changing the configuration of logistics services markets. In the US, this share is already 80%. And the return on capital invested in a network business is much higher than the profitability of logistics companies. Networks are pushing for and selling other goods and services. Logistics companies are therefore tasked with radical change and new development through the provision of quality services through state-of-the-art terminals, rolling stock, computer reception systems and order sorting.

The modern logistics concept harmonizes the interests of suppliers and consumers by developing adaptive mechanisms to balance the interests of the parties, taking into account the requirements of modern strategic management systems. Strategic orientation of production development is achieved through management ideas that evolve into relevant innovations. This makes it possible to generate appropriate management decisions in a timely manner, in many cases to further develop development investment projects, taking into account the needs of both consumers, suppliers, other contractors, and relevant territories, industries and spheres of activity.

An important element of the logistics system, which creates the conditions for the implementation of management decisions, is cash flow. As an analytical tool, cash flow is widely used in the management of enterprise development, in particular, for the evaluation of investment projects, cost management. Cash flows from the operating, financial and investment activities of the enterprise are the main own source, which determines the potential of its development.

Modern perspectives on development involve the transformation of approaches to the formation of enterprise strategies from the point of view of consumer needs orientation and ensuring the balance of management of the enterprise development, especially in the conditions when it is part of the merger.

Such a transformation is to reorient the strategic development of enterprises and their alliances from traditional areas of development based on past trends to search for new areas of activity and markets for new goods and services, using effective consumer-oriented business models that better capture the interests of the parties.

An important positive aspect of logistics decisions in the development of the company is the ability to quickly adapt the company to market conditions. With the right approaches to strategy formulation and development, these adaptation processes require relatively low costs and enable market share growth and competitive advantage. All this testifies to the high efficiency and effectiveness of logistics in solving the problems of enterprise development.

Logistics activities allow for the improvement of internal and external cluster links in such a way as to ensure the positive interaction of individual elements and achieve synergistic effect in the enterprise, especially in the long term. For this purpose

it is important to identify, on the basis of diagnostics of the state of the enterprise, exactly the information that is most essential for the successful management of the processes of supply and sale of products. A modern tool between the links of the supply, production and marketing chain can be the enterprise resource management system. In order to provide the necessary conditions for the development of the enterprise, it is necessary to focus investments on the most effective projects.

In order to develop on the basis of increasing the level of competitiveness of business entities, the necessary conditions must ensure a systematic consideration of the prospects for the development of the enterprise from the point of view of marketing and logistics. Only balanced, integrated approaches to enterprise development can ensure the success of appropriate logistics decisions. These approaches should provide for a balanced transition in the activity of the enterprise to solve the problems of its innovation and investment development both in the short and long term. From the point of view of industrial production logistics, it is important to seek to reduce the innovation and technological cycles, production and transport processes, and to consider the processes of the development of business associations in an inseparable connection with the satisfaction of consumer needs.

#### References

1. Coase R.G. The nature of the firm: influence // Nature of the firm: Origin, evolution and development / Per. from English. - K.: ASK., 2002. - p.84-101.
2. Bowersox D.J., Kloss D.J. Logistics: integrated supply chain / Trans. with English. - M.: CJSC Olympus-Business, 2001. - 640 p.
3. Krykavsky E. Logistics Management: Textbook. - Lviv: Issue of the National University of Lviv Polytechnic, 2005. - 684 p.
4. Stefan Abt / Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1998. - P.366.
5. Prudkovskikh V. Niches for Logistics / Kompani & on, No. 15, April 24-30, 2006 - P.54-58.
6. Priorities for stabilizing the economy / Ed. E. Krykavsky. - Lviv, Missionary, 1995. - 190 p.
7. Ivanov P. What's in the head of a smart company / Kompani & he, No. 47, November 24-30, 2006 - P.46-50.
8. Ovechkina EA Marketing Planning: Lecture Notes. - K.: MAUP, 2002. - 264 p.

*Kis S. Ya., Kis G. R.*

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

## **THE PERSONNEL CERTIFICATION SYSTEM AS AN IMPORTANT TOOL FOR HUMAN RESOURCES MANAGEMENT**

Integration of Ukraine into the European space is a strategic guideline for the development of Ukraine and requires the adaptation of the domestic economy, its enterprises and firms to European standards, norms and rules, which is accordingly marked by serious requirements for the personnel of enterprises and organizations. The quality and professional competence of the staff are important factors that ensure innovative development and competitiveness. Therefore, it is urgent to determine the level of competence of staff as an important factor in the formation of new quality development of domestic enterprises and organizations [1].

In substantiating new approaches to increasing the competitiveness of domestic enterprises, the crucial role is to strengthen the direct interdependence between the potential of staff, the development of their competencies and increase productivity, quality of work and efficiency of the production sphere, etc. [2, p. 119; 3, c. 132-133]. Requirements for the availability of competent personnel in enterprises are set by international quality standards. In modern conditions, one of the effective means of assessing employees' competencies, as evidenced by research and practical experience, is the certification of staff to meet corporate requirements for workplaces. To achieve this goal, it is necessary to provide the latest theoretical substantiation of requirements for the competencies of employees, to conduct an assessment based on certification of the most important professions and positions as one of the main areas of strategic management of the personnel of enterprises.

The assessment of the legal framework for personnel certification shows that Ukraine is governed by the international quality standards of the ISO 9001 series. So, chapter 6.2.2 of DSTU ISO 9001: 2009 (Requirements) [4, p. 5] specifies that «an organization have to: determine the required level of competence for staff involved in works that affect the conformity of products to its requirements; provide training or take other measures to achieve the required competency; evaluate the effectiveness of the measures taken; ensure that staff are aware of the appropriateness and importance of their activities and of their contribution to the achievement of the quality objectives; maintain appropriate records regarding education, training, skills and experience». In [5] the certification is defined as «confirmation of conformity by a third party (person) who is independent of the person providing the object of conformity assessment and of the person, that is of interest to such an entity as a consumer (or user) that relates to products, processes, services, systems or personnel». In accordance with [6], certification of personnel by bodies accredited in accordance with the international standard ISO/IEC 17024 is an important aspect of the competence assessment of mobile and global workforce. The standard establishes requirements for the bodies carrying out certification of personnel, and also requirements for development and application of schemes for certification of personnel [7, p. 50]. This standard is the basis for the development of certification programs for individuals, which allows for specialists of individual industries to confirm their level of competence at national and international level.

Certification provides an objective and independent evaluation of staff, encourages them to work effectively, increases competitiveness in the labor markets. In the formation of models of requirements for the competencies of specialists for certification of personnel of enterprises, the general requirements should be adapted to specific conditions of economic activity with the definition of the strategy of development of the enterprise, business processes, quality standards, regulations, job and work instructions, features of production, principles of corporate culture, key and potential business competencies of leading professions and positions to be certified. Sensing the need for improvement of the personnel management system, enterprises, firms and organizations create their own models of corporate requirements for workplaces, employees' competencies and their certification system.



Given that the certification process requires labor and financial costs, first of all, the enterprise should determine the specific list of professions, positions, which models of corporate requirements for jobs and competencies of the employee are developed directly by the specialists of the enterprise or by specialists and accredited by the specialists with relevant experience. Developing models of corporate requirements for the jobs and competencies of professionals and the practical implementation of competencies is an extremely complex and creative process. Further, the certification bodies are defined, their functions, the mechanism of certification, programs of training of specialists are developed, and their training that precedes the certification procedure is also conducted. Several types of tools are used to validate the competencies of specialists in certification (factor-test analysis of work performed, testing, theoretical examination, problem solving, etc.), and to save time and money, it is recommended to evaluate groups of specialists in one specialty at the same time. After personnel certification a comparative analysis of the corporate requirements for the jobs and competencies of specialists with the actual level is carried out. The certification procedure also provides for a systematic audit of certified personnel, in the process of which the quality and timeliness of work and decisions are monitored; in the presence of deviations, violations, defects, the certificate is withdrawn and its renewal is carried out in due course. The final stage of the certification procedure is the development of measures to increase the level of competence of specialists of the enterprise, their implementation in business processes and control of performance [2, p. 122].

The personnel certification system is an up-to-date personnel management tool as it provides a real assessment of training quality, the employees professional suitability, the enhancement of professionalism, the promotion of employees in professional growth and the improvement of personnel development policy. One of the priority tasks in strategic personnel management in modern conditions is the development of models of requirements for jobs and competencies of specialists of a certain area of activity and carrying out on this basis their certification. The main tasks of improving industrial enterprises' personnel management system are defined in the following areas: development and implementation of basic requirements for personnel, taking into account the strategy of enterprise development; development of professionalism and innovative potential of employees; creating an atmosphere of trust to stimulate knowledge sharing; formation of beliefs in accordance with corporate values [8, p. 36]. Changes in the external and internal environment in our country, rapid innovative development of technology, new technologies, especially information, at the same time provide both great opportunities and serious risks for each person, stability of their existence, bring uncertainty to the life and work of practically every employee. The main task of modern management is not to manage people, but to direct them in such a way as to make the specific skills and knowledge of each individual employee as productive as possible. Personnel management through the use of certification mechanism of specialists in this situation has particular importance because it allows for talented and efficient employees to realize their abilities, improve status and material well-being, and for the enterprise to build a personnel management system that will quickly respond to environmental changes. In modern conditions the role of employees personality, knowledge of his motivational attitudes, ability to form

and direct them in accordance with the strategic goals of the enterprise is significantly increasing. The presence of certified professionals testifies to the close relationship between certification and work efficiency, as well as the ability of an enterprise to produce high quality products, perform complex work or provide high level services.

#### References

1. Кісь Г.Р., Кісь С.Я., Андибур А.П. Неформальна освіта як засіб інтелектуалізації персоналу підприємства. *Україна-ЄС. Сучасні технології, економіка та право (зб. наук. праць)*, Ч. 2, Чернігів: ЧНТУ, 2016, С. 230-232.

2. Зайцев В.С. Сертифікація персоналу – нова технологія оцінювання компетенцій працівників підприємств. *Економічний вісник Донбасу*, № 1 (47), 2017, С. 119–125.

3. Яцюк О. С. Переорієнтація освіти на підготовку інноваторів як можлива реакція суспільства на загрозу технологічної сингулярності. *Матеріали XI МНПК «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток»*, Харків: ХНУБА, 2019, С. 132-134.

4. *ДСТУ ISO 9001:2009 Система управління якістю*. Київ: Держспоживстандарт України, 2009, 26 с.

5. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: ЗУ від 15.01.2015 р. № 124-VIII. *Відомості Верховної Ради України*, № 14, 2015, Ст. 96.

6. *Загальні вимоги до органів, що здійснюють сертифікацію персоналу згідно ISO/IEC 17024:2012: Наказ НААУ від 28.12.12 р. №163-я*. <http://naau.org.ua/files:ocinka>

7. Волкова Н., Муллін А., Сахно Т. Сертифікація персоналу: нова версія міжнародного стандарту ISO/IEC17024. *Стандартизація. Сертифікація. Якість*, № 4, 2014, С. 50-58.

8. Суков Г.С., Тупик И.Я. *Управление развитием персонала на машиностроительном заводе. Теория и практика: монография*. Киев: КНЭУ, 2008.

*Khujakulova N.R.*

*a PhD student at KEEI, Uzbekistan.*

*Khujakulov U.R*

*an assistant lecturer at KEEI, Uzbekistan*

## **THE EFFECTIVENESS OF GROWING MEDICINAL PLANTS**

In ancient times, due to insufficient knowledge, people considered the medicinal power of plants as magical and miraculous. They believed that herbs even can discover hidden treasures. There are many myths about the herb which looks like small humans. It was believed that miraculously the root of Mehriyoh could give strength to those who are weak and exhausted. Over time, science has scientifically proven how a particular plant can heal.

Currently, research is being carried out on the healing features of plants. Medicinal herbs are widely used in the pharmaceutical industry. On the earth, there are about 10-12 thousand species of medicinal plants.

The effect of medicinal plants on the body depends on the number of compounds that they contain. These compounds are collected in different parts of the plant in different quantities. When preparing medicines, the necessary parts of the plant are collected at different times. For example, bark and buds are harvested in early spring, leaves are harvested before plants bloom, seeds are harvested when fruits are ripening, and roots are harvested in spring or late autumn. Medicinal plants are harvested when the weather is good and there is no dew on the plants. Standards must be observed when harvesting medicinal plants because they must continue to grow. It is alarming that their number is falling as a result of their careless collection. This requires strict adherence to collection rules.

Currently, special attention is paid to growing medicinal plants in special zones. In addition to preserving plant species, this method is also an excellent source of income. For example, in Namangan province, Kovul plants (kavar) are found the most common plant in that area. Its leaves, fruits and veins are widely used in medicine. It is useful for the treatment of several illnesses like oedema, shortness of breath, polyarthritis, larynx, allergies. Currently, this plant is planned to plant on more than 3000 hectares. This plant is cheap and can be produced four times a year. It is clear that medicinal herbs are not only medically useful but also economically viable. But people must not abuse the gifts of nature.

In recent years, consistent reforms have been carried out in the field of protection of medicinal plants of the local flora, rational use of natural resources, improvement of the ecological situation, organization of plantings and their processing. 750 species out of 4300 flora plants are medicinal, and the flora of the Republic of Uzbekistan is one of the leading countries in the world. The country has registered 112 species of medicinal plants for medical use, and 70 species are actively used in the pharmaceutical industry.

Our country has a long tradition of treating various diseases based on medicinal plants. Based on our rich heritage recommended by our great scientists in the practice of ancient medicine, such as Al-Biruni, Al-Khwarizmi, Abu Ali ibn Sina, and today the Institute of Bioorganic Chemistry and Tashkent Pharmaceutical Institute confirmed by scientific and clinical studies that our rich flora is now widely used in medical practice.

Currently, pharmacists play an important role in delivering and supply of medicinal herbs to pharmacies and it is becoming accessible and comfortable for the citizens of the republic to purchase and use medicinal plants for the medical purposes.

It is well known that medicinal herbs, including medicinal tinctures, have many advantages, which are followed as:

- Harmlessness (low toxicity) with the corresponding effectiveness of the drug;
- Their "soft" permanent effects;
- Quick and easy preparation;
- does not require sophisticated technological equipment;
- Low cost, etc.

Based on the aforementioned facts, local enterprises in medical practice are allowed to use more than 100 herbs, and they belong to 28 pharmacotherapeutic groups. In medical practice, in the use of herbal tinctures and their usage in medical

practice, simple (from one type of plant materials) and complex (from two or more types of plant materials) recipes are used.

In recent years, Uzbekistan exported medicinal plants with an average cost of 38 million US dollars per year and it accounts for these importer countries respectively: China (52.3%), Turkey (16.7%), Afghanistan (10.6%), South Korea (3.7%), India (3.9%), Germany (1.5%) and other countries (11.3%).

At the same time, the results of the analysis indicate that there are a lot of shortcomings in the protection of natural resources of medicinal plants, their rational usage, organization of plantations, the creation of value chains through primary source, and the competitiveness of the domestic and foreign markets <sup>[1]</sup>.

Day by day, the need for herbal medicines is growing. This requires widespread use of medicinal herbs. At the same time, it is desirable that:

- Participation in the development and coordination of the implementation of comprehensive programs for the development of cultivation and processing of medicinal plants, the implementation of a unified scientific, technical, technological, investment and export policy in this area;
- The creation of special plantings in areas favourable for growth, including the gradual increase in production volumes through the introduction of intensive cultivation technologies and the rational use of natural growth areas;
- Effective organization of cooperation of business entities with government bodies, local authorities at all levels in the framework of transplantation, advanced processing of medicinal plants and the production of export-oriented products with high added value;

[1]- Decree of the President of the Republic of Uzbekistan, August 23, 2019 No. PP-4424.

- Participation in the development of draft legal acts on the development and cultivation of medicinal plants, as well as public environmental control;
- Coordination of the implementation of investment programs and projects in the field of cultivation and processing of medicinal plants;
- Actively attracting foreign investment, foreign specialists and consultants in the process of creating and developing new capacities for growing and processing medicinal plants, introducing advanced technologies in this field;
- Training and retraining of specialists in this field, the effective organization and coordination of advanced training in higher and secondary special, professional educational institutions, as well as abroad.

In conclusion, today large-scale cultivation and processing of medicinal plants are important not only for the public health but also for high economic effect and good profit.

### Reference

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan.- August 23, 2019 No. PP-4424.
2. Tashkent State Agrarian University. Republican Scientific and Practical Conference «Improving the innovative development of the regulatory, organizational, economic and information support of the agricultural sector» -November 5, 2019.
3. I.E. Akopov. The most important domestic medicinal plants and their usage. -T.: Medicine 1986. -567 page.

## **PLANNING AS ONE OF THE KEY MANAGEMENT FUNCTIONS**

Planning is the definition of a system of goals for the functioning and development of an organization, as well as ways and means to achieve them. Any organization cannot do without planning, as it is necessary to make managerial decisions regarding: 1) allocation of resources; 2) coordination of activities between individual units; 3) coordination with the external environment; 4) effective internal structure creating; 5) control over activities; 6) future organization development [1].

Planning ensures the timeliness of decisions, avoids haste in decisions, sets a clear goal and a clear way to implement it, and also makes it possible to control the situation. In general, in the planning process, we can distinguish:

- a) goal-setting process (definition of a system of goals);
- b) the process of combining (coordinating) goals and means of achieving them;
- c) the development process or the unity of the existing system of work of the organization with its future development [2].

Goal-setting is the process of developing a system of goals, ranging from the general goals of the organization to the goals of its individual units. The result is a goal tree that underlies the entire planning process. The mere existence of a goal does not mean that it will be achieved, the availability of appropriate material, financial and human resources is necessary. Moreover, the level of achievement of the goal often depends on the amount of these resources [3; 4]. So, for example, to create an enterprise in a certain industry, initial investments of at least 50 thousand dollars are required. This financial resource must be available, and then a combination of the goal and the means to achieve it will be ensured. As a result of coordination, plans appear that combine activities to achieve goals, timelines, funds and performers.

To implement the planning process, it is also necessary to have an organized organization system. The organization's work is aimed at achieving the target, and the result depends on how this work is built and coordinated. Even the most ideal plans will not be realized without an appropriate organization. There must be an executive structure. In addition, the organization must have the possibility of future development, since without this the organization will collapse (if we do not develop, then we die). The future of the organization depends on the environmental conditions in which it works, on the skills and knowledge of personnel, on the place that the organization occupies in the industry (region, country) [3].

The entire planning process in the organization is divided into two levels: strategic and operational. Strategic planning is the definition of the organization's goals and procedures in the long term, operational planning is the organization's management system for the current period of time. These two types of planning connect the organization as a whole with each specific unit and are the key to successful coordination of actions [5; 6]. If we take the organization as a whole, then planning is carried out in the order as below mentioned.

1. The mission of the organization is being developed.

2. Based on the mission, strategic guidelines or lines of activity are developed (these guidelines are often called quality goals).

3. The assessment and analysis of the external and internal environment of the organization.

4. Strategic alternatives are identified.

5. The choice of a specific strategy or path to achieving the goal..

6. After setting a goal and choosing alternative ways to achieve it (strategy), the main components of formal planning are:

a) tactics, or how to achieve one or another result. Tactical plans are developed on the basis of the chosen strategy, they are designed for a shorter period of time (current moment), are developed by middle managers, the result of such planning appears quickly, and it is easy to correlate with the specific actions of employees;

b) policy, or general guidance for action and decision making, that facilitates the achievement of goals;

c) procedures, or a description of actions to be taken in a particular situation;

d) rules, or what needs to be done in each specific situation.

Distinguish between planning and plans. A plan is a detailed set of decisions that are to be implemented, a list of specific activities and their performers. The plan is the result of the planning process. Plans and planning have various variations, and they can be considered from different points of view.

1. By scope: a) corporate planning (for the whole company as a whole); b) planning by type of activity (carpet production planning); c) planning at the level of a specific unit (workshop planning).

2. By function: a) production; b) financial; c) personnel; d) marketing.

3. By subfunction (for example – for marketing): a) assortment planning; b) advertising planning; c) sales planning.

4. By time period: a) long-term planning (5 years or more); b) medium-term planning (from 2 to 5 years); c) short-term planning (up to a year).

5. By the degree of detail of the plans: a) strategic planning; b) operational or tactical planning.

6. By binding: a) policy plans for immediate mandatory implementation; b) indicative plans that are indicative and depend on indicators of economic, political, etc. activity [1-3; 5].

The plan as a result of planning for executors is a directive document and should include both mandatory and recommended indicators, and with an increase in the planning time, the number of indicative (recommendatory) indicators is growing. This is due to the fact that in long-term planning, the result cannot be determined absolutely accurately, since it depends on changing business conditions and has a probabilistic nature. Specific activities, goods, services and work, as well as structures, technologies and procedures, can be planned. For example, planning the expansion of an organization, planning a more advanced technical process, or planning to launch a product on the market.

There are three main forms of planning organization: a) «top down»; b) «upwards»; c) «goals down – plans up». Top-down planning is based on the fact that management creates plans that are to be carried out by their subordinates. This

form of planning can give a positive result only if there is a rigid, authoritarian system of coercion. Planning from the bottom up is based on the fact that plans are created by subordinates and approved by management. This is a more progressive form of planning, but in the context of deepening specialization and division of labor, it is difficult to create a single system of interconnected goals. Planning «goals down – plans up» combines the advantages and eliminates the disadvantages of the two previous options. Governing bodies develop and formulate goals for their subordinates and stimulate the development of plans in units. This form makes it possible to create a unified system of interconnected plans, since common goals are mandatory for the entire organization.

Planning is based on data from past periods of activity, but the purpose of planning is the activity of the enterprise in the future and control over this process [5; 6]. Therefore, the reliability of planning depends on the accuracy and correctness of the information that managers receive. The quality of planning largely depends on the intellectual level of competence of managers and the accuracy of forecasts regarding the further development of the situation.

#### References

1. Bryson, John. *Strategic planning for profit and non-profit organisations. A guide to strengthening and sustaining organizational achievement*. San Francisco: Jossey-Bass, 1995.
2. *Scenario Planning, Guidance Note*. Foresight Horizon Scanning Centre, Government Office for Science, UK: [http://www.bis.gov.uk/assets/foresight/docs/horizon-scanning-centre/foresight\\_scenario\\_planning.pdf](http://www.bis.gov.uk/assets/foresight/docs/horizon-scanning-centre/foresight_scenario_planning.pdf)
3. Sviatoslav Kis, Galyna Malynovska, Viktor Petrenko, and Oleh Yatsiuk. Matrix of Personality Intelligent Characteristics as an Instrument for its Development Management. *Proceedings of the 6th International Conference on Strategies, Models and Technologies of Economic Systems Management (SMTESM 2019)*, in series: *Advances in Economics, Business and Management Research*, 2019, Vol. 95, Khmelnytskyi, Ukraine, October 4-6, 2019. <https://doi.org/10.2991/smtesm-19.2019.64>
4. Малиновська Г.В. Економічний імператив планування розвитку людського капіталу підприємства. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»)*. Вип. 2 (18), Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018, С. 78-85.
5. Петренко В. Проблеми інтелектуалізації управління: інтелектуальна модель особи керівника. *Вісник Хмельницького національного університету : науковий журнал. Серія «Економічні науки»*. 2007, № 6, Т. 1, С. 43–46.
6. Петренко В. П. *Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах*: наукова монографія. Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2006.

*Niu Lichen*  
*Ph.D. student*  
*Department of Accounting and Taxation*  
*Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine*  
*Nazarenko O.V.*  
*Doctor (Economic Sciences)*  
*Professor at the Department of Accounting and Taxation*  
*Sumy National Agrarian University*

## **THE CONCEPT AND CONNOTATION OF FAMILY FARM IN CHINA**

With the rapid development of China's urbanization and industrialization, a large number of rural surplus labor force influx into the city, rural land has been abandoned in a large range, agricultural production has become a part-time form of migrant workers in many places. Correspondingly, in the rapid development of urbanization and industrialization, China's agricultural modernization process is relatively lagging behind. How to promote the process of agricultural modernization and ensure the food security of the country is a problem we must think about and face. As a new type of agricultural economy, family farm has become a new type of economic organization suitable for China's agricultural development. This article mainly combs the basic concept and connotation of "family farm" to determine the specific connotation.

In China, «family farm» is a typical foreign word, which is understood differently in China and Europe and America. First of all, the understanding of "farm" is not the same, especially the understanding of developed countries focuses on business entities, which is not necessarily related to the size of the area. However, the definition of family farm in China is different from the decentralized management of ordinary farmers in terms of technology and scale [1]. Secondly, the U.S. Department of agriculture has defined the concept of «family farm» in an authoritative way. This standard has been recognized by many countries, mainly including the ability to produce and sell agricultural products, and the quantity of farm products must exceed the scope of the community, to be recognized by the community. Sufficient income can be obtained to cover the cost of family and farm operation, including production cost and real estate maintenance cost. The main labor source of family farm is farm and family members. Family farmers need to be responsible for the decision-making and management of farm production and sales. Workers can be hired on a seasonal basis or on a permanent basis.

First, is the family farm a small-scale peasant economy? At present, most of the scholars in our country think that family farms play an active role in promoting the intensification, commercialization and marketization of agricultural production. The core of small-scale peasant economy is based on family management, but the purpose is to meet the needs of family members' own lives. Generally, products are not involved in market transactions. The modern family farm is an open economic organization form. Its production process needs modern technology and social services. The products it produces are not to meet its own needs, but for market exchange. The modern family farm is an organization form integrated into the socialized production



system, not a self-sufficient small-scale peasant economy category, but a modern market economy system a part.

Second, can family farms hire workers? In fact, American family farms employ a lot of labor. For the development of family farms in China, whether or not to hire workers and how many workers to hire, there are still disputes in the academic circles. The United States is a country with fewer people and more land. The plain area accounts for more than 55% of its land area, and the per capita cultivated land area reaches 11 mu, while the agricultural labor force only accounts for about 2% of the total population of the country [2]. The scarcity and high price of labor force in the United States have led to the replacement of labor force by mechanized mass production and the widespread use of technical production factors. American family farms can achieve large-scale farming with little or no employees, and the developed social service system is also the basic guarantee. However, the situation of our country is fundamentally different from that of the United States. Our country is rich in labor resources, but the level of production technology is not high, the social service system is relatively weak, and it is impossible to achieve a proper scale of operation relying solely on family members for labor. Therefore, according to their own development needs, family farms can appropriately employ some workers to engage in production links with low technical content and more repetitive labor force. In this way, the labor of family farmers and family members can be more invested in the work of high technology or management. Therefore, whether a family farm employs or how many workers it employs should not be the basic standard to judge the connotation of family farm, nor the restrictive condition to define the concept of family farm.

Third, how large should family farms be? Family farm is a large-scale operation, seeking the scale benefit most. But there is no clear standard for the scale [3]. In official documents, the general emphasis is on «moderate scale». However, there is no unified standard for how large this «moderate scale» should be. It is difficult to unify the standards even though it is based on the actual situation. For the moderate scale, it needs to be defined from three aspects: first, the operation scale of family farm should be adapted to the production, management, decision-making and other abilities of family farm owners and family members, so as to give full play to the maximum potential of family farm owners and family members, and avoid too many employees and supervision costs. Second, the benefits obtained by the moderate scale of family farms should ensure that the family can obtain higher agricultural income. According to the standard, the higher agricultural income should not be lower than the average annual income of local urban residents according to the family population. Third, the scale of family farms should ensure a high agricultural output rate. Obviously, China's national conditions of more people and less land determine that China's family farms cannot imitate the development method of American large farms. We must combine land scale with agricultural output rate and labor productivity, pay attention to the relationship between labor productivity and agricultural output rate and land scale, and cannot expand the scale indefinitely [4].

Based on the above analysis, this paper defines the concept of China's family farm, which is an agricultural production organization with appropriate scale and

engaged in the specialization, socialization and commercialization of agricultural production. In terms of connotation, we can draw the following conclusions:

First, establish the dominant position of family management. Family farm must guarantee the dominant position of family management in the whole production and management process, and the family farmer and family members are the main labor force. In addition to daily production, family farmers and family members mainly participate in the operation and management of family farms, and have decision-making power in the operation and management. When necessary, the family farm can hire workers, and the number of workers can be determined by the farmer himself.

Second, the scale of operation is moderate. The operation scale of family farm shall at least meet the local minimum scale standard, but it is not without the upper limit. The upper limit shall not exceed the labor capacity and decision-making capacity of family farm owners and family members. Moreover, the production scale shall ensure that the agricultural income of family farm is not lower than the annual income of local urban residents with the same population.

Third, the production process must be market-oriented. The production and operation activities of family farms are not for their own use, but to face the market and maximize profits through production and sales. No matter what form the family farm is registered, it must be a self financing economic entity, with the family as the basic accounting unit.

#### References

1. Yang Chenglin. Chinese family farm-connotation, significance and basis for change. *Political and economic review*. 2015. No. 2. P. 66-80.
2. Liang Tao. The development of family farms in the United States and Its Enlightenment. *Research on Rural Finance*. 2013. No. 12. P. 10-15.
3. Sun Baochun, Mou Shaoyan. Connotation and characteristics of moderate scale development of family farms. *Reform and strategy*. 2015. No. 3. P. 85-88.
4. Wang Jidong. A study on the classification of the scale and benefit of Chinese family farm. *China's agricultural resources*. 2016. No. 6. P. 154-157.

*Novik I.O.*  
*candidate of economic sciences, associate professor*  
*NTU "KhPI", Kharkiv*

### **THE IMPACT OF INTERNAIONAL TECHNICAL ASSISTANCE IN SUPPORTING AND DEVELOPING SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTREPREURSHI IN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Creating a favorable business environment is one of the main tasks of development and support activities, especially in international economic relations.

The field of entrepreneurship is an important area of economic development of the state and the region. Entrepreneurs take responsibility and risks of doing business and create tangible and intangible benefits, which are the basis of the well-being of the country, form a significant part of the tax revenues of the state and local budgets.

The Small and Medium Business Development Program aims to create favorable conditions for the development of small and medium-sized enterprises by directing the actions of local executive bodies, local self-government bodies, business entities, public organizations and business associations to enhance their role in solving social problems. -economic development and competitiveness of the region in international markets.

The program should contribute to the further development of investment and innovation activities, employment of the population, creation of favorable conditions for the development of business entities, improvement of infrastructure, financial support and resources.

The main mechanism for achieving the set goals is an effective power – community – business – international partnership. Tasks and activities are formed in accordance with the current requests of entrepreneurs and public organizations and organizations working in the field of entrepreneurship support. The implementation of these tasks is possible with the cooperation and involvement of all stakeholders, including representatives of science and education of the region. There are many problems related to the state regulation of small business at the macro level (Pict. 1)

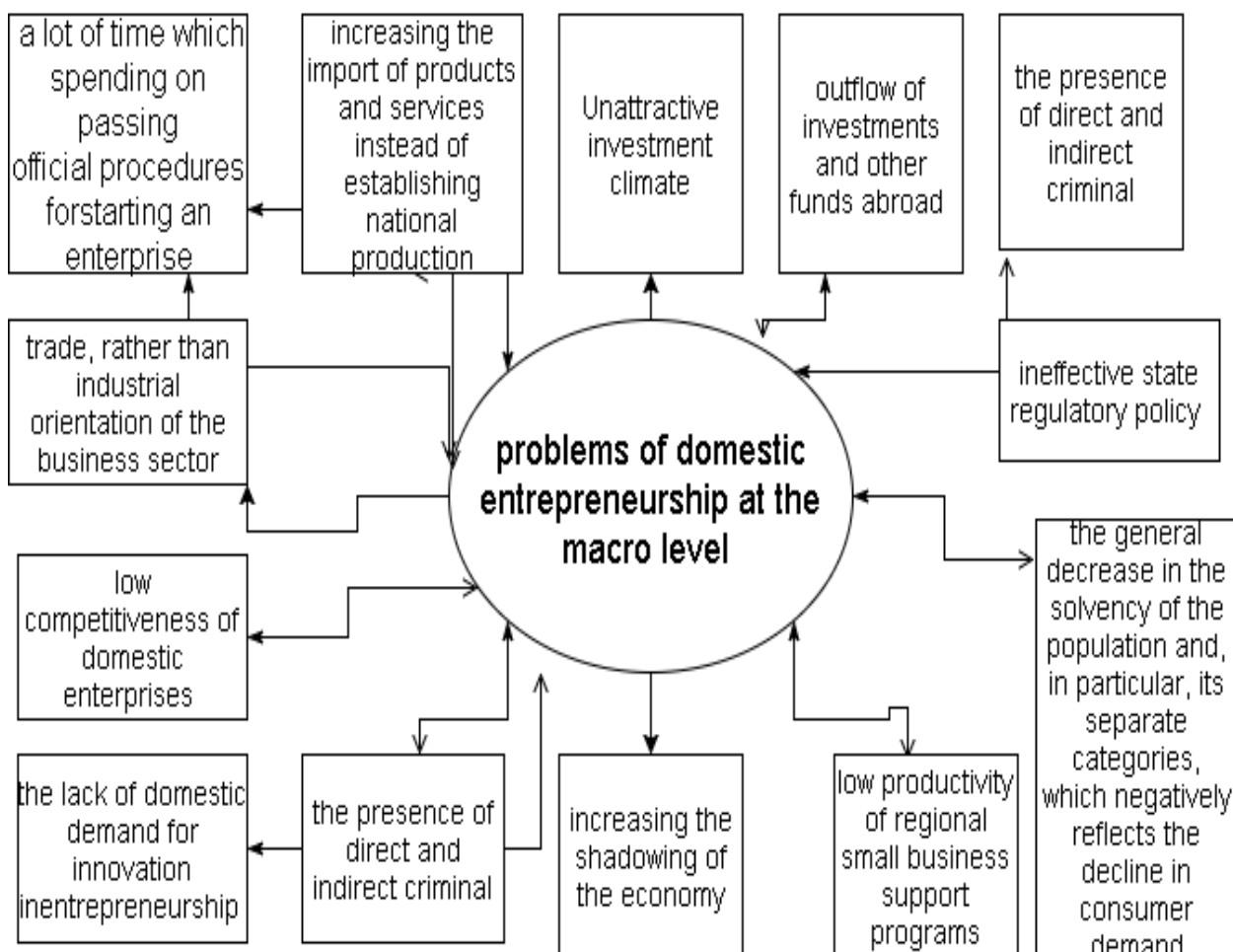
One of the sources of financing for the development of small and medium-sized businesses is the receipt of international technical assistance (hereinafter – MTD) from donor organizations.

In 2018, one of the priority financing areas in the field of support to small and medium-sized businesses by means of ITD resources is the resumption and start-up of own business among internally displaced persons (hereinafter – IDPs). The Center for the Development of Entrepreneurial Initiatives for Internally Displaced Persons has been established in Kharkiv region with the financial support of the International Renaissance Foundation. Within the framework of the UNDP Rapid Response to Social and Economic Displaced Persons in Displaced Persons in Ukraine and Economic and Social Recovery of Donbass Projects, the following programs are implemented: Supporting employment for IDPs, Developing entrepreneurial skills among IDPs and local people of Donetsk and Luhansk Areas "and" Small Grants Programs for Starting or Resuming Business. "

In order to respond promptly to the proposals of international donor organizations, ongoing monitoring of current projects / programs of international technical assistance that meet the priorities of socio-economic development of the region is carried out and a thematic digest is distributed weekly to potential recipients and interested members of the public.

To promote international technical assistance in Kharkiv region, including in the field of support to small and medium-sized businesses, a number of information and practical events are being implemented, including seminars, conferences, round tables, workshops and presentations of topical proposals from leading international organizations. donor organizations.

In order to improve the professional level of project management among civil servants and the efficiency of attracting ITD, a methodological manual “Granting: Guidelines for Public Authorities on Writing Project Applications” was developed and published.



**Picture 1 – Small business problems at the macro level**

Priority programs:

EU COSME – European SME Support Program;

EU HORIZON 2020 MSE – EU research and innovation funding program;

EU 4BUSINESS – extension of the EU SURE program;

USAID – United States Agency for International Development.

Tasks and expected results:

establishment of cooperation with international donor organizations;

additional involvement of international technical assistance to address key challenges in supporting small and medium-sized businesses;

organization of training of small and medium-sized business representatives in order to obtain financing from the MTD.

Achievement criteria:

developing projects to address key challenges through the financing of MTD to support small and medium-sized enterprises.

*Satyr R. Yu.*  
*Kharkiv National University construction and architecture*  
*Yanchenko N.V.*  
*candidate of economic sciences, associate professor*  
*Kharkiv National University construction and architecture*

## **COMMUNICATION PROCESS MANAGEMENT: GENERAL PROVISIONS**

The current conditions of operation of companies have led to a radical change in the paradigm of doing business. The transformation of enterprise activity has affected all elements of the system

management and led to the objective need to introduce management innovations that allow you to quickly adapt businesses to changes in the environment.

Successful functioning of organizations undoubtedly depends on the relationships between individual internal variables, the direct and reverse effects of situational factors of the external environment, the implementation of management functions. This is not possible without relevant information flows.

Communication is an important component of the effective functioning of the enterprise. In modern enterprises, in particular tourism, communication has long ceased to be simply a way of transmitting information, and has become one of the important tools for managing business relationships. Information, communications, together with the means to ensure their effective use, that is, channels, constitute the enterprise management infrastructure.

Management communications are related to management processes as they link the functions of organization, planning, motivation and control. Formally, the communication process is defined as the process of information exchange between employees of the enterprise and subjects of the external environment for the purpose

solving certain problems [1, 2, 3, 5]. Considering the communication exchange of information in the enterprise, in

mainly referring to people who communicate directly in person or in a group, as well as their telephone

conversations, correspondence and reporting. Although these communications are indeed the bulk of communications, analysis of a complex communication process cannot be limited to them. It should be borne in mind that communication involves not only the exchange of information, but also the formation of different forms of communication between people, based on different types of relationships that are aimed at achieving the goals of the enterprise. They are a special form of influence on employees of the enterprise and subjects of the external environment.

The purpose of communication is understanding, understanding the transmitted information, because the mere fact of information exchange does not ensure the effectiveness of communication between people. The degree of organization and effectiveness of the communication process in an enterprise depends largely on the experience of the manager, theoretical knowledge and abilities that can

help him find more effective methods of communication, master the ability to rationally organize the process of transfer, assimilation and use of information.

Current economic conditions require new approaches not only in the management of innovative communications, but also in the formation of new approaches to the communication support of innovative activity of enterprises. An effective system for managing innovative communications of the enterprise contributes, from one

on the other hand, to increase productivity, and on the other, to achieve satisfaction in group interaction.

There are three aspects of communication [4]:

- the technical aspect is associated with the processes of information transfer from one point, equipment or person to another through the 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 influence of the received information on the behavior of the recipients and the efficiency of using this information.

All enterprise communications can be divided into two major groups: external (between the enterprise and its environment) and internal (between the levels of management and units). The first group includes communications, which are information interaction

- enterprises with external environment - mass media, consumers, suppliers, other counterparties, state regulatory bodies, political and other groups. Different forms are used: marketing and advertising programs are used to sell the product; in order to comply with the rules of state regulation, written documentation is required; market research;

- is conducted with the help of special organizations, etc. Intra - Enterprise Communications;

- in the form of messages, discussions, telephone conversations, etc., are usually a reaction to the environmental impact, ie secondary. This group includes communications between different units, between managers and subordinates, within the unit, as well as cross-level and informal communications.

As noted above, communication can take place in a variety of ways - in writing, orally, through non-verbal signals, including gestures, facial expressions, body postures, and through various channels, orally, in writing, through electronic means. Each of the methods and channels has its advantages and disadvantages, which determines the scope of their use. The dramatic complication of the production and marketing system, the rapid development of computer technologies require the transition to new management technologies and, above all, to new ones communication methods and channels [6].

At the present stage, information technology plays a very important role in ensuring the efficiency of communication management in the enterprise. The most important of these is to streamline organizational links and to bring the structure of the management apparatus in line with real production conditions. Building an effective enterprise communications system requires careful regulation and organization of all

information flows. Communication and information have extremely important in the life of society.

#### References

1. Bebyk, V.M (2005), *Informatsiino-komunikatsiinyi menedzhment u hlobalnomu suspilstvi: psykholohiia, tekhnolohii, tekhnika publik ryleishnz* [Information and communication management in a global society: psychology, technology, technique public relations] monograph, MAUP, Kiev, Ukraine, 440 p.
2. The official site of McKinsey, Bugrov D. "Metrik of effektivness " available at: <http://www.vestnikmckinsey.ru> (Accessed 10 May 2014).
3. Mazur, V.S. (2016), "New approaches and forms of management as a special type of management", *Priorytety ekonomichnoho rozvytku Ukrainy: istoriia ta s'ohodennia*, pp. 178–183.
4. Poplavs'ka, Zh.V.(2013), "Zmina paradyhmy stratehichnoho upravlinnia na pidpriemstvi v umovakh suchasnoho rozvytku" [The changing paradigm of strategic management at the enterprise in conditions of modern development] [Online], available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/26244/1/16-109-116.pdf> (Accessed 4 Jan 2017)
5. Prus, L.R. (2009), *Communication management*, Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. *Ekonomichni nauky*, no. 1, pp 38-41.
6. Skibits'ka, L.I. and Skibits'kyj, O.M. (2007), *Menedzhment* [Management], Center of Educational Literature, Kyiv, Ukraine.

*Solomina G.V.*

*Ph.D., Associate Professor*

*Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs*

### **STAFF LOGISTICS ENTERPRISE**

Quality of manpower is one of the most important areas of competitive advantage. Therefore, the company strives to create the most efficient staffing, attracting the most qualified specialists, and to use its employees, creating all conditions for intensive development of their work potential [1]. Personnel Logistics is a section of logistics that studies the optimization of workflows of enterprises and the industry as a whole. Personnel logistics has not yet been fully reflected in the writings of scientists. At the same time, approaches to the personnel of the enterprise as to the constantly moving resources are quite clearly traced in the modern theory of personnel management. With this approach, one must keep in mind all the peculiarities inherent in human resources.

Employees in personnel logistics are considered as partners who have concluded a contract of employment with the enterprise [2]. Enterprise logistics has four main areas: optimization of input flows according to the needs of the enterprise, the use of personnel, development of personnel and the release of personnel.

Management of personnel logistics of the enterprise - a systematic organized influence on the processes of formation, distribution, redistribution of personnel of the enterprise, on creation of conditions for use of labor qualities of

employees with the purpose of ensuring efficiency of formation of the enterprise and comprehensive development of its personnel.

The positive effect is the application of personnel logistics not only at the organization level (micrologistics), but also at the industry level (macrologistics). At the industry level, logistics is designed to first and foremost optimize the flow of personnel during their training. Particularly important here are the problems of training qualified personnel, the relationship of educational institutions with the industry, the influx and adaptation of specialists in the industry, the sector system of retraining. The success of business structures in today's environment, characterized by rapid change, depends largely on the flexibility of production. In order to meet this requirement, you need to have flexible workforce, so one of the important indicators of personnel logistics is the mobility of staff flows.

Personnel logistics should be flexible and dynamic, that is, adjusted to the changes that occur with the development of the enterprise.

However, it should not be forgotten that at the same time it must have stable priorities. Outsourcing and outsourcing are the integral part of personnel logistics - the most effective methods of reducing the number of employees in the state. Outsourcing is the transfer of certain functions (usually "non-core" to the customer) to outsourcing outsourcees, contractors, or subcontractors; transfer of certain business processes or production functions to an enterprise for service to another company specializing in the relevant field [1]. The benefits of outsourcing are obvious.

The customer does not need to retain a large staff of specialists, support the work of IT infrastructure, security systems, human resources. All this is known to require a significant investments and constant monitoring of the tasks. When outsourcing these functions to the outsourcing company, all responsibility for the secondary tasks and functions of the enterprise rests with the outsourcing company, which attracts the best forces. And the customer focuses all his resources on the main area of activity. Transferring a number of outsourcing functions to optimize efforts in the main line of business is the choice that allows the customer to take precedence over their competitors [2].

Outstaffing. Outstaffing refers to the procedure of removing an employee for the company staff and making it into the staff of the company providing the service. At the same time, he continues to work at his former place and perform his functions, and the duties of the employer to the employee are performed by the provider company. The need for this service arises if the company: has a staffing limit; the intention to reduce staffing without loss of skills; is interested in reducing the administrative costs of staffing and payroll; wants to save money by regressing a single social tax, but is not entitled to it; plans to hire workers in the regions without opening offices or branches; intends to use pre-selected people on a temporary project, having issued them through an intermediary; wants to bring in a staff mediator for the duration of their probationary period in order to evaluate their performance without incurring additional obligations; intends to use the work of foreign employees [3].

To the obligations of the provider company: enrollment of employees in their staff and registration with them of labor relations; personnel management; calculation and payment of wages, collection of income tax, deduction from the wages of



employees in the statutory funds; registration of hospital letters, vacations, compulsory health insurance policies; issuance of certificates of the established sample. Work on the procedure of outstaffing includes the following steps: determining the customer's needs and signing an agreement for the provision of outstaffing service, indicating its duration, the number of personnel removed and the cost of services; enrollment of employees transferred under an outstaffing contract to the staff of the provider company.

Components of the accounts: employee salaries, ERUs, compensation for outstaffing; payment of salaries to employees transferred under an outstaffing contract, accrual and payment of taxes. Therefore, outstaffing is a technology that allows you to reduce personnel management costs without losing the quality of staffing.

There is a time in the life of a developing company when the staff reaches overseas values, and elementary operations such as issuing salaries and updating records in employment records begin to take up too much effort and money. In such a situation, the leader inevitably faces the choice of whether to use him outstaffing or not. Abroad, in most cases, the manager answers "yes" [1].

Outstaffing is an effective tool for formally enhancing a company's reputation. If the number of employees officially working in the company decreases, all indicators calculated per employee (sales, profit) will look different [2]. It allows to increase investment attractiveness, to increase business value.

From all of the above, it is obvious that these methods not only simplify the process of organization of various types of business and ownership, but also economically justified, since they allow to avoid many risks associated with integration and are an integral part of the financial and economic activities of a number of enterprises.

#### REFERENCES

1. Odehov, Yu. H. *Autsorsynh v upravlinni personalom: pidruchnyk i praktykum Dlia bakalavratu ta mahistratury*- M.: Yzdatelstvo Yurait, 2015. - 389 p.
2. Tokmakova I.V. *Rozvytok tekhnolohii upravlinnia trudovym potentsialom pidpriemstv // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. - 2018. - № 63. - 179-186 pp.
3. Dykan V.L. *Osobennosty povedenya potrebytelei v uslovyakh «ekonomyky schastia» // Visnyk ekonomiky transportu ta promyslovosti*. – 2017. №60. - 11-17 pp.

*Yatsiuk O. S.*

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

#### **LIFELONG LEARNING: THE ESSENCE, PRINCIPLES AND TRENDS OF DEVELOPMENT**

The Human Development Index (HDI) is a standard tool for the overall comparison of different countries and regions' living standard. The index was developed in 1990 and is published in annual reports under the United Nations Development Program. When calculating an HDI, three indicators are taken into account: 1) life expectancy; 2) the level of literacy of the country's population (average

number of years spent on training) and expected length of study; 3) the standard of living estimated through the GNI per capita. Thus, the expected duration of training is recognized as one of the key indicators of human development level. It is important to note that since 2010 not only the educational level, but also the duration of training has been taken into account [1]. This indicates a focus on continuing education or, more commonly in recent years, lifelong learning (LLL).

A number of terms are used to determine the category of continuing education. It can be found in contemporary literature such terms as adult education, continuing education, further education, recurrent education as lifelong learning by alternating with other activities, mainly with work; permanent education, lifelong education and LLL. In each of these terms, emphasis is placed on a particular side of the phenomenon, but the general idea is the lifelong incompleteness of adult education.

The concept of LLL has changed over time. In the 1970s and 1980s, continuing education was focused on giving the underprivileged population a chance to change their status by raising their educational attainment. In the early 2000s, lifelong learning was considered mainly as a means of adapting labor resources to rapid technological change [2]. Today, the LLL concept is reinforcing personal growth motives. A survey conducted among EU citizens found that 70% of people surveyed indicated they wanted to study. At the same time, 80% believe that education should improve their professional life, and 72% – personal [3].

Awareness of the importance of lifelong learning for human development led to the modernization of European education policy in the early 21st century. The Council of Europe's Lisbon Summit in March 2000 adopted the A Memorandum of Lifelong Learning [4]. The Memorandum emphasizes that lifelong learning should become the main political agenda of civil society, social unity and employment. The definition of continuing education includes: obtaining degrees and diplomas in your free time; professional courses, including for the purpose of staff qualification; adult education; second education other. The Memorandum also identified six principles of continuing education, which are discussed below.

1. New basic knowledge and skills for everyone. The purpose of this principle is to guarantee universal continuous access to education in order to acquire and update the skills necessary to integrate a person into the information society. The summaries of the Lisbon Summit include computer literacy, foreign languages, technological culture, entrepreneurship and social skills.

2. Increase investment in human resources. The aim is to significantly increase investment in human resources in order to raise the priority of Europe's most important asset - its people. Recent EU documents propose to increase investment in human resources, acting through social partnerships and disseminating the experience of leading companies.

3. Innovative teaching and learning methods. The purpose is to develop new learning methodologies for the lifelong learning system. With the development of the information society, educational technologies are becoming more user-oriented. Teaching methods in both formal and non-formal education systems should be user-oriented, change in personal motivation, critical thinking and ability to learn.

4. New system of assessment of the education received. The aim is to radically change approaches to understanding and recognition of learning activities and their outcomes, especially in non-formal and informal education. Recognition of such education will help to increase motivation for continuing education. The need to develop a quality system of Accreditation of Prior and Experiential Learning (APEL) has been updated.

5. Development of mentoring and counseling. The aim is to provide everyone with lifelong access to educational opportunities and advice and guidance. A permanent advisory service should be set up to provide guidance in the areas of educational, professional and personal development, focusing on the interests and needs of the active user.

6. Bringing education closer to home. The aim is to bring educational opportunities closer to consumers' place of residence through a network of training and consulting points and the use of information technology. Having the freedom of movement, people should not, however, be forced to leave their hometown or village for a quality education.

The legislation of Ukraine on education is among the basic principles of public policy defining the promotion of sustainable development of society through the preparation of competitive human capital and the creation of conditions for education throughout life [5].

In Ukraine, life-long education is still systematically developed. The Law of Ukraine «On Extracurricular Education» does not solve this problem in any way as it does not regulate the issue of integration of extracurricular education into the general education system of the country, leaving aside the key problems of quality assurance and control and recognition of non-formal education. There are no official statistics on this issue, there are no special concepts and programs. Lifelong learning is at the forefront of global educational processes, so it is crucial for Ukraine to take effective steps in the near future to overcome the gap in this area.

Among the global trends in the development of society that cause the spread of the concept of LLL in developed countries, the following are particularly relevant for Ukraine.

1. Increasing the role of human capital in the growth of national wealth. Human capital is 64% in the national wealth of world co-authorship, natural capital is 20%, and physical capital is only 16%. The share of human capital in developed countries (Finland, Switzerland, Germany, Japan, USA) accounts for up to 80% of their national wealth. Today, the main growth of national wealth is determined, first of all, by the conditions created to unlock human potential. One of the most important conditions for such disclosure is undoubtedly education.

2. Adverse demographic trends. Decreasing fertility and aging of the population necessitates the creation of conditions for the education of older and older people. Adult education is becoming an important factor in socio-economic development today.

3. Accelerating the pace of updating professional knowledge. Currently, about 5% of theoretical and 20% of professional knowledge is updated annually. The unit of measurement of specialist knowledge, adopted in the United States – a half-life period of competence, so 50% decrease in new information, shows that in many professions this period comes less than 5 years, that is, with respect to the national higher education system often before than the end of training. The solution to the problem lies in the transition to lifelong learning, where basic education should be supplemented periodically by supplementary education programs and organized not as a final, completed, but only as a basis, a foundation for further learning.

4. Adoption of the concept of LLL in the European educational space. Lifelong learning implies increased investment in people and knowledge; gaining basic skills, including digital literacy; the spread of innovative, more flexible forms of learning. The goal is to provide people of all ages with equal and open access to quality education. The Council of Europe has endorsed lifelong learning as one of the main components of the European social model. Such training is not limited to the field of education – it is also a critical factor in the areas of employment and social security, economic growth and competitiveness [6].

In these circumstances, we need a new perspective on the role and importance of LLL, which meets current educational needs. There is a need to develop theoretically sound, practically meaningful and convincing conceptual approaches to the organization of the LLL system in Ukraine. One of the most significant problems in the formation of a continuing education system is to overcome the stereotype of attending non-formal education as a disadvantage.

#### References

1. *Why did the Report change the indicators for measuring education and income in 2010? United Nations Development Programme.* <http://hdr.undp.org/en/content/why-did-report-change-indicators-measuring-education-and-income-2010>

2. Яцюк О. С. Переорієнтація освіти на підготовку інноваторів як можлива реакція суспільства на загрозу технологічної сингулярності. *Матеріали XI МНПК «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток»*, Харків: ХНУБА, 2019, С. 132-134.

3. *Towards an institutional strategy for Lifelong Learning in Higher Professional Education.* Published by the FLLLEX consortium, May 2012. [www.aqu.cat/doc/doc\\_16974883\\_1.pdf](http://www.aqu.cat/doc/doc_16974883_1.pdf)

4. *A Memorandum on Lifelong Learning. Commission of the European Communities.* [http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum\\_on\\_Lifelong\\_Learning.pdf](http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum_on_Lifelong_Learning.pdf)

5. *Закон України «Про вищу освіту».* Верховна Рада України. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1389899592029395>

6. *Making a European area of lifelong learning a reality. European Commission.* <http://ec.europa.eu/education/>

## **ІНСТРУМЕНТИ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ В СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ**

Електронна демократія є одним з напрямків цифрової трансформації України, що являє собою пріоритетний напрям розвитку системи публічного управління. Електронна демократія є способом участі громадян в публічному управлінні та самоуправлінні з використанням цифрових технологій.

Електронна демократія розвивається паралельно з розвитком цифрових технологій та їх інвазією в суспільне життя. Розуміння процесів диджиталізації суспільства, тобто зайняття цифровими технологіями значної частини суспільного життя, надає можливість політичним лідерам утримувати лояльність громадян, що значною мірою впливає на ефективність публічного управління в цілому.

Емпіричним шляхом доведено, що демократичне управління є менш швидким та ефективним з точки зору виконання управлінських рішень, адже, в умовах ідеальної демократії, кожний управлінський акт потребує обговорення та підрахунку волі більшості, то включення цифрових засобів в такий процес скорочує до мінімуму підрахунок більшості, інші допоміжні процедури та забезпечує швидкість прийняття рішень.

Сільські громади суттєво відрізняються від міських громад за структурою населення, його віковим складом, освітою тощо.

Зайнятість населення сільських громад залежить від стану підприємницької діяльності на відповідних територіях, умов та продуктивних можливостей. Вважається, що сільські громади є більш єдиними у формуванні думки більшості та прийнятті відповідних управлінських рішень, які стосуються їх життєдіяльності. Це зумовлене, передусім, низькою чисельністю населення сільських громад, традиційними родовими зв'язками тощо. Мешканці сільської громади, проте мають менші можливості доступу до інтернету, аніж міські та меншою мірою використовують сучасні програмні продукти для їх реалізації.

Проте, на даний час, не існує суттєвих технічних та економічних обмежень у зв'язку із необхідністю забезпечення доступу до Інтернету мешканців сільських громад. В разі наявності таких перешкод, які, як правило, виникають у зв'язку із відсутністю ліній фіксованого зв'язку між населеними пунктами, які стають базовими точками для підключення локальних провайдерів, органи місцевого самоврядування мають забезпечувати фіксований зв'язок за кошти місцевих бюджетів.

Треба зазначити, що відносна малочисельність сільських громад створює передумови для формування локальних інтернет-спільнот, які мають низку спільних інтересів, що реалізуються за допомогою механізмів електронної демократії.

Дієвими інструментами електронної демократії в сільських громадах можуть бути первинні інструменти електронної демократії, такі як електронна петиція, бюджет участі, електронні консультації та електронні звернення.

Фізична віддаленість експертів, урядових центрів та інших вузлових точок публічного адміністрування може бути подолана за рахунок використання цифрових технологій, які нівелюють різницю між мешканцями сільської громади та міської.

Треба відзначити потенційно більшу активність та наполегливість сільських громадян, у використанні доступних їм інструментів демократії, що підтверджується значною увагою до доступних їм медійних засобів, таких як місцеві газети, радіо та телебачення. Тому, наявність та сприйняття таких можливостей електронної демократії, як звернення, петиції та інше, що має реальну дію, може відіграти свою роль у розвитку сільських територіальних громад та вирішенню їх проблем.

Однією з найважливіших проблем сільських громад є їх віддаленість від центрів прийняття рішень та проблеми, які виникають у зв'язку із недостатністю умов для розвитку особистості, низьким рівнем комфорту тощо. Впровадження механізмів електронної демократії в сільських територіальних громадах сприятиме подоланню проблеми віддаленості громадян від центрів прийняття рішень та забезпечить реалізацію їх соціальних інтересів.

#### Література

1. Лопушинський І. Електронна демократія та електронне урядування: досвід США для України / І. Лопушинський. - Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/pubupr/2011\\_2/doc/2/03.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pubupr/2011_2/doc/2/03.pdf)

2. Зарубіжний досвід упровадження електронного урядування / авт. кол: Т. Камінська, А. Камінський, М. Пасічник та ін.; за заг. ред. д-ра наук з держ. упр., проф. С. А. Чукут. - К., 2008. - С. 20.

3. Приходько Л. Электронное правительство как развитие идей электронной демократии / Л. Приходько. - Режим доступу: [http://www.dissert.h10.ru/artical/prihodkoL1.html#\\_ftn5#\\_ftn5Opera.HTML/Shell/Open/Command](http://www.dissert.h10.ru/artical/prihodkoL1.html#_ftn5#_ftn5Opera.HTML/Shell/Open/Command)

*Амиркулов Ш.А.*

*соискатель кафедры «Экономика»*

*Каршинский инженерно-экономический институт Республика Узбекистан*

## **АНАЛИЗ ВЛИЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ**

Президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева в Послании Олий Мажлису говорится, что «В развитых странах большое внимание уделяется инвестированию в полный цикл образования, то есть воспитанию ребенка от 3 до 22 лет. Эти инвестиции принесут обществу в 15-17 раз больше прибыли. В нашем стране этот показатель составляет всего 4 раза.

Поэтому нам необходимо усилить наше внимание к человеческому капиталу и приложить все усилия для этого» [1].

Концепция формирования гармонично развитого поколения в Узбекистане еще не полностью реализовала человеческие, творческие, индивидуальные, скрытые силы по определенным объективным и субъективным причинам.

Учебник «Человеческое развитие», изданный академиком К.Х.Абдурахмановым, дает исчерпывающий обзор теоретических идей по формированию и развитию индивидуального человеческого капитала, который можно обобщить в следующей таблице [2].



**Рисунок 1. Формирование и развитие человеческого капитала \***

Источник: авторская разработка на основе данных

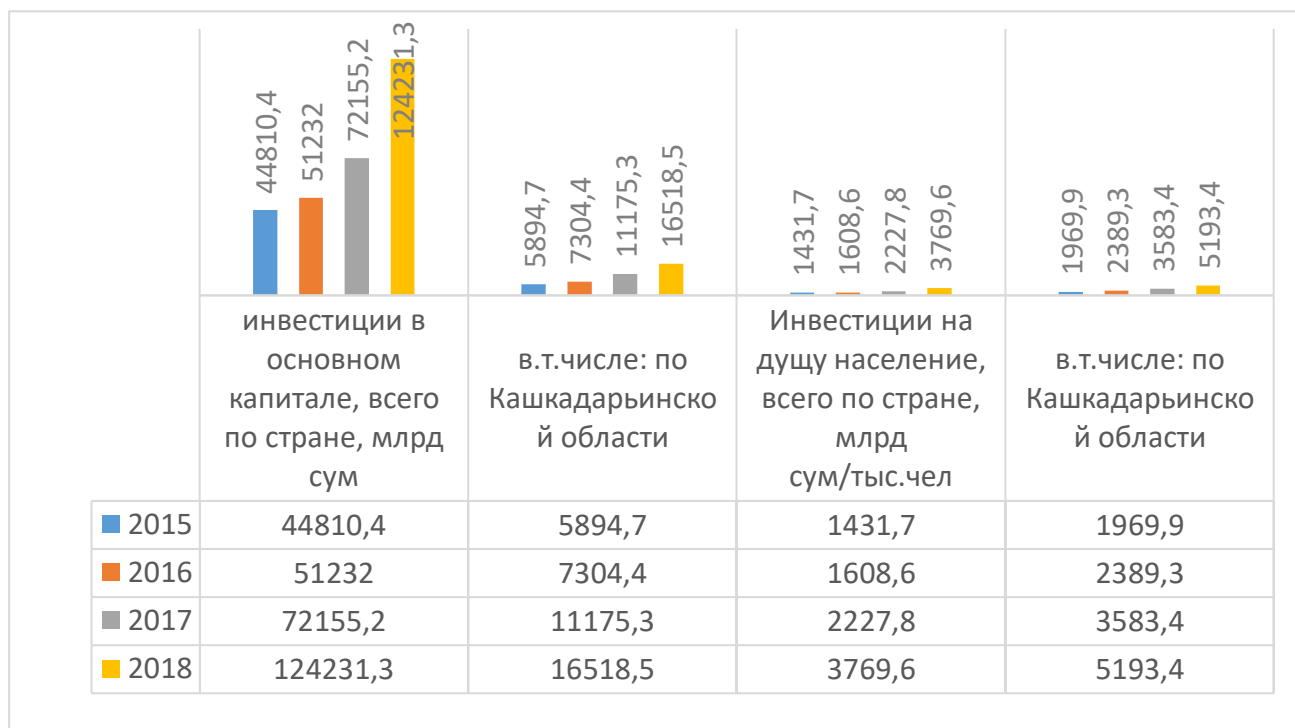
Формирование и развитие человеческого капитала - это длительный процесс, который определяет степень удовлетворения социальных и экономических потребностей человека и возможности для их удовлетворения (рисунок 1).

Социально-синергетический подход к изучению формирования и развития человеческого капитала в аграрном секторе предусматривает комплексный анализ факторов и условий, влияющих на формирование и развитие человеческого капитала, выявление ресурсов для повышения эффективности использования человеческого капитала.

Российский экономист К.А. Устинов предлагает проанализировать группу факторов, таких как демографические, институциональные, интеграционные, экологические, экономические, производство человеческого капитала, разработать классификацию факторов и использовать шесть факторов типологии факторов. Эти признаки являются предметом формирования человеческого капитала; поле формирования; источники и направления инвестиций в человеческий капитал; этапы формирования человеческого капитала; описание воздействия; в результате формирования человеческого капитала.

В своих исследованиях ученый изучает факторы прямые и косвенные и так же экстенсивный и интенсивный [3].

Формирование и развитие человеческого капитала в аграрном секторе может определяться различными подходами.



**Рисунок 2 Анализ инвестиций в основной капитал \* [3]**

\* источник: авторская разработка.

Согласно исследованию, инвестиции в основной капитал по республике 2015-2018 гг. составили 277,24%, в Кашкадарьинской области - 280,23%, а на душу населения - 263,29% и 263,63% соответственно. Если сравнить инвестиции на душу населения в нашем регионе со средними показателями по стране, то в 2015 году  $(1969,9 / 1431,7 * 100) = 137,59\%$ , в 2016 году  $(2389,3 / 1608,6 * 100) = 148,53$  в 2017 году  $(3583,4 / 2227,8 * 100) = 160,84$  процента, а в 2018 году  $(5193 / 3769,6 * 10) = 137,77$  процента.

Данные показывают, что объем инвестиций на душу населения в Кашкадарьинской области всегда выше, чем в среднем по стране (рисунок 2).

Согласно исследованию, инвестиции в основной капитал в республике 2015-2018 гг. составили 277,24%, в Кашкадарьинской области - 280,23%, а на душу населения - 263,29% и 263,63% соответственно. Если сравнить инвестиции на душу населения в нашем регионе со средними показателями по стране, то в 2015 году  $(1969,9 / 1431,7 * 100) = 137,59\%$ , в 2016 году  $(2389,3 / 1608,6 * 100) = 148,53$  в 2017 году  $(3583,4 / 2227,8 * 100) = 160,84$  процента, а в 2018 году  $(5193 / 3769,6 * 10) = 137,77$  процента.



**Таблица 1. Структура капитальных вложений по источникам в Кашкадарьинской области \* [4]**

Годы	собственные средства предприятий и населения	Наемные средства, наемные	Из них:		
			Гос. бюджет	Банковский кредит и другие заемные средства	Иностранные инвестиции и кредиты
2015	61,0	39,0	2,3	6,4	17,6
2016	53,5	46,5	1,4	4,3	27,5
2017	39,1	60,9	1,5	5,6	18,0
2018	33,6	66,4	1,9	6,3	51,1

\* источник: авторская разработка.

Данные показывают, что объем инвестиций на душу населения в Кашкадарьинской области всегда выше, чем в среднем по стране (рисунок 2).

**Таблица 2. Анализ инвестиционных процессов в аграрном секторе Кашкадарьинской области, млрд сум [4]**

н / п	Показатели	Годы									
		2014		2015		2016		2017		2018	
		Всего, млрд сум	В % к общему	Всего, млрд сум	В % к общему	Всего, млрд сум	В % к общему	Всего, млрд сум	В % к общему	Всего, млрд сум	В % к общему
1	Всего, по Кашкадарьинской области	3944,5	100,0	5224,3	100,0	6334,0	100,0	10181,9	100,0	15321,1	100,0
	В.т.числе:в аграрном секторе	61,5	2,9	105,6	2,0	76,0	1,2	101,8	1,0	122,6	0,8

Источник: авторская разработка

Несмотря на значительное увеличение инвестиций в отрасли и секторах экономики, наблюдается снижение инвестиций в аграрный секторе по сравнению с другими отраслями и и секторами (таблица 2).

Мы проанализируем динамику инвестиций в аграрный сектор на следующей диаграмме.



Рисунок 3. Динамика инвестиций в аграрном секторе,% [3]

Анализ динамики инвестиций в аграрный сектор показывает, что в среднем 3,3% всех инвестиций в экономику направляются в аграрном секторе. В Кашкадарьинской области доля инвестиций в аграрном сектор за рассматриваемый период снизилась с 2,0% от общего объема инвестиций в экономику до 0,8 % та. (график 3). Это означает, что увеличение объема инвестиций, направленных на приоритетное развитие аграрного сектора в регионе, является важной задачей.

Кроме того, факторы можно разделить на социально-экономические, демографические, логистические, организационно-экономические, институциональные, социально-психологические, информационные и экологические факторы с точки зрения источника их влияния на формирование и развитие человеческого капитала в аграрном секторе.

В настоящее время отсутствует механизм укомплектования кадрами и управления сельским хозяйством на муниципальном уровне. На муниципальном и региональном уровнях отсутствует система мониторинга персонала.

Факторы в каждой группе могут усугубить влияние других факторов или наоборот. Необходимо изучить факторы формирования и развития человеческого капитала в аграрном секторе, оценить влияние каждого из них, разработать научно обоснованные предложения по эффективному использованию человеческого капитала в аграрном секторе.

Опрос показывает, что в Кашкадарьинской области доход от аграрного сектора составляет 3/5, а инвестиции составляет всего лишь 0,8 / 100 процента от общего.

На наш взгляд, доля сельского хозяйства в ВРП  $(18321,2 / 28412,1 * 100) = 64,48\%$ , 57,0% населения проживают в сельской местности и непосредственно вовлечены в сельскохозяйственное производство. Целесообразно улучшить инвестиционные процессы.

#### Литература

1. «Обращение Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева к Олий Мажлису» Народное Слово, 29 декабря 2018 года.
2. Абдурахманов, К.Х. и «Учебное пособие по человеческому развитию» - Т.: Экономика, 2013. - 542 с.

3. «Данные Госкомстата Республики Узбекистан и Кашкадарьинского областного управления статистики».

4. Устинова К.А. Факторы типологизации, влияющие на воспроизводство человеческого капитала / К.А. Устинова // Наука и образование: Хозяева и экономика; predprinimatelstvo; ошибки. - 2015. - № 7 (62). — С. 7-17.

*Амонс С.Е.*

*к.с-г.н., доцент,*

*Вінницький національний аграрний університет*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ**

Наша держава – традиційно успішна аграрна країна. Для ефективного розвитку сільськогосподарського виробництва вона має всі необхідні передумови: потужний виробничий та ресурсний потенціал, потужні трудові ресурси, наявність сприятливих природно-кліматичних умов для ефективного ведення аграрного бізнесу. Потрібно відмітити, що на даний час сільське господарство з головним його ресурсом – землею, є однією з основних галузей національної економіки та одним із головних чинників забезпечення продовольчої безпеки держави.

Проте, протягом останніх років спостерігаються негативні тенденції в розвитку вітчизняної аграрної галузі. Сюди можна віднести: структурну незбалансованість галузі; низьку ефективність її функціонування та забезпеченість необхідними матеріально-технічними ресурсами; незадовільний стан інфраструктури аграрного ринку; незавершеність земельної реформи; інноваційну непривабливість галузі; відтік кваліфікованих працівників та ін. [1, с. 46].

Стримуючим чинником розвитку сільськогосподарського виробництва, в першу чергу, є недостатній рівень інформованості сільського населення. Український аграрій відчуває істотні труднощі в отриманні ринкової інформації, консультаційних послуг правового, економічного і технологічного характеру, практично відсутня можливість підвищення кваліфікації.

Як показує практика, з боку селян, переважно власників особистих селянських господарств, дрібних і середніх підприємств, фермерів, голів сільських рад відчутно зростає попит на нові сучасні знання. У підприємницькій сфері найважчим є – прийняття управлінських рішень. Без потрібної, і насамперед об'єктивної інформації, вони можуть виявитися хибними.

В умовах динамічного розвитку галузі сільського господарства, впровадження інновацій, нових видів діяльності, нової продукції та товарів, дорадництво постає все більш вагомим складником аграрної сфери економіки. Його функціонування допомагає суб'єктам аграрного господарювання вчасно та правильно реагувати на сучасні виклики.

Правові засади здійснення сільськогосподарської дорадчої діяльності в Україні визначає Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність», який був прийнятий у червні 2004 року [2, ст. 8].

В Україні зареєстровано понад 70 дорадчих служб (ДС), переважна більшість яких була створена за рахунок фінансування міжнародного співтовариства, грантів, проектів і програм міжнародної технічної допомоги [3, с. 299].

Якщо говорити загалом, то ситуацію що склалася в українському дорадництві, можна оцінити як доволі складну. І, насамперед, через те, що на сьогодні не існує дієвої державної підтримки на національному рівні.

З одного боку, далася ознаки економічна криза в державі. Вона негативно позначилася на спроможності державного бюджету фінансувати сільськогосподарську дорадчу діяльність.

З іншого боку, на державному рівні, на жаль, є певне нерозуміння тієї ролі, яку відіграє малий та середній бізнес в українському аграрному секторі економіки. Хоча в сучасних умовах господарювання для нього дорадчі служби вкрай потрібні [4, с. 20].

Кадри - важливий ресурс в діяльності кожного господарюючого суб'єкта. В умовах, які постійно змінюються, вони повинні задовольняти дуже високі вимоги. Тому керівництво дорадчої служби повинно вдосконалювати методи добору та забезпечувати постійне підвищення кваліфікації своїх співробітників.

Вивченню особливостей добору кадрового потенціалу у сфері надання сільськогосподарських дорадчих послуг приділено недостатньо уваги, що вимагає подальших досліджень даного питання.

Процес створення в Україні сучасної та ефективної дорадчої служби ускладнюється рядом чинників, найважливішим з яких є недолік відповідним чином професійно підготовлених кадрів всіх категорій і на всіх рівнях.

Кадрова політика служби не обмежується лише тим, аби поставити потрібну людину на потрібне місце. Дорадчі організації ставлять собі за мету також розвивати співробітників і стимулювати їх працювати на досягнення цілей організації. Структура і чисельність співробітників дорадчих служб залежить від об'єму планованих робіт, а також вживаних технологій і технічних засобів, і повинна забезпечувати, в першу чергу, високу якість і оперативність виконання відповідних робіт.

Основою роботи по добору кадрів дорадчої служби є аналіз функцій. Цей процес включає збір і обробку інформації про функції. Аналіз функцій, що проводиться, в діяльності служби може виявити непотрібні вже види діяльності і, відповідно, непотрібні посади. Ліквідовуючи ці посади або корегуючи їх функції, можна підсилити консультативну службу, понизити непродуктивні витрати і значно підвищити ефективність роботи [5, с. 114].

Вивчення особливостей роботи (виявлення специфіки різних видів діяльності і вимог, що пред'являються до виконавця і його робочого місця) повинне проводитися систематично і в повному об'ємі.

До основних принципів добору персоналу ДС відносяться наступні: відповідність якостей кандидата переліку функцій, які йому належить виконувати; гармонійне поєднання корисних для справи якостей керівника служби і його підлеглих; поєднання досвідчених і молодих кадрів; облік психологічних характеристик працівників; поєднання працівників з різними знаннями (економічними, технологічними, технічними та ін.).

На основі проведеного аналізу функцій і вивчення особливостей роботи співробітників служби розробляються посадові інструкції, в яких описуються кваліфікаційні вимоги, необхідні для заняття даної посади (знання, рівень освіти, навички і здібності, фізичні характеристики, досвід і спеціальні вимоги); посадові обов'язки даного працівника, його права і відповідальність. Ці регламентуючі документи використовуються при проведенні підбору персоналу служби, при розробці програм навчання і підвищення кваліфікації працівників служби і тому подібне.

Основними цілями добору персоналу дорадчої служби є наймання необхідного числа компетентних співробітників при найменших витратах. Даний процес включає формування досить великої групи кандидатів з метою відбору з них найбільш кваліфікованих для заняття вакантних посад. Не існує одного "найкращого" способу підбору кадрів. Вони можуть бути залучені різними шляхами, залежно від специфіки посади.

Останнім часом все більше поширення отримує практика, коли кандидатів просять виконати яке-небудь виробниче завдання, що відображає суть його подальшої роботи (свого роду тестування). Ці тести можуть бути частиною анкетування або організовані під час співбесіди. По кожній з категорій співробітників дорадчої служби тести розробляються на основі їх посадових функцій і відносної значущості конкретних видів завдань у виконанні їх роботи.

Слід відмітити, що через специфіку роботи дорадчої служби для досягнення її цілей, важливе значення має мотивація персоналу. Дорадча служба працюватиме ефективно лише в тому випадку, якщо її співробітники особисто переконані в значущості своєї роботи, і в тому, що вони повинні виконувати свою роботу на високому рівні.

Таким чином, підбір, навчання і підвищення кваліфікації дорадників і працівників різних організацій, які надають відповідні інформаційно-консультативні послуги, - постійний і планомірний процес освоєння ними новітніх знань і умінь, що дозволяє істотно підвищити ефективність їх діяльності. Дорадник або експерт-дорадник в сільському господарстві повинен бути якісною «сумішшю» агронома, технолога, юриста та фінансового аналітика з глибинним знанням бухгалтерського обліку та механізмів оптимізації фінансових потоків.

Система добору та оцінки кадрового потенціалу дорадчої служби має бути економічно виправданою, втрати на її проведення повинні співвідноситись з перевагами, які можуть бути отримані внаслідок її реалізації і використання результатів роботи.

#### Література

1. Ведення агробізнесу в Україні. Український клуб аграрного бізнесу. 2018. 97 с. URL: [http://ucab.ua/files/Survey/Doing/DoingAgribusinessIn\\_Ukraine\\_2018.pdf](http://ucab.ua/files/Survey/Doing/DoingAgribusinessIn_Ukraine_2018.pdf) (дата звернення 15.03 2019).

2. Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» від 17 червня 2004 року № 1807 – IV // Верховна рада України: офіційна сторінка. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1807-15> (дата звернення: 14.01.2020).

3. Смігунова О.В. Джерела фінансування дорадчих служб в Україні. *Вісник Харків. нац. техн. ун-ту сіл. госп-ва ім. П. Василенка*. 2019. Вип. 200. С. 298-305.

4. Белова О.І. Проблеми та перспективи розвитку сільськогосподарського дорадництва в Україні. *Вісник Степу: наук. зб.* 2017. Вип. 14. С. 19-24.

5. Сільськогосподарська дорадча діяльність. Т.П. Кальна-Дубінюк та ін. / Навч. посіб. для дистанційного навчання. Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2012. 363 с.

*Байкенова Г.Г.*

*д.х.н., проф.*

*Сраилова Г.Н.*

*к.э.н., доцент,*

*Досмагамбетова Б.Б.*

*магістр*

*Карагандинский экономический университет*

*Казпотребсоюза, Республика Казахстан*

## **КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Деятельность любого предприятия можно охарактеризовать тремя словами: персонал, продукция, прибыль (доход). На первом месте, безусловно, находится персонал, поэтому возникает необходимость в его подборе и дальнейшем управлении персоналом.

Управление персоналом является одним из важнейших направлений деятельности организации и считается основным критерием ее экономического успеха. Можно иметь отличную технологию, но при неквалифицированном персонале работа будет загублена. Поэтому, ключевой составляющей предпринимательской деятельности является управление кадрами, технология управления персоналом.

Новый подход к управлению персоналом всё более базируется на признании приоритета личности перед производством, доходом, интересами организации. В соответствии с ней все системы управления нацелены на более полное использование способностей работника в процессе производства, что является основой эффективной деятельности организации.

Поэтому исследование роли подбора персонала, стилей и методов руководства является чрезвычайно актуальным в условиях современной экономики. Целью статьи является исследование роли кадрового обеспечения в управлении экономическими системами, в том числе и в управлении инновационными предпринимательскими структурами. Методической основой данной статьи является метод обобщения литературных источников.

В наиболее общем виде понятие – персонал предприятия охватывает всю совокупность наемных работников данного предприятия, выполняющих совершенно определенные задачи.

Персонал организации – это совокупность физических лиц, состоящих с организацией как юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором найма [1, с.62].

Объектом управления является персонал предприятий, организаций и учреждений. В качестве объекта следует рассматривать лишь трудовой коллектив, а не отдельного работника, ибо только коллектив нацелен на выпуск законченной продукции и подчинен действию всего комплекса законов и положений, определяющих действие системы в целом.

Под субъектом управления персоналом понимаем:

- 1) функциональный аппарат, управляющий процессами подготовки, приема, адаптации, перемещения производственных кадров и т.п.;
- 2) линейный управленческий персонал, осуществляющий руководство подчиненными подразделениями и коллективами;
- 3) различные рабочие, профсоюзные и др. общественные организации, выполняющих ряд функций по сплочению коллектива, его воспитанию и т.п.;
- 4) сюда должны быть включены неформальные лидеры, имеющиеся в коллективе [2, с. 29].

Трудовой потенциал – это совокупность физических и интеллектуальных качеств человека, определяющих возможность и границы его участия в трудовой деятельности, способность достигать в определенных условиях существенных результатов, а также совершенствоваться в процессе труда.

Без управления персоналом невозможно нормальное функционирование предприятий, фирм, организаций любых форм собственности. Для определения направления и основы работы с персоналом, общих и специфических требований к нему разрабатывается кадровая политика предприятия. Здесь же важную роль играет планирование персонала. Его целью является кратко-, средне- и долгосрочное определение его количественного и качественного состава, что обеспечивает не только развитие предприятия, но и его экономический рост. Эта цель достигается за счет оптимальной структуры персонала и наиболее полной реализации потенциала сотрудников и кадрового потенциала фирмы.

Стоит заметить, что наилучшее применение рабочей силы достигается при выполнении следующих условий:

- мотивация производительности (достигается при помощи систем поощрения
  - материальных, групподинамических и исходящих из рабочего задания);
  - развитие у сотрудников производственных навыков путем обучения и самообучения;
- обеспечение совместной работы при помощи оптимального структурирования групп совместно работающих сотрудников.

Основу планирования персонала составляют собранные и переработанные данные. В связи с трудностью получения этих данных на ряде предприятий могут возникнуть проблемы:

- планирование персонала производится без уверенности. Оно должно было бы исходить из различных предположений о развитии производства и его технологий. В распоряжении же имеются лишь те количественные методы

планирования, которые довольствуются существующей ситуацией с персоналом;

- информация о плановых переменных должна анализироваться с целью выяснения того, что мешает сбору и соединению данных. Должны быть найдены такие методы планирования персонала, благодаря которым данные, относящиеся к планированию, были бы переработаны.

В планировании персонала, независимо от его состояния, может быть выделено три направления:

1) Структурно определенное планирование – планирование в рамках основанного на разделении труда производственного процесса; определяются основные положения по применению рабочей силы. При этом речь идет, прежде всего, о том, как образуются отдельные рабочие места, какие поступают заявки на отдельного сотрудника и как достигается координированное сотрудничество между отдельными сотрудниками.

2) Индивидуальное планирование – принимается во внимание не общность или группа, а отдельный сотрудник.

Индивидуальное планирование персонала является необходимым в связи с тем, что:

– сотрудник в противоположность машине не является статичным, а развивается благодаря получению дополнительной информации и приобретению опыта;

– число возможных должностей в управленческой иерархии предприятия постоянно снижается, поэтому планирование персонала, ориентированное на перспективу, имеет целью предоставление в любое время для каждой должности необходимого сотрудника.

3) Коллективное планирование – на первый план выдвигается не отдельный член коллектива, а все сотрудники либо их отдельные группы. Планирование является не методом, а функцией управления персоналом, которая представляет собой деятельность по согласованию интересов работодателей и работников [3, с.118].

Исходя из вышеизложенного можно сделать выводы, что при использовании организационных инструментов нужно исходить, прежде всего, из того, что сотрудники являются индивидуумами. Что касается мотивации и квалификации, то организационные инструменты должны «направлять» поведение работников в процессе труда в русло интересов предприятия, предопределяя тем самым желаемые результаты. Кроме самих работников, объектами стратегического управления в отношении персонала могут быть также структура персонала, условия труда и др. При среднесрочном и долгосрочном управлении структурой персонала нужно постараться выявить оптимальную, с точки зрения многочисленных аспектов эффективности структуры. В целом, кадровое обеспечение является важным инструментом практической стороны предпринимательства и влияет на его эффективность и результативность.



## Литература

1. Пилявский В.П. Кадровое обеспечение предпринимательства: стили и методы управления персоналом // [Электронный ресурс] / <https://www.litres.ru/v-p-pilyavskiy/kadrovoe-obespechenie-predprinimatelstva-stili-i-metody-upravleniya-personalom/chitat-onlayn/> (Дата обращения 15.01.2020г)
2. Тонышева Л.Л. Инновационное предпринимательство: природа и выбор бизнес-модели // Известия высших учебных заведений: Социология. Экономика. Политика. № 3. – С. 29-33.
3. Шпильберг С.А. Кадровое обеспечение инновационной экономики // Вестник Сибирского Государственного Аэрокосмического Университета Имени Академика М.Ф.Решетнева. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovoe-obespechenie-innovatsionnoy-ekonomiki> (Дата обращения 12.01.2020 г)

*Барчук И. П.*

*старший преподаватель*

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

## **ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА**

Снижение себестоимости продукции - один из основных источников накоплений, обеспечения расширенного производства на основе ускорения научно-технического прогресса во всех отраслях сельскохозяйственного производства. Чем дешевле производство сельскохозяйственной продукции, тем большими возможностями будет располагать общество для снижения розничных цен на продовольственные товары, тем полнее будут удовлетворяться потребности людей, тем конкурентоспособнее будет продукция.

Для большинства сельскохозяйственных предприятий Могилевской области молочное скотоводство является отраслью, определяющей их экономическое и финансовое положение, поскольку производством молока в области занимаются практически все сельскохозяйственные предприятия, за исключением узкоспециализированных. Разработка наиболее важных направлений снижения издержек в молочном скотоводстве приобретает большое практическое и теоретическое значение.

Для установления направлений снижения себестоимости в молочном скотоводстве и выбора основных факторов, влияющих на главную цель животноводства нами был проведен предварительный анализ факторов.

Основным средством снижения себестоимости животноводческой продукции по-прежнему остается использование резервов и возможностей ее удешевления, заложенных в самом сельском хозяйстве. Повышение цен на промышленные товары воздействует на себестоимость продуктов животноводства во всех хозяйствах в одном направлении, однако уровень ее в разных предприятиях далеко не одинаков. Чем различаются хозяйства с высокой и низкой себестоимостью продукции? Ответ на этот вопрос позволит

выяснить, за счет каких элементов происходит удорожание производства молока.

Круг факторов, оказывающих влияние на величину издержек производства, весьма обширен, поэтому изучение закономерностей формирования и снижения себестоимости во многом зависит от обоснованности их отбора. Мы разделяем мнение экономистов, которые предлагают все факторы себестоимости разделить на экзогенные и эндогенные. Все внутрипроизводственные факторы можно в свою очередь условно подразделить на три группы: факторы состава элементов производства, факторы использования элементов производства, факторы – условия. Такая система классификации факторов себестоимости обеспечивает их дифференциацию по характеру влияния на размер издержек производства единицы продукции. Эта особенность отличает ее от других классификаций и создает предпосылки более успешного учета факторов при разработке мероприятий по снижению себестоимости.

Для более углубленного изучения дифференциации себестоимости производства молока в зависимости от определяющих ее факторов нами был использован метод статистических группировок. При этом из всего многообразия факторов были отобраны те, которые оказывают наиболее существенное влияние на структуру и уровень издержек производства. Исследование проводилось по материалам годовых отчетов хозяйств Могилевской области Республики Беларусь за 2018 год.

Изучение влияния внепроизводственных факторов на себестоимость молока было ограничено изучением взаимосвязи последней со стоимостью используемых в отрасли кормов. Стоимость кормов, формируясь вне процесса производства животноводческой продукции, тем не менее, в значительной степени определяет размер издержек. Так, с ростом стоимости кормов происходит удорожание молока на 17%, причем удорожание происходит в основном за счет роста затрат на корма. Эта статья расходов в себестоимости молока с увеличением стоимости кормов закономерно возрастает от группы к группе.

Изучение дифференциации себестоимости молока в зависимости от влияния на нее факторов состава элементов производства проведено на примере влияния уровня фондовооруженности и энерговооруженности труда, а также уровня механизации отдельных производственных процессов при производстве молока. В результате изучения установлено, что с увеличением энерговооруженности труда, степени механизации основных трудоемких работ издержки производства на 1 ц молока падают. Так, в хозяйствах, где затраты средств на единицу продукции ниже на 48,4 %, на каждого работника приходится на 6,09 % энергоресурсов больше. Выше здесь и степень механизации работ по обслуживанию молочного стада. Однако со снижением себестоимости молока наблюдается и снижение фондовооруженности работников производства. Таким образом, увеличение обеспеченности хозяйств энергетическими мощностями, внедрение и расширение механизации производственных процессов создает предпосылки для снижения себестоимости производства молока.

К основным факторам использования элементов производства в отрасли животноводства относятся такие как производительность труда, расход кормов на единицу продукции, продуктивность животных. Данные группировки хозяйств по уровню трудоемкости 1 ц молока показывают, что хозяйства, добившиеся более низких затрат труда на единицу продукции, имеют и более низкую себестоимость молока – производство молока обошлось на 12,8% дешевле. При этом в результате повышения производительности труда себестоимость снижается в основном за счет сокращения затрат по его оплате. Подобный характер связи наблюдается и между себестоимостью молока и расходом кормов на его производство. В хозяйствах пятой группы на 1 ц молока расходуется на 2,02 ц кормовых единиц, или на 68,47% больше, чем в хозяйствах первой группы. Здесь же оказалась выше себестоимость единицы продукции на 18,06%. Увеличение издержек производства при этом в преобладающей степени происходит за счет роста затрат на корма.

В молочном скотоводстве одним из основных факторов, определяющих дифференциацию себестоимости, является продуктивность животных. При увеличении последней себестоимость продукции снижается. В хозяйствах, где среднегодовой удой молока в 3,21 раз больше, себестоимость на 16,16% ниже. Одновременно со снижением общего размера затрат на единицу продукции происходит их сокращение по статьям. Связано это с тем, что при любом уровне продуктивности расход корма на поддержание жизнедеятельности организма животного остается одинаковым. В результате же повышения продуктивности животного часть корма сверх поддерживающего распределяется на большее количество продукции, что снижает его расход на каждую единицу. При повышении продуктивности животных сокращаются и затраты по оплате труда. Происходит это потому, что при повышении продуктивности снижаются затраты труда на единицу продукции, так как при более высокой продуктивности животных всегда приходится больше продукции на каждого обслуживающего их работника. То же можно сказать и о других расходах.

К наиболее обширной группе факторов себестоимости относятся факторы-условия. Их значение проявляется в создании условий для эффективного использования основных элементов производства, а это, в свою очередь, уже прямо и непосредственно определяет размер затрат на единицу продукции. Одно из центральных мест среди них занимает концентрация производства. Характер влияния этого фактора на себестоимость молока можно проследить по группировке хозяйств по размеру производства, а также по концентрации поголовья на одно хозяйство. В хозяйствах, производящих в среднем в 11 раз больше молока, себестоимость ниже на 13,22%. Подобные изменения себестоимости происходят и с увеличением концентрации поголовья на одно хозяйство. По мере роста концентрации поголовья коров на одно хозяйство себестоимость продукции снижается.

Концентрация производства непосредственно связана с его специализацией. Следствием специализации, как правило, является снижение себестоимости продукции. О правомерности такого вывода можно судить по данным группировки хозяйств области в зависимости от удельного веса молока

в структуре товарной продукции. В хозяйствах, где уровень специализации молочного скотоводства выше, эти затраты на 7,25% ниже. Лучше здесь используются и материальные средства.

Изучение уровня и структуры себестоимости молока, ее зависимости от ряда факторов показало, что изменение затрат во многом определяется степенью эффективности использования основных факторов производства. Это еще раз подтверждает, что показатель себестоимости дает возможность производить объективную оценку эффективности использования производственных ресурсов, а, следовательно, и эффективности производства, анализ же этого показателя позволяет находить пути ее увеличения.

*Баценко Л.М.*

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту*

*Сумський національний аграрний університет*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРАЦІВНИКА ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

На конкурентоспроможність підприємства впливають такі чинники, як наука, технологія, капітал, інфраструктура, інформація, робоча сила, управління, маркетинг. Однією з головних завдань на шляху в побудові ефективно функціонуючої економічної системи та реалізації практичного менеджменту є вирішення питань забезпечення підприємств, установ, організацій конкурентоспроможними фахівцями. Конкурентоспроможність персоналу безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства, адже які б нові технології не впроваджували, як би позитивно не впливали фактори зовнішнього середовища на його діяльність, без висококваліфікованого персоналу, готового до цих змін, підприємство не може домогтися бажаних результатів.

Розглядаючи конкурентоспроможність людини на ринку праці як економічну категорію, можна зіткнутися зі складністю даного поняття. Конкурентоспроможність характеризує якісну сторону працівника. Від рівня конкурентоспроможності залежить специфіка трудової поведінки, ступінь розвитку людського потенціалу. Аналіз наявних у науковій літературі визначень конкурентоспроможності працівника дозволяє чітко виділити два підходи: конкурентоспроможність розглядається або як специфічна здатність працівника до конкурування, або як комплексна, інтегральна характеристика. Так, Г.Н. Соколова вважає, що «конкурентоспроможність суб'єкта робочої сили на ринку праці визначає його здатність витримувати конкуренцію з боку реальних або потенційних претендентів на його робоче місце або претендувати самому на більш престижне» [5]. А за словами Грішнова О.А., - це відповідність якості робочої сили потребам ринку, можливість перемагати в конкуренції на ринку праці, тобто повніше, порівняно з іншими кандидатами, відповідати вимогам роботодавців за рівнем знань, умінь, навичок, особистих якостей [3]. Д.П. Богиня під конкурентоспроможністю працівника розуміє саме

сукупність не тільки якісних, а й вартісних характеристик, які забезпечують задоволення конкретних потреб роботодавців [1]. О.Б.Борисов визначає конкурентоспроможного фахівця як «продавця» професійних знань, умінь і навичок, а також відзначають, що фахівці конкурують між собою через робочі місця і працівникові потрібно чимало часу, щоб отримати статус конкурентоспроможного [2]. Аналіз робіт по психології показав, що дослідники позитивно ставляться до конкурентоспроможності як риси особистості. Російський психолог Л.М.Митина визначає конкурентоспроможність як успіх і досягнення в діяльності. Вчений зазначає, бувають ситуації, коли криза поширюється і на конкурентоспроможних фахівців, проте, вони легше переживають їх, і потім піднімаються на вищий щабель [4]. Автор зазначає, що «конкурентоспроможним тривалий час може бути тільки людина, яка займається улюбленою справою, незважаючи на значні часові та енергетичні витрати». Українські психологи підкреслюють, що конкурентоспроможна особистість - це завжди вільна особистість, тобто та, яка має здатність і можливість діяти у відповідності зі своїми інтересами і одночасно відповідно до пізнаних законів природи і суспільства (ринку). Конкурентоспроможної особистості властиві властивості адекватно розуміти і висловлювати власні інтереси. Проаналізувавши поняття конкурентоспроможності працівника, приходимо до висновку, що – це здатність до індивідуальних досягнень у праці, що представляють внесок в досягнення організаційних цілей, величина професійно-кваліфікаційного рівня працівників, що дозволяє їй власникам конкурувати за більш престижні робочі місця.

Працівник може бути визнаний конкурентоспроможним, навіть якщо він не володіє високим рівнем розвитку кожного з компонентів комплексної характеристики конкурентоспроможності. Найчастіше, для того щоб бути конкурентоспроможним, йому досить займати високі позиції по одному або декільком з критеріїв, тобто володіти конкурентною перевагою. В даний час працівник, наприклад, який володіє інформаційними технологіями, цілком конкурентоспроможний на ринку праці. Він може поступатися працівникам інших професій по ряду характеристик, але наявність даної характеристики робить працівника конкурентоспроможним.

В якості основного методу підвищення конкурентоспроможності працівників має виступати управління його конкурентоспроможністю, тобто цілеспрямована діяльність суб'єктів управління щодо конкурентоспроможності працівників. Однією з необхідних складових управлінського процесу є вибір стратегії управління. У основу формування арсеналу альтернативних стратегій можуть бути покладені керовані елементи комплексної характеристики конкурентоспроможності працівника, в тому числі: здоров'я працівника, освіта, кваліфікація, доходи, особисті якості працівника, результативність праці, функціональність професії. Відповідно, можна виділити наступні можливі приватні стратегії підвищення конкурентоспроможності працівника: оздоровлення працівника (підвищення загального рівня здоров'я працівника); підвищення освітнього рівня; підвищення кваліфікаційного рівня; збільшення доходу; вдосконалення особистих якостей (заходи по мотивування працівника,

розвитку комунікативних якостей і ін.); підвищення результативності праці (в тому числі за рахунок поліпшення організації та умов праці); посилення функціональності професії (перепідготовка працівника, придбання додаткової професії, що відповідає попиту на ринку праці, зовнішньому або внутрішньому).

#### Література

1. Богиня Д.П. Теоретико-методологічні аспекти дослідження робочої сили // Конкурентоспроможність у сфері праці. – К.: 2001. – С. 30–39.
2. Борисов А.Б. Большой эконоический словарь.1 М.: Книжный мир,1999. 895 с.
3. Грішнова О., Шпирко О. Конкурентоспроможність персоналу підприємства: критерії визначення та показники вимірювання. // Україна: аспекти праці. – 2004. - № 3. – С. 3-9.
4. Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособности личности /Л.М. Митина. М. Московский психологосоциальный институт; Воронеж:Издво НПО МОДЭК, 2003.
5. Соколова Г.Н. Экономическая социология: учеб. / Г.Н. Соколова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Филинь; Минск: Беларус. наука, 2000. — 376 с.

*Близнец А.С.  
студентка  
Петухович В.А  
ст. преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,  
Горки, Республика Беларусь*

## **АНАЛИЗ ДЕНЕЖНОЙ ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА**

Главным источником продовольствия во всем мире является сельское хозяйство, как основная составляющая агропромышленного комплекса

Продукция животноводства играет огромную роль в обеспечении населения продуктами питания, для многих отраслей промышленности является исходным сырьём для производства жизненно важных предметов потребления.

Цель исследования. Проведение анализа денежной выручки от реализации продукции животноводства на примере сельскохозяйственной организации.

Важность анализа производства продукции животноводства определяется тем огромным экономическим значением, которое имеет продукция для жизни людей, а также для перерабатывающих ее отраслей, которые используют ее в качестве сырья [2].

Животноводство - одна из важнейших отраслей сельского хозяйства. Уровень его развития существенно влияет на удовлетворение потребностей в продуктах питания, а для многих отраслей промышленности она является исходным сырьём для производства жизненно важных предметов потребления.

При проведении анализа реализации продукции животноводства необходимо провести факторный анализ денежной выручки от реализации продукции животноводства[3].

Информационной базой для проведения анализа послужили данные годовых отчетов КСУП «Совхоз Исток» Речицкого района Гомельской области.

Рассмотрим динамику состава структуры денежной выручки от реализации по видам продукции животноводства (таблице 1).

Таблица 1. – Динамика состава и структуры денежной выручки от реализации по видам продукции животноводства

Вид продукции	2017г.		2018г.		Отклонение (+/-) 2018 г. от 2017г.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	п.п.
КРС в ж. м. на мясо	993	32,31	899	29,29	-94	-3,02
КРС на племенные цели	-	-	120	3,91	120	3,91
Молоко цельное	2080	67,69	2048	66,73	-32	-0,96
Другая продукция животноводства	-	-	2	0,07	2	0,07
Продукция животноводства – итого	3073	100,00	3069	100,00	-4	-

Анализируя данные таблицы 1, можно сделать вывод, что в структуре товарной продукции животноводства в 2018 году наибольший удельный вес занимает выручка от реализации молока – 66,73 % . Значит долю занимает выручки от реализации КРС на мясо – 29,29 %. Удельный вес выручки от реализации остальных видов продукции животноводства незначителен.

За изучаемый период в структуре товарной продукции животноводства произошли следующие изменения: возрос удельный вес выручки от реализации КРС на племенные цели (на 3,91 п.п.) и другая продукция (на 0,07 п.п.).

К факторам, которые влияют на выручку (В), относятся: количество реализованной продукции (ВРП), цена реализации (Ц) [1].

Взаимосвязь перечисленных факторов и обобщающего показателя можно выразить следующей факторной моделью:

$$B=VRP \times C \quad (1)$$

где В – выручка от реализации, т.руб;

ВРП – количество реализованной продукции, т;

Ц – цена реализации 1 т., руб.

Для определения влияния перечисленных факторов на изменение выручки можно использовать способ цепных подстановок

Рассмотрим влияния факторов первого порядка на изменение денежной выручки от реализации продукции животноводства в таблице 2.

Таблица 2.– Расчет влияния факторов первого порядка на изменение денежной выручки от реализации продукции животноводства

Вид продукции	Кол-во реал-ной продукции, т		Цена 1 т, т.руб.		Выручка от реализации, т.руб.			Отклонение выручки от реализации, т.руб.		
	2017 г.	2018 г.	2017 г.	2018 г.	2017 г.	Усл.	2018 г.	общ.	в том числе за счет	
									объема ре-ии	цены
КРС в ж.м на мясо	431	391	2,3	2,3	993	899,3	899	-92	-92	-
Молоко цельное	3723	3482	0,56	0,59	2080	1949,92	2048	-30,5	-134,96	104,46

Анализируя данные таблицы 2, можно сделать вывод, что выручка от реализации КРС на мясо (в ж.м.) сократилась на 92 тыс. руб., за счёт снижения объёма реализации. Выручка по молоку уменьшилась на 30,5 тыс. руб., в т.ч. за счёт снижения объёма реализации выручка уменьшилась – на 134,96 тыс. руб. и увеличения цен выручка возросла на 104,46 тыс. руб.

В заключении анализа определим резерв увеличения выручки от реализации продукции животноводства, в первую очередь рассчитаем резерв увеличения производства продукции животноводства за счет увеличения окупаемости кормов рассмотрим в таблице 3.

Таблица 3. – Резерв увеличения производства продукции животноводства за счет увеличения окупаемости кормов

Вид продукции	Расход кормов на 1 гол, т к.ед.		Окупаемость 1 т к.ед., т	Резерв роста продуктивности, т	Планируемое поголовье, гол.	Резерв роста произ-тва, т
	факт	план				
КРС в ж.м. на мясо	4,3	4,1	0,8	0,16	1127	180,32
Молоко	2,9	2,7	0,1	0,02	2267	45,34

Из данных таблицы 3 видно, что в КСУП «Совхоз Исток» за счёт уменьшения расходов кормов на 1 гол возможно увеличение производства КРС в ж.м. на мясо на 180,32 т. и увеличение производства молока – на 45,34 т.

Кроме этого, определим резерв увеличения объёма производства продукции животноводства за счет роста поголовья животных и повышения уровня кормления.

Обобщим выявленные резервы увеличения объёма производства продукции животноводства в таблице 4.

Таблица 4. – Обобщение резервов увеличения объёма производства продукции животноводства

Источник резерва	Молоко	Прирост ж.м. КРС
Рост поголовья животных	390,50	18,98
За счёт окупаемости	45,34	180,32
Повышение уровня кормления	38,82	135,86
Итого	474,66	335,16
К фактическому объёму производства продукции, %	7,47	3,92



Данные таблицы 4 свидетельствуют о том, что резерв роста производства молока составляет 7,47 % от фактического уровня, прироста ж.м. КРС – 3,92 от фактического уровня.

Далее рассмотрим резерв увеличения объема реализации продукции в таблице 5.

Таблица 5. – Резерв увеличения объема реализации продукции

Вид продукции	Резерв увеличения производства, т	Возможный уровень товарности, %	Резерв увеличения объема реализации продукции, т
Прирост ж.м. КРС	335,16	70	234,61
Молоко	474,66	89	422,45

Из данных таблицы 5 видно, что в КСУП «Совхоз Исток» за счёт роста объёма производства продукции возможно увеличение объёма реализации молока – на 422,45 т и КРС на мясо (в ж.м.) – на 234,61 т.

Резерв увеличения выручки от реализации молока рассмотрим в таблице 6.

Таблица 6. – Резерв увеличения выручки от реализации продукции животноводства

Вид продукции	Резерв увеличения объема реализации, т	Среднереализационная цена, тыс. руб./т	Резерв увеличения выручки от реализации, тыс. руб.
Прирост ж.м. КРС	234,61	2,3	539,60
Молоко	422,45	0,59	249,25

На основании таблицы 6 видим, что резерв увеличения выручки от реализации молока составляет – 249,25 тыс. руб., прирост ж.м. КРС – 539,60 тыс.руб.

На основании произведенного исследования по анализу денежной выручки от реализации продукции животноводства можно сделать вывод, что в 2018 году наибольший удельный вес занимает выручка от реализации молока – 66,73 % . Удельный вес выручки от реализации остальных видов продукции животноводства незначителен. В КСУП «Совхоз Исток» за счёт уменьшения расходов кормов на 1 гол возможно увеличение производства КРС в ж.м. на мясо и увеличение производства молока ,за счёт роста объёма производства продукции возможно увеличение объёма реализации молока – на 422,45 т и КРС на мясо (в ж.м.) – на 234,61 т.

#### Литература

1. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г. В. Савицкая. - 3-е изд., испр. и доп. - Минск : РИПО, 2013. - 373 с.
2. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие/ Т.А. Поджидаева. - М.: КНОРУС, 2015.– 320 с.
3. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Под ред. Т.Б. Бердникова, 2015. – с.215.

*Бондар Н.М.  
д.е.н., доцент  
Бойко В.В.  
к.е.н, доцент  
Асмолова Н.О.  
студентка*

*Національний транспортний університет, Київ*

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ НЕРУХОМОГО МАЙНА**

Провадження підприємництва, як правило, передбачає використання відповідного рухомого та нерухомого майна. У більшості галузей важливе значення має саме нерухоме майно, завдяки якому здійснюється виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг.

Згідно закону України «Про інвестиційну діяльність» у складі нерухомого майна розрізняють будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності. Об'єктам нерухомого майна притаманні певні характеристики. З точки зору розуміння нерухомого майна як блага його можна характеризувати за ступенем корисності та за належністю сукупності юридичних прав. [1]

З точки зору розуміння нерухомого майна як джерела доходу воно може характеризуватися як складова засобів виробництва, за вартістю, ціною, через показники попиту та пропозиції.

Слід зазначити, що об'єкти нерухомого майна є різнорідними за фізичною формою, мають різні строки експлуатації, а їх вартість залежить не тільки від стану та корисності самих об'єктів, а й від місця їх розташування, економічного, природного, соціального оточення. Крім того, об'єкти нерухомого майна характеризуються майновими правами, можуть бути обтяжені зобов'язаннями, які так само потребують врахування під час оцінювання вартості об'єкта. [2]

Під час формування майна, необхідного для здійснення підприємницької діяльності, виникає питання визначення його вартості. У практиці оцінювання використовуються різні види вартості [3]:

ринкова вартість. Визначається як найбільш ймовірна ціна, за якою об'єкт оцінки може бути відчужений на відкритому ринку в умовах конкуренції та інформованості про його стан;

інвестиційна вартість. Використовується для вимірювання ефективності інвестицій в об'єкт оцінки для конкретного інвестора або групи інвесторів.

ліквідаційна вартість. Визначається ціною, за якою об'єкт оцінки може бути проданий за обмежений термін. Величина ліквідаційної вартості завжди менше ринкової вартості об'єкта.

кадастрова вартість. Встановлюється під час процесу державної кадастрової оцінки.

З метою отримання більш надійної оцінки вартості нерухомого майна оцінювачі застосовують три підходи, а саме: порівняльний, витратний, дохідний.

Порівняльний підхід оцінювання вартості нерухомого майна передбачає порівняння об'єкта оцінки з його аналогом. Це потребує наявності інформації про об'єкт-аналог та умови здійснення конкретної угоди. Це обмежує можливість застосування порівняльного методу оцінки нерухомого майна під час оцінки вартості унікальних об'єктів. Сам метод базується на принципах заміщення, збалансованості, попиту та пропозиції.

До переваг порівняльного методу оцінювання вартості нерухомого майна слід віднести: наявність статистичного обґрунтування, можливості внесення коригування, легке застосування за умов наявної достатньої інформації, врахування думок пересічних покупців та продавців. Недоліками порівняльного підходу до оцінювання вартості нерухомого майна є: відсутність типовості (усі угоди на ідентичні об'єкти укладаються в різних умовах, що впливає на вартість об'єкта; складність отримання повної інформації про фактичні ціни продажу ідентичних об'єктів; відсутність активного стабільного ринку, на якому продаються аналогічні об'єкти; існують складнощі в узгодженні даних про суттєві відмінності продажу, що призводить до неточності в оцінці вартості об'єктів. Витратний підхід до оцінювання вартості нерухомості передбачає визначення витрат, необхідних для забезпечення відновлення або заміщення об'єкта оцінки з урахуванням накопиченого ним зносу. При цьому припускається, що типовий покупець готовий заплатити за об'єкт не більше, ніж за створення об'єкта аналогічної корисності. Під час оцінювання використовується така інформація, як рівень заробітної плати, накладних витрат, витрат на обладнання, норми прибутку будівельних компаній у конкретному регіоні, ринкові ціни на будівельні матеріали. В основі витратного підходу оцінки вартості об'єкта нерухомого майна є принцип заміщення.

До переваг витратного підходу до оцінювання вартості майна належить: можливість оцінити вартість унікальних об'єктів; можливість використання для об'єктів, що продаються на слабо розвинених сегментах ринку; може застосовуватись для цілей страхування та оподаткування. До недоліків слід віднести: складність застосування для застарілих об'єктів із значним ступенем зносу; для отримання більш точної оцінки вартості об'єкта потребують вищих витрат на оплату праці оцінювачів; необхідним є окреме оцінювання земельної ділянки та будівель, що розміщені на ній.

У цілому, застосування витратного підходу до оцінки вартості нерухомого майна є доцільним у випадках проведення техніко-економічного аналізу нового будівництва, в цілях оподаткування, з метою страхування, а також для об'єктів, відомості про продажі на ринку яких практично відсутні.

Дохідний підхід до оцінювання вартості нерухомого майна передбачає врахування потенційного прибутку від володіння даним об'єктом оцінки. В основі обчислення вартості нерухомого майна на основі дохідного підходу є потенційні очікувані доходи від здачі його в оренду. Шляхом капіталізації таких очікуваних доходів обчислюють поточну вартість об'єкта нерухомого майна.

Ставка капіталізації при цьому визначається з урахуванням: вартості інтересу орендодавця, контрактної орендної плати, ринкової орендної плати, вартості інтересу власника, виду нерухомого майна, що оцінюється (земельна

ділянка, будинок, споруда тощо), ризики, пов'язані з отриманням доходу від оренди. [4] Основними перевагами дохідного підходу до оцінки вартості нерухомого майна є те, що: цей метод й більш прийнятним для об'єктів, які можуть приносити дохід; відображає уявлення інвестора про об'єкт нерухомого майна як джерело отримання доходу; дозволяє враховувати очікуваний інвестиційний дохід. Вадами цього підходу є: потреба у довгостроковому прогнозуванні очікуваного потоку доходу; існує потреба врахування впливу факторів ризику на очікуваний прогнозований дохід; досить складним є збір інформації про прибутковість аналогічних об'єктів. За допомогою дохідного підходу існує можливість легкого обчислення очікуваного інвестиційного доходу від об'єктів нерухомого майна. Це робить його зручним для інвесторів та інших учасників операцій на ринку нерухомості. В той же час, через нестабільність економіки, в умовах очікування кризи або підйому, отримані оцінки можуть суттєво змінюватись.

Як бачимо, різноманітність підходів до оцінювання вартості об'єктів нерухомого майна дозволяє підібрати такі, що найкращим чином враховують фізичну природу, спосіб використання, особливості економічної ситуації тощо. При цьому обов'язковим є використання декількох підходів. Найбільш імовірна оцінка вартості майна буде та, що перебуває між крайніми її значеннями.

#### Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність»
2. Драпіковський О.І., Іванова І.Б. Оцінка нерухомого майна: дві техніки дохідного підходу. Електронний ресурс. Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opac/search.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/MTP%5F2015%5F58%5F24%2Epdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opac/search.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/MTP%5F2015%5F58%5F24%2Epdf).
3. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В.А. Щербаков, Н.А. Щербакова. — М. : Омега-Л, 2006. — 288 с.
4. Сергієнко Н.В. Особливості застосування різних підходів при оцінці вартості майна підприємства в Україні // *Управління розвитком*. - 2013. - № 20.

*Бондар Н.М.*

*д.е.н., доцент*

*Національний транспортний університет, Київ*

*Юрченко А.С.*

*аспірантка*

*Національний транспортний університет, Київ*

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ВПЛИВУ ТАРИФІВ ЗА ПРОЇЗД ПЛАТНОЮ АВТОМОБІЛЬНОЮ ДОРОГОЮ НА ВИТРАТИ ПЕРЕВІЗНИКІВ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ**

Добробут населення та соціально-економічний розвиток країни неможливі без забезпечення комплексного розвитку галузей виробничої сфери і

транспортної інфраструктури. Інвестиції, що спрямовані на розвиток транспортної інфраструктури, зумовлюють відповідні збільшення обсягів інвестування й у галузі виробництва. Зростання ж обсягів виробництва продукції (ВВП) призводить до зростання обсягів суспільного та індивідуального споживання і зумовлює покращення добробуту країни у цілому.

Особливостями діяльності підприємств агропромислового комплексу та харчової промисловості є їхній безпосередній вплив на соціальний рівень життя населення. Потреба у забезпеченні доступності продуктів харчування незаможним верствам населення зумовлює необхідність контролю з боку держави за рівнем цін на відповідну продукцію. З іншого боку, виробники продуктів харчування несуть високі витрати, пов'язані не тільки із їх виробництвом та зберіганням, а й доставкою кінцевим споживачам/ Високий рівень останніх витрат зумовлений як низькою якістю існуючих об'єктів транспортної інфраструктури, так й значними затримками під час доставки через значні затори, зокрема існуючими автомобільним дорогами. Обмеженість бюджетних коштів не дає змогу уряду не тільки будувати нові магістралі, а й просто підтримувати у належному стані існуючі дорожні об'єкти. Це зумовлює актуальність сьогodнішньої уваги в Україні до залучення у галузь приватних інвестицій, зокрема до проектів нового будівництва на засадах концесії [1].

Реалізація інвестиційних проектів на засадах концесії передбачає здійснення приватними інвесторами фінансування проекту з подальшою експлуатацією об'єкта протягом певного періоду. Відшкодування понесених інвесторами витрат та отримання прибутку здійснюється шляхом стягнення платежів з користувачів дороги. Тому виникає питання встановлення обґрунтованого розміру тарифу, що стягуватиметься з користувачів, у тому числі й з перевізників продуктів харчування [2]. Така величина тарифу буде мати мінімальний вплив на загальну суму витрат перевізника на доставку.

Вибір методу досліджень базувався на гіпотезі, що максимальний розмір тарифу, що може стягуватись з перевізників продуктів харчування за проїзд платною автомобільною дорогою, не повинен перевищувати вигід, які вони при цьому отримують. Для визначення такого рівня тарифу авторами розроблена і запропонована модель транспортних потоків, що базується на положеннях теорії конкурентної безкоаліційної рівноваги. Передбачається, що правила, за якими водії обирають маршрут руху відповідають поведінковим принципам користувачів транспортної мережі, які згодом отримали назви першого і другого принципів Wardrop [3]:

- 1) користувачі мережі незалежно один від одного обирають маршрути руху, що забезпечують їм мінімальні транспортні витрати;
- 2) користувачі транспортної мережі обирають маршрути руху таким чином, що забезпечуються мінімальні загальні транспортні витрати в мережі.

Виходячи з першого принципу Wardrop, у разі однакової величини витрат на рух по платній та альтернативній дорогах можна очікувати, що користувачам буде байдуже, який маршрут (платний або безкоштовний) обрати для свого руху [4]. Цільовою функцією перевізника буде мінімізація загальних витрат на доставку:

$$f(C) \rightarrow \min. \quad (1)$$

Функція загальних витрат перевізника може бути подана у вигляді

$$f(C) = f(t) + f(P) + f(p), \quad (2)$$

за наступних обмежень:  $t > 0, P > 0, p \geq 0$ .

де  $f(t)$  – функція витрат, пов'язана з часом доставки продуктів харчування;

$f(P)$  – функція витрат, пов'язана із спожитими на доставку паливо-мастильними матеріалами;

$f(p)$  – функція витрат, пов'язана з величиною тарифу, що стягується за проїзд маршрутом.

Побудуємо модель, що дозволяє визначити рівень тарифу, за якого користувачам буде байдуже, який маршрут обрати.

У моделі передбачається використання наступних параметрів:

Вхідні параметри:

$Q$  – загальний транспортний потік перевізників харчових продуктів, який може бути розподілений між платною і альтернативною (безкоштовною) автомобільними дорогами (кількість автомобілів на добу);

$S_a$  – довжина альтернативного маршруту руху, км;

$S_{\Pi}$  – довжина платного маршруту, км;

$t_a$  – фактичний час руху по альтернативному маршруту, год;

$t_p$  – розрахунковий час руху за платним маршрутом, год;

$c_r$  – значення вартості одиниці часу для користувача послуг, у гривнях за годину. Може прийматись на рівні: вартості часу зберігання продуктів харчування (для тих, що швидко псуються), годинної тарифної ставки тощо;

$p_{ta}$  – ставка тарифу, що стягується за 1 км альтернативного маршруту, у вартісних вимірниках;

$p_{t\Pi}$  – ставка тарифу, що стягується за 1 км платного маршруту, у вартісних вимірниках;

$PM_a$  – витрачання паливно-мастильних матеріалів за нормами умов експлуатації транспортних засобів по альтернативній дорозі, у вартісних вимірниках;

$PM_{\Pi}$  – витрачання паливно-мастильних матеріалів за нормами умов експлуатації транспортних засобів по платній дорозі, у вартісних вимірниках;

$VP_a$  – вартість проїзду для користувача альтернативним маршрутом, у вартісних вимірниках;

$VP_{\Pi}$  – вартість проїзду для користувача платним маршрутом, у вартісних вимірниках;

$p_{t\Pi}^*$  – величина тарифу для перевізників продуктів харчування за проїзд 1 км платною автомобільною дорогою, за якого їм буде байдуже, якою дорогою рухатись (платною або альтернативною - безплатною), у вартісних вимірниках.

Розглянемо зміст запропонованої автором статті моделі.

Вартість проїзду (ВП) для користувача можна визначити, виходячи з співвідношень:

а) альтернативною дорогою:

$$ВП_a = t_a \cdot c_r + ПМ_a + p_{ta} \cdot S_a; \quad (3)$$

б) платною дорогою:

$$ВП_{\Pi} = t_p \cdot c_r + ПМ_{\Pi} + p_{t\Pi} \cdot S_{\Pi}. \quad (4)$$

Користувачам буде байдуже, який маршрут руху вибрати, якщо їх витрати за можливими варіантами проїзду будуть однакові, тобто:

$$ВП_a = ВП_{\Pi} \quad (5).$$

Враховуючи, що проїзд по альтернативній дорозі безкоштовний, тобто  $p_{ta} = 0$ , шукана величина тарифу за проїзд 1 км платної автомобільної дорогою буде розраховуватися як:

$$p_{t\Pi}^* = \frac{c_r \cdot (t_a - t_p) + ПМ_a - ПМ_{\Pi}}{S_{\Pi}}. \quad (6)$$

У разі встановлення тарифу на цьому рівні, вплив витрат перевізника за проїзд платною автомобільною дорогою на загальну вартість доставки продуктів харчування буде мінімальним.

#### Література

1. Бондар Н.М. Розвиток транспортної інфраструктури України на засадах державно-приватного партнерства: монографія / Бондар Н.М. – К.: НТУ, 2014. – 336 с.
2. Бондар Н.М. Обґрунтування рівня тарифів на проїзд платною автомобільною дорогою для перевізників харчових продуктів / Бондар Н.М. // Ukrainian Food Journal, 2014. - Volume 3, Issue 1 – 159 pp. (p. 19-25).
3. John G. Wardrop. Some Theoretical Aspects of Road Traffic Research. / Wardrop J. G. Proceedings of the Institution of Civil Engineers, 1952. – Part II, Volume I, pp. 325-362.
4. Kevin Cheung, John W. Polak. Bayesian approach to modelling uncertainty in transport infrastructure project forecasts. Paper presented at the European Transport Conference, Noordwijk. Available at: [http://80.33.141.76/pashmina\\_models/ attachments/MODELLING\\_UNCERTAINTY\\_TRANSPORT.pdf](http://80.33.141.76/pashmina_models/attachments/MODELLING_UNCERTAINTY_TRANSPORT.pdf)

*Буняк Н.М.*

*к.е.н., доцент*

*Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки*

*Мельникова А.О.*

*студентка*

*Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки*

## МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ САМОРОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА

Результативність функціонування будь-якої сучасної організації безпосередньо залежить від багатьох факторів. Одним з них є вміння менеджерів раціонально організувати не тільки працю своїх підлеглих, але й власну,

знаходячи оптимальні умови й адекватні шляхи розв'язання управлінських завдань. Більшість видів управлінської діяльності вимагають від менеджерів високого рівня індивідуального розвитку, який є неможливим без уміння самомотивувати себе до діяльності. Адже, якщо керівник не може самостійно спонукати себе до досягнення поставлених цілей, то він нездатний ефективно впливати на поведінку підлеглих йому працівників. Зростання потреби у фахівцях якісно нового рівня обумовлює необхідність вивчення мотиваційних аспектів саморозвитку сучасного менеджера.

В загальному розумінні самомотивація – це здатність особи тривалий час обходитись без зовнішнього підкріплення своїх дій та контролю, зокрема й у стресових ситуаціях. Подібні вміння найчастіше притаманні людям, якими керує бажання працювати якомога краще та розкривати власні таланти й можливості. Ось чому самомотивацію доцільно розглядати як певну життєву позицію, яка спонукає людину шукати нові способи застосування своєї енергії та потенціалу в професійній діяльності, а не як управлінську характеристику. В організаціях ця позиція притаманна, насамперед, керівникам середнього та вищого рівня управління, а також фахівцям з високим рівнем професіоналізму. Завдяки самомотивації вони стають активними суб'єктами управління власним життям. Внутрішньо вмотивований фахівець демонструє готовність до власного саморозвитку, а також бажання виявляти ініціативу, продукувати креативні ідеї, нарощувати свій менеджерський потенціал.

Відмінність самомотивації від мотивації полягає в тому, що під час самомотивації відбувається цілеспрямоване розкриття особистістю структури мотиву; цілеспрямований пошук та рефлексія внутрішніх мотивів (або мотиваторів) самоорганізації особистості у власній свідомості, їх прийняття, вербалізація та застосування через вольовий акт, результатом чого є досягнення мети самоорганізації [3].

На практиці здатність до самомотивування – це дуже цінна характеристика працівника організації, яка демонструє, що йому подобається робота та її змістове наповнення, а гроші та інші матеріальні цінності є для нього вторинними.

Виділити три різновиди самомотивації:

- стихійну, яка є типовою для більшості людей та характеризується динамічністю, дефіцитом стійких цілей і мотивів;
- ситуаційну, що пов'язана з намаганням працівника не помилятися в процесі діяльності в майбутньому під впливом негативного досвіду;
- постійну, яка активізує інтелектуальний розвиток людини та передбачає наявність зважених, обміркованих цілей [2, с. 88].

Незважаючи на те, що самомотивація є дуже індивідуальною й кожна особистість обирає найбільш дієвий для себе спосіб спонукання до діяльності, вона охоплює кілька етапів:

- постановка цілей;
- позитивне закріплення образу цілі;
- постановка завдань, які необхідно виконати;
- розробка стратегії – розподілення загальної мети на менші цілі;



- отримання задоволення на кожному «кроці» досягнення цілі;
- самоаналіз і помірні критика [4, с.117].

Варто зазначити, що самомотивація на психоемоційному рівні передбачає визначення мети та результатів самоорганізації менеджера у контексті його саморозвитку. Основними мотиваторами, які спонукають його до самовдосконалення є:

- мотиватори, які пов'язані із ставленням менеджера до життя загалом (бажання мати матеріальні блага, краще жити, уникнути неприємностей тощо);
- мотиватори, які пов'язані із ставленням менеджера до працівників організації (бажання мати хороші взаємини з колегами по роботі, прагнення до альтруїзму, можливість допомагати іншим);
- мотиватори, які пов'язані із ставленням менеджера до самого себе (бажання отримати повагу оточуючих, самореалізації тощо) [1, с.129].

Основними складовими елементами системи самотивування менеджера, на нашу думку, є: наявність чітких цілей та заходів щодо їх досягнення; саморегуляція; моніторинг виконання окремих кроків на шляху досягнення цілей; самодисципліна.

Головною рушійною силою внутрішньої мотивації є наявність актуальних для особистості цілей, які відповідають її ціннісним орієнтаціям, та внутрішнього бажання їх досягнути. Заразом слід врахувати, що будь-яка мета має сенс тільки тоді, коли чітко визначенні терміни її досягнення, а також результати, які очікуються. Адже неможливо щось робити із задоволенням, якщо незрозуміло для чого це.

Важливе місце в системі самомотивації менеджера займає розробка комплексу дієвих заходів щодо досягнення встановлених цілей, тобто плану, який повинен чітко визначити, що треба зробити, як це треба зробити і в якій послідовності. В процесі планування необхідно також враховувати принципи та правила трудового розпорядку.

*Моніторинг* виконання окремих кроків на шляху досягнення цілей повинен передбачати запис справ, які були виконані упродовж дня, а також визначення причин недостатньої ефективності, які вимагають додаткової уваги. Особистість зазвичай відчуває задоволення від прогресу в просуванні до мети.

Важливе місце в процесі самомотивації займає саморегуляція особистості, яка передбачає адекватну самооцінку; чітку організацію власної діяльності, раціональний розподіл життєвих сил та часу, актуалізацію потреби в подальшому саморозвитку, переборювання короткотривалих бажань заради досягнення глобальної мети.

Водночас мотивація без самодисципліни – це не більше як намір. Вона необхідна для виконання всіх запланованих справ, досягнення успіху як на роботі, так і особистому житті, звільненні від будь-яких залежностей тощо.

Одним з дієвих інструментів посилення дії позитивного підкріплення на шляху досягнення поставленої мети є рефреймінг (спеціальний прийом, який дозволяє змінити сприйняття явищ, що розглядаються, побачити ситуацію під іншим, незвичним для особи кутом зору). Практика показує, що люди, які систематично застосовують цей психологічний прийом, зазвичай отримують

більше задоволення від своєї професійної діяльності, а також є більш успішними в самореалізації.

Загалом базові принципи саморозвитку менеджера зумовлені тим, наскільки він хоче (має самомотивацію) та може (має певні знання, вміння, навички) працювати в напрямку свого самовдосконалення.

Отже, сучасні економічні реалії формують нові вимоги до рівня кваліфікації управлінського персоналу, його вміння швидко адаптуватись до нових умов господарювання, вчитися та застосовувати у практичній діяльності здобуті знання. Самомотивування – це відмінна якість успішного менеджера та неодмінна умова успіху будь-якого його починання. Керуючи своєю мотивацією, забезпечуючи гармонізацію своїх «хочу» та «повинен» шляхом оптимального використання власного потенціалу він може досягти значних результатів у професійній діяльності та особистому житті.

#### Література

1. Даниленко-Кульчицька В. А. Особливості використання самоменеджменту у діяльності сучасних вітчизняних менеджерів. *Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка*. 2014. Вип. 694-695. С. 128-131.

2. Золотарьова О. В. Самомотивація як важливий чинник індивідуальної діяльній мобільності. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2016. №1. С. 85-98.

3. Мирончук Н. М. Самомотивація як складова самоорганізації викладача у професійній діяльності. *Проблеми освіти*. 2018. Вип. 88 (Ч. 2). С. 65-74.

4. Мочалова М. С. Самоорганізація, мотивація и самомотивація как основа успешной учебно-профессиональной деятельности студентов физкультурных вузов. *Ученые записи университета имени П.Ф. Лесгафта*. 2012. № 9 (91). С.115-118.

*Буренко К.Р.*

*студентка факультету менеджменту*

*Запорізький національний університет*

*Онищенко О.А.*

*к. н. держ. упр., доцент*

*Запорізький національний університет*

## **ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Показники економічного розвитку України останніх років [8; 9] свідчать про відносно стабільну економічну ситуацію та подолання негативних тенденцій, що склалися, починаючи з 2012 року. Тим не менш, за загальними прогнозами ділової активності та в порівнянні з іншими країнами Східної Європи, підприємницький сектор вітчизняної економіки відрізняється повільним темпом розвитку, що й актуалізує необхідність вирішення проблем впровадження дієвих механізмів підвищення його ефективності.

Питання розвитку вітчизняного менеджменту розглядається багатьма українськими науковцями, серед яких: Б. П. Будзан, В. Г. Герасимчук, Г. В. Щокін, А. Л. Гопоненко, А.М. Орлова, В.В. Ільїна та інші.

Так, професор Б. П. Будзан, досліджуючи особливість українського менеджменту, зазначає, що держава потерпає від кризи управління, чому сприяє некеріваність, до якої призвели наслідки порушення соціальних структур через надмірну централізацію [2].

Узагальнення теоретичної бази з питань проблем сучасного менеджменту дозволяє виділити окремі найбільш актуальні виклики для формування ефективної системи вітчизняного менеджменту [7]:

- недостатність інформації, недостатній рівень кваліфікованості управлінця, яка у майбутньому призводить до прийняття неправильних рішень і дій;
- навмисне скорочення кількості робітників або повне закриття підприємства через відсутність шляхів вирішення більш складних проблем, що виникають;
- надмірна численність і мала ефективність штабного апарату сучасних підприємств;
- слабка нематеріальна мотивація робітників;
- дефіцит уваги до аналізу ринку;
- недотримання рівня якості вітчизняної продукції.

Український підприємства перш за все орієнтується на отримання прибутку, через це майже повністю відсутній творчий підхід. Тому для вирішення проблем у сучасному українському менеджменті необхідним є впровадження нових методів освіти з управління, навчання управлінців та підвищення кваліфікації топ-менеджерів. Сьогодні ж можна спостерігати явище, коли підлеглі менеджери середньої ланки мають вищий рівень освіти за управлінців керівної ланки, яка має до того ж і нижчий рівень знань зі спеціальності.

Повна зацікавленість тільки у прибутку сучасних підприємств призводить до ігнорування інтересів споживачів, але слід пам'ятати, що бізнес існує тільки завдяки клієнтам. Якщо орієнтуватися на це правило, то й отримання прибутку стане логічним наслідком підприємницької діяльності, зорієнтованої на споживача.

Також однією із важливих проблем є конкуренція та відсутність бажання або вміння співпрацювати, що призводить до найрізноманітніших проблем в організаціях. У більшості випадків це відбувається через надмірну централізацію процесу прийняття управлінських рішень в організації. Керівник впевнений, що тільки він розуміє як чинити правильно й повністю ігнорує думку інших, що у подальшому призводить до проблем, в яких, на думку керівника, винні співробітники. У разі ж успішного подолання криз – навпаки – тільки «завдяки особистим зусиллям керівника». Таким чином, саме через недовіру власників бізнесу до найманих професіональних менеджерів ускладнюються такі необхідні для підвищення ефективності діяльності підприємств процеси делегування повноважень.

Ще одним недоліком сучасного менеджменту є небажання до змін – топ-менеджери майже до останнього намагаються зберігати непорушність процесів у компанії, пишаються мінімальними досягненнями і минулими заслугами, які колись призвели до успіху. Зупинятися в розвитку, навіть за умов попередніх успіхів, неможна. Подібні недоліки системи управління за масштабами є найсуттєвішими.

Таким чином, для вирішення існуючих проблем менеджменту в Україні доцільно запропонувати наступні шляхи :

- проводити підвищення кваліфікації підлеглих і модернізувати систему мотивації;
- без страху долати кризові явища і вміти запобігати проблемам, які трапляються на шляху підприємства;
- обов'язково впроваджувати в систему сучасних методів управління та користуватися успішними експериментами зарубіжних організацій;
- проводити внепланові збори, на яких кожен з працівників може висунути свої пропозиції та ідеї щодо поліпшення роботи компанії;
- ретельно підходити до відбору кадрів, формувати колектив з людей, які вміють і хочуть працювати;
- створювати сприятливий корпоративний «клімат» в організації який потім буде позначатися на продуктивності праці в компанії.

Отже, розв'язання існуючих проблем українського менеджменту вимагає бездоганної системи управління, для досягнення якої потрібно впроваджувати новітні методи управління, залучати провідних фахівців, які допоможуть усвідомити власні недоопрацювання й помилки, що призводять до виникнення проблем. Формулою успіху будь-якої організації є саме людські ресурси, тому більшість компаній вкладає кошти у працівників, а саме – у їхній розвиток – і це вірний шлях, а від управлінців, у свою чергу, залежить успішне існування організації загалом, тому процеси удосконалення потрібно починати саме з керівної ланки.

#### Література

1. Алієв Г., Миронов Ю. Перспективи розвитку менеджменту в Україні. *Студентський науковий вісник «Керівник.ІНФО»*. URL: <http://kerivnyk.info/2012/03/aliev.html> (дата звернення: 01.12.2019)
2. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. Київ: Основи, 2001. 349 с.
3. Іванова Т.В. Сучасні проблеми та перспективи розвитку менеджменту. Сучасні проблеми менеджменту : матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції (28 жовтня 2016 р.) Київ : Національний авіаційний університет, 2016. С. 35.
4. Івах С., Коханова О. Сучасні проблеми українського менеджменту. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1431> (дата звернення: 01.12.2019)
5. Колесніков Г. Вплив ментальності українського народу на політико-економічні процеси в суспільстві. *Проблеми педагогічних технологій: Збірник наукових праць*. Луцьк: 2000. №2. С. 13-20.

6. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми теорії та практики. Львів: Львівська комерц. академія, 2006. 206 с.

7. Щокін Г.В. *Практична психологія менеджменту: Як зробити кар'єру*. Київ: Україна, 2004. 399 с.

8. Економічні підсумки та перспективи України: прогрес, регрес чи статус-кво? *Міжнародного центру перспективних досліджень*. URL: <http://icps.com.ua/ekonomichni-pidsumky-ta-perspektyvy-ukrayiny-progres-rehres-chy-status-kvo/> (дата звернення: 01.12.2019)

9. Україна-2019. Економічний розвиток – загалом позитивний. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 01.12.2019)

*Бучко М.О.*

*курсант*

*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

*Соломіна А.В.*

*доцент*

## **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Розробка стратегії діяльності – один із способів забезпечити виживання та ефективне функціонування сільськогосподарським підприємствам в конкурентному середовищі. У літературі виділяють три головні види стратегій розвитку підприємства, кожна яка обґрунтована економічним станом [3, с. 68]:

1) стратегія зростання відображає намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капіталовкладень;

2) стратегія сталості або стабілізації характеризує прагнення підприємства зберегти досягнуті обсяги виробництва в умовах суттєвої нестабільності обсягів прибутку та продажу ;

3) стратегія виживання або скорочення – оборонна стратегія в умовах глибокої кризи діяльності підприємства. Стратегію зростання обирають сільськогосподарські підприємства, які функціонують у динамічних галузях з швидко змінною технологією.

Стратегії зростання передбачають розширення підприємства через концентрацію, інтеграцію чи диверсифікацію [1, с. 110].

Стратегії розвитку для сільськогосподарських підприємств переважно здійснюють через такі способи як збільшення їх розмірів, застосування сучасних підходів керування, поглинання конкуруючих підприємств, злитті та створення спільних підприємств. Для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств стратегія зростання має стати пріоритетною при плануванні діяльності. Слід зазначити, що лише збільшення розміру підприємства не приведе до розвитку сільськогосподарського підприємства. При цьому необхідно розробити стратегічний набір, який буде узгоджений з специфікою діяльності та розвитку підприємства [2, с. 108].

Стратегія стабілізації характерна сільськогосподарським підприємствам, які зосереджені на вже існуючих видах діяльності та спрямовують усі сили на їх підтримку. Вище зазначена стратегія характерна для підприємств, які функціонують у сформованих галузях із застосуванням стабільної технології. При застосуванні стратегії сталості, управлінці ставлять за мету в майбутньому дотримуватися вже давно діючої стратегії та утримання завойованої частки ринку, але при такому ході дій підприємство ризикує вчасно не зреагувати на зміни в зовнішньому середовищі. Найчастіше, стратегія сталості викликається інфляцією. Даний тип стратегії може обиратися лише фінансово стійкими сільськогосподарськими підприємствами на певний строк. Як правило, такі сільськогосподарські виробничі одиниці працюють за сучасними технологіями виробництва.

Сільськогосподарським підприємствам з нестабільним фінансовим станом в умовах динамічної зміни зовнішнього середовища неможливо забезпечити стабільність діяльності на тривалий період. Для таких фінансово нестійких аграрних підприємств слід обирати стратегії скорочення [2, с. 109].

Стратегію виживання, а також в економічній літературі її називають стратегією скорочення, сільськогосподарські підприємства обирають в умовах тяжкої кризи, інфляції та загальної нестабільності. Використовуючи стратегію виживання, господарство має на меті пристосуватися та знайти шляхи функціонування в існуючій ситуації. Існують такі стратегії нижчого порядку реалізації стратегії виживання, як стратегія розвороту, відокремлення та ліквідації [1, с. 111]. Вибір стратегії доцільно здійснити шляхом проведення круглих столів з застосуванням методів «штурму» та мозкової «атаки» за участю державних структур, органів місцевого самоврядування, громадських професійних організацій (на рівні підприємства – керівників та головних спеціалістів за участю дорадчих служб) з метою розробки заходів і визначення кількісних характеристик розвитку агропромислового комплексу підприємства з урахуванням часових рамок та раціонального використання інвестиційного потенціалу та в кінцевому результаті на основі виділених проектів складання програми стратегічного та середньострокового розвитку і річного виробничого плану.

Отже, в процесі розробки стратегій сільськогосподарським підприємствам необхідно визначити стратегічні пріоритетні напрями розвитку серед альтернативних стратегій та обґрунтувати механізм їх реалізації в існуючому середовищі.

#### Література

1. Алимов О. М. Балансування стратегій в стратегічному наборі підприємства. О. М. Алимов, І. А. Ігнатієва. Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 109-115.
2. Єрмаков О. Ю. Методологія формування стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств. О. Ю. Єрмаков, О. О. Лайко. Науковий вісник нац. університету біоресурсів і природокористування України. – 2014. – №200, ч. 2: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – С. 107-114.

3. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг : стратегический поход. Дж. О'Шонесси; [пер. с англ. Под ред. Д.О. Ямпольской]. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.

*Винник М.П., Куценко Д.А.  
студенти*

*Запорізький національний університет*

*Олійник О.М.*

*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В УКРАЇНІ**

Обов'язковим інструментом управління персоналом є мотивація тому, що вона визначає взаємовідносини між співробітниками і підприємством. Система мотивації поєднує в собі різноманітні інтереси найманих робітників та роботодавців. Тобто, мотивація сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства в цілому за умови, що працівники цього підприємства будуть відповідально ставляться до своїх обов'язків і зацікавлені особисто у розв'язанні проблем і задач, то результати поставленої мети будуть втішними.

Система мотивації об'єднується в п'ять відносно самостійних елементів: матеріальне стимулювання, поліпшення якості робочої сили, вдосконалення організації праці, залучення персоналу в процесі управління і нематеріальне стимулювання.

В Україні прийнято вважати, що найкраща нагорода за працю – гроші, безумовно цей метод відіграє велике значення в мотивації персоналом, але постійне зростання її рівня не сприяє як підтриманню активності на певному рівні, так і росту виробництва праці в цілому. Оплата праці може бути корисною щодо досягнення короткострокових підвищень у виробництві. Зрештою відбуваються певні накладки або звикання до цього виду впливу. Одноманітний вплив на персонал лише грошовими методами не може привести до довгострокового підвищення виробництва [1, с. 55].

Західні менеджери з управління персоналом відводять значну роль нематеріальним способам мотивації ніж грошовим, адже середня заробітна плата за кордоном вища ніж в Україні в декілька раз. Саме тому в розвинених країнах набуває поширення соціальна мотивація, яка полягає у прагненні працівників задовольняти свої духовні потреби. Працівник бажає відчувати свою важливість, хоче розвиватися, брати активну участь у житті фірми тощо. Звичайно така тенденція розвивається і на теренах нашої країни, але темпи її розвитку не такі стрімкі як би хотілось.

Доцільно розглянути мотивацію персоналом за кордоном, а також який саме має вигляд мотивація по-іноземному. Мотивацію персоналом у США можна охарактеризувати як «пряники по американські», адже дану країну можна віднести до ідеологів сучасних методів ведення бізнесу.

Велику увагу американці приділяють підвищенню кваліфікації своїх працівників. На їхніх підприємствах витрати на усі види навчання складають практично 800 млн доларів на рік. Навчання, на думку американців, сприяє підвищенню індивідуальної трудової віддачі і збільшенню прибутку підприємства [2, с. 114]. Більшість американських підприємств надають своїм співробітникам медичне страхування за рахунок коштів підприємства, програми підвищення кваліфікації, корпоративні обіди і багато інших різноманітних заохочень.

Варто відмітити досвід мотивації персоналом підприємств такої країни як Франція. Практично 69 % жителів Франції вважають кращою нематеріальною мотивацією - гнучкий графік роботи. Не менш важливими французи рахують медичне і соціальне страхування за рахунок компанії, а також допомогу у виплаті кредитів.

Щодо досвіду мотивації персоналу на підприємствах такої країни як Японія, то її можна охарактеризувати як «японська стабільність». У Японії людина влаштовується на роботу на все життя. Підприємство, на якому працює фахівець, стає практично другою сім'єю. Отже, нематеріальна мотивація співробітників здійснюється за психологічною схемою «батько-син», де батьком виступає компанія, а сином – співробітник [3, с. 89]. Компанія – роботодавець докладає зусилля для сприяння отриманню кредиту працівником, а в деяких випадках сама кредитує співробітників за нульовою ставкою кредитування. Крім того вона може брати на себе витрати на підвищення кваліфікації працівника та на навчання його дітей. В традиції японського менеджменту надання/наймання/забезпечення житлом співробітників компанії. Окремі фірми можуть брати участь у фінансуванні та організації спортивних та інших соціальних заходів.

У Нідерландах основна роль, яка визначає зацікавленість і трудову активність працівників, відводиться пільгам і компенсаціям. Якщо у співробітника виникла необхідність в консультації лікаря, то компанія надає своєму співробітникові дві оплачувані години - впродовж них він може спокійно відправитися в лікарню. А якщо підлеглий впродовж трьох місяців був відсутній на роботі - наприклад, по хворобі, - то він отримує один додатковий сплачений день відпочинку.

Отже, покращення системи мотивації персоналу компаніями в Україні можливе через використання неекономічних методів мотивації, які дозволяють створювати мотиви для досягнення поставлених перед працівниками цілей без значного обтяження фінансових витрат компаніями, а також активізації мотивації жінок і молодих спеціалістів, які на нинішньому етапі майже не використовуються в організаціях. Необхідно враховувати досвід розвинених країн, які вже досягли значних успіхів у розвитку систем мотивації персоналу.

#### Література

1.Байда О. Мотивація праці як складова успіху організації. *Вісник національного Хмельницького університету*. 2015. № 14. С. 55–57.

2.Самоукина Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. Минск : Вершина+, 2016. 224 с.



З.Гривківська О. В. Мотивація персоналу в зарубіжних компаніях. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 9. С. 86–91

*Винничек И. В.*

*Дыдышко Ж.Л.*

*Барановичский государственный университет*

## **МЕСТО И РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ (DATA MINING, DM) В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ**

Интеллектуальный анализ данных – совокупность различных методов поиска в наборе информации, базах данных, ранее неизвестных закономерностей, практически полезных и применимых знаний, необходимых для принятия решений в практической деятельности. На английском языке оригинальный термин звучит «Data Mining», дословно – добыча данных, и до сих пор не имеет устоявшегося, единственно верного варианта перевода на русский язык. Можно встретить следующие словосочетания: просев данных, глубинный анализ данных. Наиболее популярный перевод – «интеллектуальный анализ данных», наиболее точный и методологически верный – «обнаружение знаний в базах данных». Термин «Data mining» впервые использован данным контексте Григорием Пятецким-Шапиро в 1989 году [1, с. 23].

Интеллектуальный анализ данных является одной из самых новых и самых быстроразвивающихся дисциплин. До начала повсеместной компьютеризации данных, собираемых и производимых предприятием в процессе своей работы было достаточно мало, чтобы с анализом всей поступающей информации справлялись люди. В то время основным инструментом изучения входящих данных была прикладная статистика, которая приемлемо справлялась с относительно небольшими наборами данных. При этом, вся прикладная статистика была построена на концепции усреднения по выборке, которая слишком упрощала входящие данные (яркий пример – расчет средней высоты домов на улице, который оказывается нерепрезентативным, так как на улице есть многоэтажные дорогие дома и одноэтажные трущобы). Методы математического аппарата хорошо показывают себя в проверке уже сформулированных предположений, и подходят лишь для наиболее грубого, примерочного анализа массивов данных.

В последние несколько десятилетий объем уже систематизированной, собранной в базы данных, информации растет экспоненциально. Никакой человек не справится с анализом такого потока данных. Данному явлению также был дан свой термин «Big data» – большие данные. Данное явление стало возможным благодаря созданию сети Интернет, массовому внедрению информационных технологий и очень быстрому росту емкости электронных носителей информации. Для сравнения, уже в 2007 году объем одной только текстовой информации в сети интернет составлял 50 Эксабайт, или

5000000000000000 килобайт [2, с. 152]. Одна трехсотстраничная книга, например, занимает около трех сотен килобайт.

Чтобы справиться с анализом настолько гигантских массивов данных, и был разработан метод интеллектуального анализа данных. Интеллектуальный анализ данных – это технология поддержки процесса принятия решений, основанная на выявлении взаимосвязей и скрытых закономерностей между переменными внутри массивов информации, которые затем можно применить к новым совокупностям данных. При этом накопленные сведения автоматически обобщаются до информации, которая может быть охарактеризована как знания. Обнаружение новых знаний можно использовать для повышения эффективности бизнеса.

При этом полученные сведения обобщаются в процессе анализа до данных, которые можно назвать полезным знанием. Интеллектуальный анализ данных позволяет заметить нетривиальные, неочевидные взаимосвязи, так называемые «hidden knowledge» – скрытые знания. В последнее время организации начинают понимать, что вся сохраненная ими информация о деятельности фирмы содержит скрытый пласт ценной информации, которая может помочь получить конкурентное преимущество [3, с. 129].

Григорий Пятецкий-Шапиро определяет интеллектуальный анализ как процесс поиска в «сырой», непроанализированной информации

- ранее неизвестных;
- нетривиальных;
- практически полезных;
- доступных интерпретации знаний;
- необходимых для принятия решений в различных сферах человеческой деятельности.

Интеллектуальный анализ не только самый новый метод анализа поступающей информации, но и самый высокотехнологичный. Некоторые методы данного анализа используют технологии «завтрашнего дня»: свёрточные нейросети – компьютерные эмуляции мозговых структур, искусственный интеллект, «Deep learning» – глубокое обучение.

На основании вышеприведенной информации можно сделать вывод, заключенный в Рисунке 1: интеллектуальный анализ самый трудоемкий, но самый эффективный метод извлечения полезных знаний из массива информации.

На сегодняшний день трудоемкость интеллектуального анализа стала не настолько значительна – современные вычислительные машины снимают проблему недостатка вычислительной мощности, и могут за приемлемое время провести анализ миллионов записей в базе данных.

Технологическая сложность	Глубина знаний, извлекаемых из массивов данных	Инструменты анализа данных
Низкая	<b>Поверхностный</b>	Простые запросы
Средняя	<b>Неглубокий</b>	Прикладная статистика
Высокая	<b>Скрытый</b>	Интеллектуальный анализ

Рис. 1 Сравнение основных методов анализа данных  
*Примечание:* Источник – собственная разработка

Сейчас системы интеллектуального анализа применяются во множестве финансовых и маркетинговых приложений, например:

- **FALCON.** Посредством интеллектуального анализа находит злоупотребителей кредитными картами. Позволяет уменьшить число просрочек выплат на 20-30%;
- **Leeds.** Данное приложение на основе открытых данных по сделкам выявляет людей, способных просрочить выплаты. Полученные данные используются для оценки рискованности сделки для компании-кредитора;
- **Automated Wagering.** Анализирует географические данные, открытые данные о перемещении людских масс и устанавливает наилучшие точки для установки лотерейных автоматов;
- **Internal Revenue Service.** Программа способна на основе архивных данных об уплате налогов выявить платёжеспособных дебиторов.

Тема данной статьи высоко актуальна, в связи с высокой скоростью цифровизации всех сфер жизни современного общества и благодаря недавнему Декрету Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. №8 «О развитии цифровой экономики» [4].

Таким образом, системы интеллектуального анализа глубоко встроились в современную систему мира. Кроме финансовых целей их применяют в науке, исследованиях искусственного интеллекта, военных технологиях и множестве других сфер. «Data mining» позволяет анализировать иначе бесполезные, гигантские базы данных и извлекать из них ценные для предприятия знания.

#### Литература

1. *Кречетов Н.*, Продукты для интеллектуального анализа данных. – Рынок программных средств / Н. Кречетов – М.: ИНФРА-М, 2010. – 390 с.
2. *Козлов А. Н.*, Интеллектуальные информационные системы: учебник / А. Н. Козлов – Пермь: Изд-во ФГБОУ ВПО Пермская ГСХА, 2013. – 278 с.
3. *Паклин Н.Б.*, Бизнес-аналитика от данных к знаниям. / Н.Б.Паклин СПб.: Питер ISBN, 2016. – 706 с.

4. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]: Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 №8. // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 27.12.2017. — 1/17415.

*Власова В.П.  
к.е.н., доцент кафедри МПУА,  
Державний університет  
інфраструктури та технологій, Київ*

## **АНАЛІЗ ПЛОТНИХ КОНЦЕСІЙНИХ ПРОЕКТІВ У МОРСЬКИХ ПОРТАХ УКРАЇНИ**

Вже понад десять років науковці активно обговорюють розвиток морських портів на засадах державно-приватного партнерства (ДПП). Аналізують світовий досвід, визначають які форми є найкращими для вітчизняних портів. Міністерство інфраструктури концесію об'єктів морських портів позиціонує як один з найкращих способів вирішення існуючих системних проблем. Представники портового бізнесу в ДПП вбачають один із дієвих способів доступу до об'єктів морських портів. З дискусіями, з узгодженням інтересів зацікавлених сторін створюється інституційно-правове забезпечення ДПП. Цей процес вже є неповоротним, проте, ні соціального, ні економічного ефекту ще не досягнуто. Наразі підготовлено лише підґрунтя до реалізації ДПП проектів у морських портах України. Оголошено перші концесійні конкурси в портах. Тож розглянемо особливості концесії морських портів.

Перш за все зазначимо, що пілотними є 4 концесійні проекти: залізнично-поромний комплекс ДП «Морський торговельний порт «Чорноморськ», ДП «Стивідорна компанія «Ольвія», ДП «Херсонський морський торговельний порт», а також ДП «МТП Южный». По кожному проекту розроблено ТЕО, активно готуються конкурсні пропозиції, ведеться пошук інвесторів [1].

Розглянемо особливості концесії у Херсонському МП. На сьогодні відомо, що завершено прийом заявок на концесійний конкурс. Визначено таких претендентів:

1. стивідорна компанія Busserk Liman İşletme Loj. Hizm. LTD.ŞTİ (Туреччина);
2. ТОВ «Спеціальна компанія Морський порт Херсон» (консорціум у складі української портового оператора ТОВ «Аскет Шиппінг» – 40% і українського зернотрейдера ТОВ «Глобал Грейс» – 60%);
3. ТОВ «Рісоіл-Херсон» (консорціум «Петро Ойл енд Кемикалс» і АТ RISOIL, Грузія і Швейцарія);
4. ТОВ «Укрморпорт» (Україна) [1].

Як стверджують, в Міністерстві інфраструктури України, така кількість учасників є звичною світовою практикою (як правило на конкурс подаються заявки від 3 до 6 учасників які мають успішний досвід в портовій діяльності, пріоритет надається і тим компаніям які працювали в портах на умовах оренди, вели спільну діяльність) [1].

В таблиці 1 представлено істотні умови концесії ДП Херсонського морського торговельного порту.

Таблиця 1

Істотні умови концесії Херсонського МП

Мета концесії	Залучення інвестицій в об'єкти портової інфраструктури державної форми власності, збільшення вартості таких об'єктів за рахунок приватного капіталу, впровадження передових управлінських та комерційних практик приватних портових операторів у державному секторі та покращення якості стивідорних послуг, які здійснюються з використанням переданого у концесію майна, для споживачів.
Концесіодавець	Міністерство інфраструктури України.
Об'єкт концесії	Цілісний майновий комплекс, що забезпечує комплексне надання послуг у морському порту Херсон та включає майно ДП «ХМТП» та майно ДП «АМПУ» згідно з визначеним концесіодавцем переліком, а також об'єкти, які мають бути спеціально створені (збудовані) відповідно до умов концесійного договору.
Термін концесії	30 років.
Концесіонер	Переможець концесійного конкурсу.
Етапи проведення концесійного конкурсу	8 жовтня 2019 року - початок подання заявок до конкурсної комісії. 6 грудня 2019 року – закінчення строку подання заявок та конкурсних пропозицій до конкурсної комісії. До 10 січня 2020 року – подання змін до конкурсних пропозицій. Оцінка фінансових пропозицій учасників конкурсу (з 10 до 20 січня 2020 року). Друга половина січня 2020 року – визначення переможця. Укладення договору з переможцем на початку травня 2020 року.
Розрахунок концесійних платежів	Фіксована частина платежу становить суму частини чистого прибутку сплаченого ХМТП до державного бюджету за остання три роки з проведенням відповідної індексації.
	Розмір мінімальної ставки фіксованого платежу становить 0,73% від вартості наданого в концесію об'єкта
	Змінна частина платежу становитиме 0,73% чистого доходу концесіонера у рамках проекту.
	Розмір платежу не повинен зменшуватись на розмір амортизаційних відрахувань об'єктів, що надаються в концесію.
Рівень перевалки вантажів концесіонером	За прогнозами до 2030 має становитиме 2,4 млн. т в рік в тому числі зернові 1,2 млн.т
Відносини між містом	3 Пайовий внесок концесіонера у розвиток інфраструктури м. Херсон 5% від загальної кошторисної вартості будівництва
Відносини між концесіонером та трудовим колективом порту	3 Зберегти умови праці та рівень зарплати на рівні існуючих, не звільняти протягом 3 років. Створити достатнє заохочення для добровільного звільнення.
Майно після завершення концесії	Повертається в державну власність.

Джерело: згруповано автором за [1, 2, 4]

В разі підписання концесійної умови державне підприємство Херсонський морський торговельний порт припиняє своє існування. На сьогодні в Херсонському МТП на умовах спільної діяльності працює компанія «Дніпро-Карго», яка займається стивідорною діяльністю. В компанії працює 60 співробітників. Цікаво, що угоду про спільну діяльність підписано між портом та АМАУ до 2028 року. АМПУ зазначає, що активи які використовуються «Дніпро-Карго» за даним договором не будуть об'єктом концесії [2].

Реалізація концесійних проектів завжди супроводжується ризиками, даний проект не є винятком. Методологічною основою управління ризиками реалізації проектів ДПП є Методика виявлення ризиків здійснення ДПП, їхньої оцінки та визначення форми управління ними, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 16.02.2011 № 232 [3]. У цій методиці ризик визначається як «можлива подія, дія та/або бездіяльність партнера, що можуть призвести до негативних наслідків». Ризики несуть обидві сторони, наприклад, державний партнер може зіткнутись з проблемою недоотримання коштів до бюджетів усіх рівнів. Херсонський МТП, має стабільну фінансову позицію з виручкою від \$8 до \$10 млн та середнім значенням рентабельності EBITDA у 18% впродовж 3 останніх років [2]. Ще одним із ризиків є скорочення працівників. На сьогоднішній день в порту понад 700 працівників, умови їх скорочення мають обговорюватися за участі профспілок. Проте, в контексті нового проекту закону «Про працю» №2708 роль профспілок значно зменшується. Отже концесіонер по суті може звільнити зайвих працівників на не вигідних для них умовах, що призведе до соціальної нестабільності.

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 11 грудня 1999 р. № 2293 "Про затвердження Переліку об'єктів права державної власності, які можуть надаватися в концесію" об'єктами концесії можуть бути всі морські порти [4]. Доцільною була б концесія портів з низькою інвестиційною привабливістю, а саме Усть-Дунайського, Бердянського, Ренійського, Білгород-Дністровського. Ці порти дійсно потребують значних інвестицій від приватного партнера, активної участі держави як партнера, який візьме на себе зобов'язання для створення сприятливого інституційно-правового середовища, візьме на себе ризики. Безумовно, починати концесійну діяльність із складними проектами, які матимуть не значний економічний ефект, та потребують значних зусиль від влади всіх рівнів в сучасних умовах складно. Поки суспільство, бізнес та влада не готові до відповідальності, послідовності. В подальших дослідженнях визначатиметься ефективність концесійних проектів в портах.

#### Література

1. Хто візьме в концесію порт Херсон: названо претендентів <https://landlord.ua/news/khto-vizme-v-kontsesiiu-port-kherson-nazvano-pretendentiv/>
2. Херсонський морський торговельний порт <http://www.spilno.in.ua/kherson/>
3. Карпенко О.О., Власова В.П. Ідентифікація ризиків при реалізації концесійних проектів у морських портах України // Бізнес Інформ. – 2018. – №3. – С. 224–230
4. Приватизація. Концесія <https://mtu.gov.ua/content/privatizaciya.html>

*Волинець Л.М.  
к.е.н., доцент  
Національний транспортний університет  
Гурнак В.М.  
д.е.н., професор  
Національний транспортний університет*

## **АНАЛІЗ СТАНУ ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Лібералізація ринку вантажних перевезень на залізничному транспорті призвела до появи приватних операторів. Наростаючий дефіцит рухомого складу, особливо спеціалізованих вагонів, змусив промислові та аграрні підприємства придбати для своїх відомств зерновози, напіввагони тощо та створювати конкуренцію для колишнього монополіста в особі АТ «Укрзалізниця» [1, с 3].

Проблема ввезення приватними компаніями в Україну з Росії старих вагонів актуальна вже кілька років. Особливого масштабу вона набула після введення у сусідній державі в 2016 р. заборони на використання вантажного рухомого складу з понаднормовим терміном експлуатації. Це, своєю чергою, було викликано профіцитом вагонів у РФ і запуском нового потужного заводу з їхнього виробництва в м.Тихвін (Ленінградська обл.). Як наслідок, рухомий склад із понаднормовим терміном експлуатації виявився непотрібним, а отже дешевим.

Цим скористалися вітчизняні оператори рухомого складу, які почали масово скуповувати та завозити в Україну такі вагони. Тут їх ремонтували й запускали у роботу. Невеликі вкладення, порівняно із придбанням нового рухомого складу, окупалися лише за рік-півтора. До «бізнесу» долучилося чимало підприємців, але ефективність перевезень в старих вагонах, як показав аналіз низька. Нові вагони ламаються в дорозі до разів менше російського металобрухту, отже, немає потреби на кожній станції розформовувати поїзди, а це збільшить швидкість руху та зменшить витрати. Саме через це та відомі політичні стосунки була прийнята Постанова Уряду В. Гройсмана за № 535 від 15 травня 2019 р.), якою передбачалося накласти заборону на ввезення рухомого складу з 1 березня 2020 року. Але цей відносно далекий строк стимулював закупки застарілих вагонів. Особливого розмаху процес досяг цього року, після виходу в травні 2019 року вищезгаданої постанови. Вітчизняні оператори з червня до жовтня цього року «пригнали» в Україну на розмитнення понад 3 тис. вагонів. Певною мірою це є аналогом напливу «євроблях» на автодорогах України з Литви, Польщі, Словаччини.

За інформацією АТ «Укрзалізниця» з ввезених на територію України для розмитнення вагонів. Переважна більшість із них були побудовані ще 30-40 років тому (рис. 1) [3, с 1]. В цей період імпортували один із найбільш затребуваних типів рухомого складу – зерновози, а також напіввагонів.

Таким чином заборона імпорту старих вантажних вагонів з Росії, безумовно означає для України та Укрзалізниці на підтримку вітчизняного виробництва вагонів, що локалізоване більш ніж на 90% Українська промисловість може забезпечити оновлення всього парку вагонів.

Тепер вже Кабінет Міністрів України О.Гончарука ухвалив рішення прискорити введення заборони на імпорт з Російської Федерації до нашої країни вагонів, що були у користуванні. Постанова розширює список санкційних товарів та має позитивно позначитися на підтримці вітчизняних машинобудівних підприємств. Наказано заборонити імпорт російських вагонів уже з 20 листопада 2019 року.

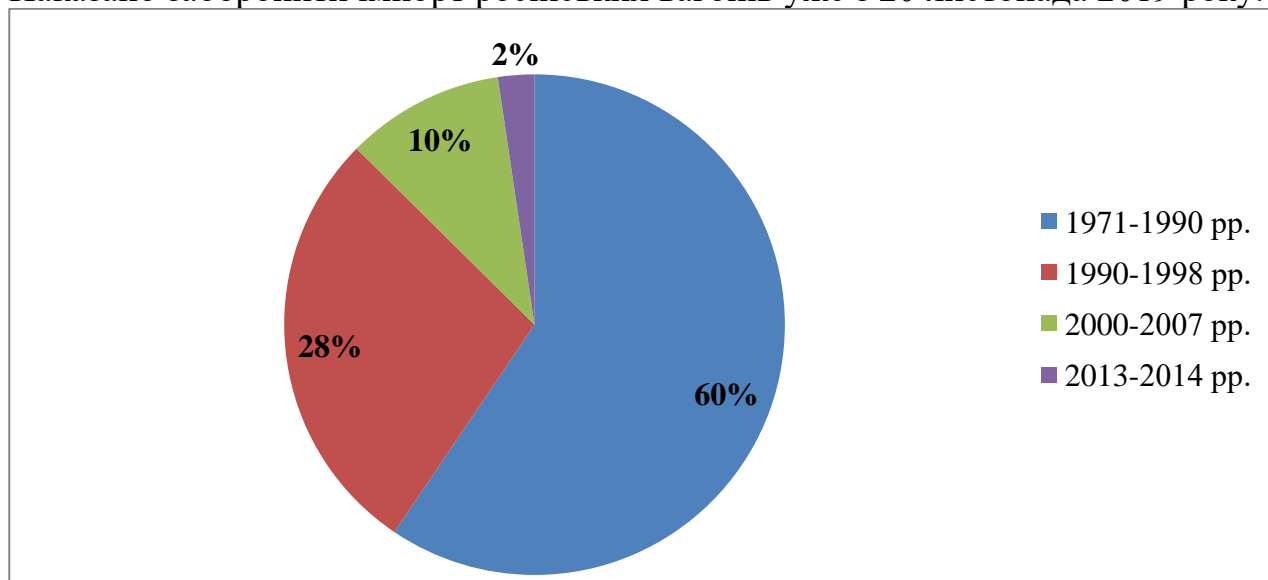


Рис. 1. Вік вагонів, що були імпортовані з Росії в Україну за 9 місяців 2019 року

Звісно, операторам зернотрейдерів це давало прибутки. Проте для держави загалом та вітчизняних виробників рухомого складу зокрема процес, м'яко кажучи, не дуже позитивний. Старі вагони частіше виходять із ладу, потребують позапланованих ремонтів, отже, перешкоджають організації ефективного перевізного процесу [4, с 1]. Проте вищезазначений документ вирішує проблему лише частково. Тепер треба відповісти на питання щодо того, як виводити з обігу вже завезені вагони, термін використання яких сплив... Також необхідно унеможливити імпорт такого застарілого рухомого складу, який у Литві, Латвії, Молдові, Естонії, Білорусі вже списаний і цілком вірогідно може опинитися в Україні [2, с.2]. Слід відзначити, що прем'єр-міністр О. Гончарук дав відповідне доручення Мінінфраструктури, Мінекономіки, Укрзалізниці та Федерації роботодавців з тим, аби найближчим часом через внутрішні регламенти й наказати вивести з обігу такі вагони й унеможливити подовження їхньої експлуатації.

Проте це питання дуже непросте, адже мова йде про приватну власність. Його можна вирішити тільки на законодавчому полі з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін: як держави, так і приватних власників.



## Література

1. Державна служба України з безпеки на транспорті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dsbt.gov.ua>.
2. Міністерство інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua>.
3. Медіацентр "Магістраль" ПАТ "Укрзалізниця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://info.uz.ua>
4. Хоменко І.О. Проблеми розвитку мультимодальних перевезень в Україні та альтернативи, щодо їх вирішення / І.О. Хоменко, Л.М. Волинець // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток інноваційно-інтегрованих структур у вимірі формування інноваційноорієнтованої моделі економіки» (21-22 березня 2018 року). – Кропивницький: Ексклюзив-Систем, 2018 – С.17.

*Высокоморный В.И., Козлов А.А.  
доценты кафедры Экономики АПК  
УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
Республика Беларусь*

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СЫРЬЕВОГО РЫНКА СВЕКЛОСАХАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В решении проблемы обеспечения Республики Беларусь продовольствием важная роль отводится свеклосахарному подкомплексу, который рассматривается как совокупность отраслей, занятых производством сахарной свеклы как сырья, её хранением, переработкой и реализацией сахара, а также осуществляющих производственно-техническое обслуживание.

Сахарная свекла является важной технической культурой, возделываемая для получения из неё сахара. Современные гибриды сахарной свеклы содержат в корнеплодах в среднем 17-19% сахара и могут обеспечить сбор конечного продукта до 100 ц/га и более. Кроме непосредственного употребления в пищу, значительное количество сахара используется при изготовлении кондитерских и хлебобулочных изделий, варенья, повидла и других промышленных и домашних пищевых изделий, – на эти цели в стране расходуется более 30% производимой продукции [1, с. 723].

В Беларуси посевы сахарной свеклы сосредоточены в сырьевых зонах перерабатывающих предприятий, в основном, в Брестской, Гродненской и Минской областях, где в среднем производится около 4,7 млн. т. корнеплодов при сахаристости 16-17,5%. В текущем году производством сахарной свеклы занимались 385 хозяйств, в том числе 50 фермеров. Для организации приемки и хранения сахарной свеклы создано и функционирует 17 свеклоприемных пунктов. Удельный вес посевов сахарной свеклы в сельхозпредприятиях не превышает в среднем 2-3%, что, в свою очередь, не позволяет масштабно

применять интенсивные технологии и, отчасти, повышать эффективность производства [2, с. 103-107].

Переработку сахарной свеклы в республике осуществляют 4 предприятия: Скидельский, Городейский и Жабинковский сахарные заводы, а также Слуцкий сахарорафинадный комбинат общей суммарной мощностью 32,7 тыс. т. в сутки.

Целью научной работы являлся анализ динамики экономических параметров производства сахарной свёклы в сельхозпредприятиях Гродненщины, её первичной доработки и реализации как сырья, а также поиск путей повышения экономической эффективности данного направления аграрного бизнеса. Информационной базой послужили статистические сборники, годовые отчеты хозяйств региона за 2018 г., а также сводные годовые отчёты по Гродненской области за последние пять лет.

В ходе исследований был использован ряд статистических методов: ряды динамики, группировка и сводка, корреляционно-регрессионный анализ.

На долю сахарной свеклы в гродненском регионе в последние 5 лет приходилось 32,6% или 90,2 млн. руб. выручки от реализации растениеводческой продукции, что сопоставимо с региональным рынком зерна (34,2%). Значительному удельному весу способствуют благоприятные почвенные и климатические условия для развития свекловодства: почвы, пригодные для свеклосеяния, по различным оценкам, занимают от 58 до 77%, а балл пашни, учитывающий всю совокупность почвенных и агротехнических условий, достаточно высок и составляет 38 единиц. В области получают самые высокие урожаи сахарной свеклы и производят свыше одной трети всего объема сырья для сахарной промышленности страны. С учетом перспективного насыщения севооборотов анализируемой культурой площадь свеклосеяния в Гродненской области может быть доведена до 40 тыс. га.

Основные показатели экономической эффективности производства и реализации сахарной свёклы в хозяйствах региона в динамике за 5 лет приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели экономической эффективности производства и реализации сахарной свёклы в Гродненской области в 2014-2018 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отношение 2018 г. к 2014 г., %
1	2	3	4	5	6	7
Валовая продукция, т	1850956	1240082	1534654	1620410	1583485	85,5
Товарная продукция, т	1792646	1283537	1536565	1622834	1589482	88,7
Урожайность, ц/га	545	397	511	544	523	95,9
Производительность труда, ц/чел.-ч	1,09	1,33	1,02	0,90	0,93	85,8

Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	60154	62256	75523	82634	80495	133,8
Прибыль (убыток), тыс. руб.	11550,0	3918	25152	31416	18074	156,5
Прибыль (убыток) в расчёте на 1 га, тыс. руб.	340,2	125,5	837,0	1055,5	597,0	175,5
Прибыль в расчёте на 1 ц реализованной продукции, руб.	6,4	3,1	16,4	19,4	11,4	176,5
Себестоимость 1 ц реализованной продукции, руб.	33,56	48,50	49,15	50,92	50,64	150,9
Цена реализации 1 ц, руб.	38,7	53,4	65,6	70,4	62,2	160,7
Уровень рентабельности (убыточности), %	19,2	6,3	33,3	38,0	22,5	+3,3 п.п.

Построенные ряды динамики свидетельствуют о сложившейся тенденции среднегодового роста урожайности на 10,28 ц/га, сокращении посевных площадей на 880,4 га/год, что приводит к итоговому сокращению валового сбора корнеплодов культуры на 1546,1 т/год. Таким образом, к 2023 г. в регионе возможно ожидать урожайность сахарной свёклы около 555 ц/га при посевной площади 26,7 тыс. га, что позволит произвести аграриям свыше 148 тыс. т сырья.

Следует отметить, что сокращение валового сбора при сложившейся динамике не должно привести к снижению экономической эффективности производства и реализации анализируемой продукции, поскольку темпы роста реализационной цены превышают скорость увеличения себестоимости. Уменьшение посевных площадей способствует концентрации посевов в хозяйствах, которые получают достаточно высокую урожайность за счёт использования современных технологий, что в свою очередь, благоприятно сказывается на качестве производимого сырья, а это очень важный момент для перерабатывающих предприятий.

Группировка данных 97 хозяйств Гродненской области по урожайности показала, что с ростом продуктивности посевов снижается трудоёмкость и себестоимость производства, что закономерно приводит к увеличению прибыли и рентабельности. Так, при увеличении средней урожайности с минимальных 134,1 ц/га в первой группе до максимальных 883,3 ц/га в восьмой, прибыль на 1 га посева возрастает с убыточных -366,9 руб./га до 2033,4 руб./га, рентабельность

– на 87,2 п.п. – до 65,8%. Следует также отметить и рост цены реализации на 8,5% (с 5,9 руб./ц до 6,4 руб./ц).

Результаты парного корреляционно-регрессионного анализа также указали на сильную обратную связь между урожайностью культуры и себестоимостью продукции, а также сильную прямую – между продуктивностью посевов и рентабельностью (коэффициент корреляции -0,69 и 0,74, соответственно). Полученные линейные уравнения зависимости свидетельствуют о том, что при росте урожайности на 1 ц/га себестоимость 1 ц снижается на 53 коп./ц, а рентабельность возрастает на 0,1165%.

В качестве прогнозных направлений повышения экономической эффективности производства сахарной свёклы в хозяйствах Гродненской области можно выделить: повышение урожайности сахарной свёклы на основе интенсификации отрасли, оптимизацию валового производства сахарной свёклы с увеличением концентрации, создание научно-обоснованной материально-технической базы на сахарных заводах для диверсификации выпуска различных видов сахарной продукции.

#### Литература

1. Шарипов, И.Н. Экономические проблемы функционирования свеклосахарного подкомплекса АПК / И.Н. Шарипов // Пищевая и перерабатывающая промышленность. Реферативный журнал. - 2010. № 3. - С. 723-725.

2. Высокоморный, В. И. Эффективность производства сахарной свеклы в хозяйствах Гродненской области / В.И. Высокоморный, Н.С. Щербук, И.С. Левончук // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. - Брянск, 2018. - Ч. 1. - С.103-107.

*Галак І.І.  
к.т.н., доцент,  
доцент кафедри транспортного права та логістики,  
Національний транспортний університет*

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕВЕРСИВНОЇ ЛОГІСТИКИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ**

Базуючись на світовому досвіді, пропонується дослідити та оцінити перспективи впровадження інструментів реверсивної логістики в АПК України.

Враховуючи ґрунтовні знання із реверсивної логістики, з метою отримання додатної вартості від поверненого продукту, пропонується відправити неліквідні зернові вантажі на переробку для подальшого їх продажу. Такий спосіб організації повернення дозволяє віднести зернові вантажі до комерційних повернень, які слугуватимуть засобом формування системи ефективного логістичного сервісу. В межах даного дослідження, повернені зернові вантажі розглядаються як реверсивний матеріальний потік.

Визначено основні перспективи впровадження реверсивної логістики в АПК України [1]:

- реверсивна логістика дозволяє трейдеру отримувати зернові вантажі назад від замовника одразу після відмови останнього або відправити повернені вантажі до виробника на переробку, мінімізуючи загальні витрати на організацію;

- реверсивна логістика може становити цінність, як засіб збільшення життєвого циклу зернових та складності логістичного ланцюга поставок;

- користь від використання концепції реверсивної логістики включає в себе підвищення швидкості виробництва, зниження витрат на транспортування, адміністративні витрати, які підприємство отримує з часом;

- більше користі також можна отримати з повернених зернових замість того, щоб запускати процес виробництва з самого початку;

- реверсивна логістика повинна включати в себе посилений зворотний зв'язок з метою удосконалення та поліпшення розуміння реальних причин повернення зернових.

Традиційну схему реверсивного логістичного ланцюга руху матеріальних потоків зернових вантажів представлено на рис. 1 [2].

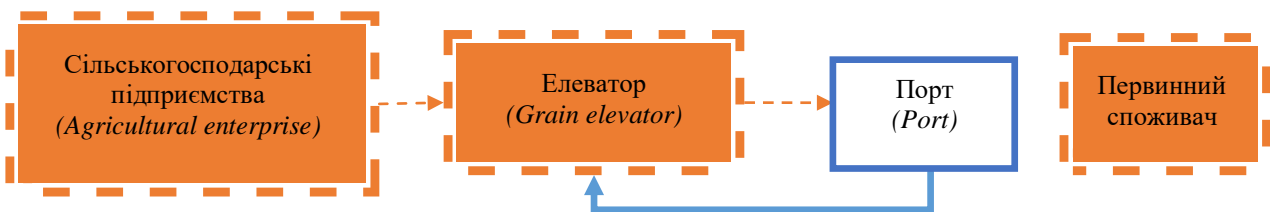


Рис. 1 – Традиційна схема реверсивного логістичного ланцюга руху матеріальних потоків

Дослідження АПК України показало, що повернені зернові вантажі у більшості випадків підлягають утилізації, або перепродажу на роздрібні ринки торгівлі за зниженою ціною (малим фермерствам тваринного господарства), що не дозволяє забезпечити формування максимальної доданої вартості такого товару. Для усунення даного фактору нераціонального використання реверсивних матеріальних потоків зернових вантажів пропонується залучити до управління згаданими реверсивними потоками спеціалізованого логістичного посередника. Принципову схему зворотного матеріального потоку зернових вантажів, з урахуванням запропонованих заходів, представлено на рис. 2.

Як видно з рис. 2 до складу традиційного реверсивного ланцюга було додано спеціалізованого логістичного посередника – ліквідатора, який забезпечує доставку реверсивного потоку зернових вантажів від порту до вторинного споживача (малі фермерства, що займаються тваринництвом; заводи із переробки зерна або інші юридичні та фізичні особи, що зацікавлені у покупці). У випадку реверсивного потоку зернових вантажів у якості спеціалізованого логістичного посередника також можуть виступати брокери. В рамках даного дослідження пропонується використання посередницьких послуг ліквідаторів, які виступатимуть окремим об'єктом господарювання,

зацікавленим у отриманні власного прибутку. Класифікацію логістичних посередників [3, с. 50] наведено у табл. 1.

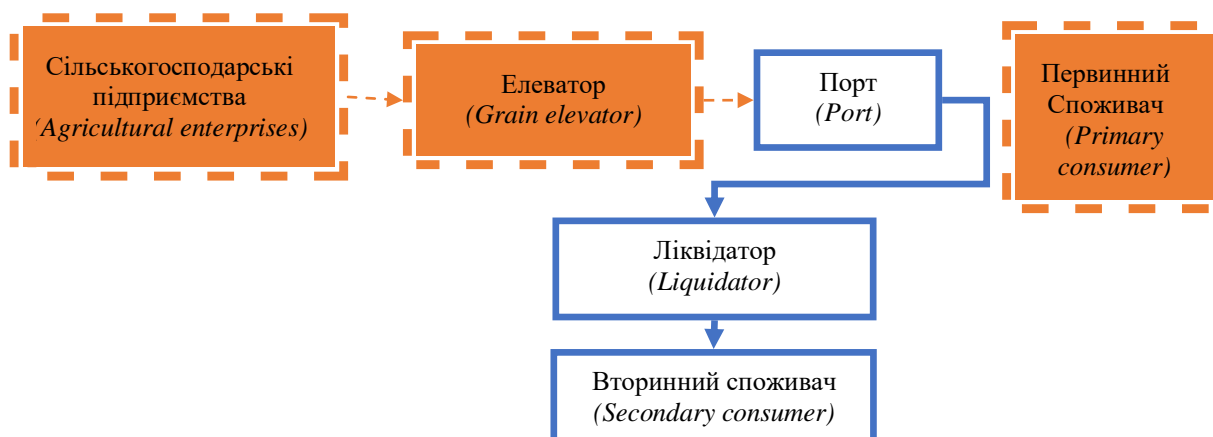


Рис. 2 – Принципова схема реверсивного логістичного ланцюга руху матеріальних потоків з урахуванням запропонованих заходів

Отже, на основі аналізу закордонного досвіду [4,5] було запропоновано включити в традиційну схему реверсивного логістичного ланцюга постачання посередника – ліквідатора, який для отримання власного прибутку організовуватиме управління реверсивними потоками.

Таблиця 1 – Класифікація логістичних посередників реверсивного ланцюга постачань

Види посередників	Визначення	Особливості роботи
Ліквідатори кінцевої ланки (Close-out liquidators)	Самостійні компанії, які викуповують нерозпродані товари у ритейлерів або виробників за зниженою ціною, для того щоб потім їх реалізувати на вторинному ринку	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сезонні товари;</li> <li>- застарілі товари (поява нової версії);</li> <li>- нереалізовані товари (неточність прогнозів продажу);</li> <li>- товари, на які скасоване замовлення (виробник залишився з великою кількістю виробленого товару).</li> </ul>
Брокери (Brokers)	Компанії, які на основі контракту із виробником виконують пошук покупця для нереалізованого товару	<ul style="list-style-type: none"> <li>- всі види товарів;</li> <li>- дуже низька ціни за тонну;</li> <li>- якість і стан товарів неважливі;</li> <li>- не є власникам товарів</li> </ul>
Бартерні компанії (Barter companies)	Компанії, які пропонують обмін нереалізованих товарів на різні інші продукти або послуги.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- продукти, які були отримані в результаті минулих операцій;</li> <li>- працюють лише з товарами, які користуються попитом.</li> </ul>

Сірі ринки (Gray markets)	Купують товар з метою перепродажу його за ціною, нижчою ніж офіційні авторизовані канали продажів компанії-виробника.	- на такі товари не поширюється гарантія виробника; - товари збуваються у дисконтних магазинах, на секонд-хенді та ін..
---------------------------	---	--

У розрізі екологічного аспекту реверсивного матеріального потоку визначено, що включення додаткової ланки тягне за собою збільшення відстані перевезення, в результаті чого сумарні питомі викиди забруднюючих речовин збільшуватимуться. Тому запропоновано зберігати повернені вантажі безпосередньо у складських приміщеннях стивідорських компаній порту і скоротити річні питомі викиди забруднюючих речовин.

#### Література

1. Полякова І. Актуальність реверсивної логістики як інструменту ведення бізнесу в сучасних умовах [Електронний ресурс] / І. Полякова // Тези доповідей Студентської науково практичної конференції «Інноваційні технології». – 2015. – Режим доступу: <http://logistic.iclick.in.ua/index.php/uk/studentu/studentska-nauka/studentska-konferentsiya?id=98>.
2. Ann Calamai Sustainable reverse logistics: Reducing waste and emissions in the retail supply chain [Virtual Resource]/ Ann Calamai // Optoro, inc. – 2016. – Mode of access: <http://sjfventures.com/wp-content/uploads/2016/03/Sustainable-Reverse-Logistics-White-Paper-Optoro-March-2016-1.pdf>.
3. D. S. Rogers Going Backwards: Reverse Logistics Trends and Practices / Dr. Dale S. Rogers, Dr. Ronald S. Tibben-Lembke.-University of Nevada, Reno, 1998. – p.93.
4. Krikke, H. R., Le Blanc, H. M., & Van de Velde, S. Creating Value from Returns? The Impact of Product Life Cycle Management on Circular Supply Chains and Reverse. / Krikke, H. R., Le Blanc, H. M., & Van de Velde, S // CentER-AR Working Paper. - Tilburg: Department of Economics, 2003. - Vol. 2003-2.
5. Cullen John, Bernon Mike, Gorst Jonathan Tools to manage reverse logistics // Research executive summaries. – 2010. – Vol. 10, pp. 2-8.

*Галенін Р.В.*

*к.е.н., ст.викладач*

*Сумський державний університет*

## **ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Сільське господарство України на сучасному етапі адаптації економіки до вимог ЄС перебуває на шляху докорінних змін: трудових, економічних, соціальних, що впливають на мотивацію працівників агропідприємств, яка обумовлює продуктивність, результативність та ефективність праці.

Мотивація праці в сільському господарстві є рушійною силою та складовою ефективної діяльності в цілому. Головною причиною низької продуктивності праці на наш погляд є відсутність зацікавленості працівників

агросфери щодо підвищення рівня освіти та кваліфікаційного рівня, що вимагає особливої уваги науковців і керівників аграрних підприємств.

Дослідження зарубіжних і вітчизняних вчених економістів показали, що мотиваційний механізм формується під впливом внутрішніх і зовнішніх мотивів, які спонукають людину до діяльності, задають межі і форми діяльності і додають цій діяльності спрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей. Внутрішні мотиви визначаються і управляються безпосередньо людиною як особистістю, його свідомістю, мисленням, інтелектом, рівнем професіоналізму та іншими позитивними і негативними моральними якостями. Вони здатні стимулювати трудову активність працівника до самовираження, самореалізації як особистості. Їх втілення в життя, практична реалізація приносять людині найбільшу радість і задоволення.

Виконувана під впливом внутрішніх мотивів трудова діяльність не вимагає зовнішнього примусу і контролю. Тому, щоб домогтися високих економічних результатів функціонування будь-якого господарства незалежно від його форми господарювання, розміру та інших параметрів потрібно активізація, в першу чергу, внутрішніх мотивів до праці. Як показує практика, ніякі встановлені ззовні мети не викликають зацікавленості людини в активізації своїх зусиль до тих пір, поки вони не перетворяться на його внутрішню мету і далі в його внутрішній план дій. Тому для кінцевого успіху велике значення має збіг цілей підприємства і потреб працівника.

Очевидно, що способи досягнення ефективної мотивації залежать, в першу чергу, від людських потреб. Отже, використовуючи цей важіль можна вплинути на ділову активність працівників. Потреби не можна безпосередньо спостерігати чи виміряти, про них можна судити по економічному поведінки людей, їх трудової активності. Прагнення працівника отримати певні блага за допомогою трудової діяльності і складає сутність мотивації праці. Наявність згуртованого колективу в значній мірі допомагає працівникам більш повно розкривати свої трудові і особисті моральні якості. Також, внутрішніми мотивами зайнятості для працівників є: оплата праці, дохід від власності, умови праці, професійний та кар'єрний ріст, право участі у вирішенні господарських питань, отримання від підприємства соціально-культурних послуг. Тому, для заохочення в сільському господарстві повинні застосовуватися як моральні, так і матеріальні стимули.

Відзначимо, що система стимулювання працівників, зайнятих в сільськогосподарському виробництві, не пов'язана з економічними результатами праці, не сприяє підприємницької активності. Фактичні заробітки працівників рослинництва в сільськогосподарських підприємствах складаються в основному з оплати за виконання технологічних операцій протягом року. Оплата ж праці працівників, зайнятих у тваринництві, виробляється за максимальними розцінками або нормативами за отриману продукцію. Таким чином, сформований раніше механізм винагороди за працю, який базується на відрядній або погодинній оплаті, незважаючи на різні коригувальні методики, не відповідає вимогам ринкової економіки, оскільки не пов'язаний з кінцевим підсумком трудової діяльності. Сформована економічна ситуація в сільському господарстві вимагає нових рішень питань мотивації і стимулювання праці.



Заробітна плата повинна зацікавлювати керівників, менеджерів, фахівців середньої ланки в кінцевому результаті, відповідати складним економічним умовам, бути зрозумілою і прийнятною на практиці. Націленість на підвищення ефективності виробництва повинно змушувати керівників шукати нові підходи до формування систем оплати праці, що поєднують інтереси роботодавця, працівників і держави (яка виконує функції регулятора ринку).

Для ефективного формування мотивації на підприємстві повинні створюватись відповідні умови: надання провідним фахівцям права власності, впровадження демократичних засад управління, пріоритетне забезпечення робочими місцями перспективних, молодих і висококваліфікованих фахівців, забезпечення сприятливого внутрішнього і зовнішнього середовища для професійного зростання та самореалізації. В результаті підвищення мотивації праці зростає ефективність виробництва, в трудовому колективі утверджується соціально-психологічний клімат, що сприяє зміцненню не тільки морального, а й фізичного здоров'я працюючих. А головне - соціальний наслідок: зростає матеріальний добробут селянина, формується база розширеного відтворення трудового потенціалу села .

Отже, економічний сенс створення мотивуючої середовища полягає в тому, щоб отримати максимальну віддачу від трудового колективу підприємства, змусити працівника застосовувати більш інноваційні підходи, більш чутливо реагувати на потреби глобальної конкурентної економіки. Кожен працівник повинен не тільки виступати кваліфікованим користувачем безперервно оновлюються і удосконалюються технологій, а й постійно брати участь в їх удосконаленні, шукати принципово нові, все більш ефективні технічні, організаційні, економічні та соціальні рішення.

#### Література

1.Баценко Л. М., Ткаченко В. В., Хомяк Д. О., Щербань О. Г. Мотивація персоналу як підвищення ефективності управління в Україні// Priority directions of science development. Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference. SPC "Sci-conf.com.ua". Lviv, Ukraine. 2019. Pp. 649-683.

2.Маслоу А.Г. Мотивация и личность / пер. с англ. – 3-е изд. – СПб. : Питер., 2003. –392 с.

*Гаркуша В.А.  
аспірант кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет  
Олійник О.М.  
к.філос.н., доц.  
Запорізький національний університет*

## **ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВАМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Розвиток інформаційних технологій сприяє прискоренню сучасних бізнес-процесів. Інформаційні технології, які використовуються на всіх рівнях

управління, є стратегічним інструментом для усіх сучасних підприємств. Вони впливають на маркетинг, логістику, продажі, закупку, людські ресурси.

Розповсюдженість Інтернету, його специфічні властивості, рівень та динаміка розвитку інформаційних технологій призвели до того, що саме інформаційні технології нині значною мірою впливають на всі складові маркетингової діяльності. Саме вони надають нові можливості та загрози [1].

Важливою складовою маркетингового менеджменту є організація та проведення маркетингових досліджень, які на сучасному етапі розвитку ЗЕД, в епоху інформаційних технологій, потребують використання Інтернету і відповідного програмного забезпечення. Така система дає змогу в режимі on-line отримувати до 600 показників, які характеризують поведінку споживачів; проводити інтерактивні опитування й анкетування, миттєво обробляти за допомогою математичної статистики одержані відомості [2].

Використання можливостей веб-сайтів спрощує роботу маркетологів, ліквідує дисбаланс між продавцем та покупцем, сприяє процесу ціноутворення у режимі реального часу, характеризується появою нових специфічних інформаційних інтернет-посередників, інтернет-комунікацій та інтернет-магазинів. Така інформаційна концепція маркетингу дозволяє проводити веб-аналітику реального середовища функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД [3].

Виходячи з особливостей інтернет-маркетингу, елементи якого взаємопов'язані реалізацією мережевих технологій, можна стверджувати, що формування системи інтернет-маркетингу матиме значний синергійний ефект порівняно з проведенням окремих інтернет-маркетингових заходів. На нашу думку, справедливості цього твердження можна пояснити наступним чином. В Інтернеті пошук інформації здійснюються за відповідними правилами, які зафіксовані в алгоритмах пошукових машин. В загальному варіанті це правило виглядає так: чим більше є посилань на інформацію (товар, послуги), що розміщена на даному сайті з інших сайтів, тим вище даний сайт буде розміщений у результатах пошуку, і тим більше користувачів ознайомляться з інформацією (товаром, послугами). Отже, недостатньо просто розмістити інформацію про товар чи послугу на сайті для їх просування до споживачів. Потрібно здійснити деяку сукупність взаємопов'язаних заходів, що реалізуються за допомогою інтернет-технологій для досягнення поставленої цілі.

Властивості Інтернету створюють специфічне, відмінне від реального, середовище, в якому традиційні фактори відсутні або значно трансформуються. Крім того, знижується рівень впливу на споживача. Його купівельне рішення, зазвичай, приймається самостійно і менше залежить від раціональних і емоційних чинників переконання продавців, друзів, родичів. Також зберігається конфіденційність одержаної інформації та здійсненої покупки.

Для підприємств, що прагнуть реалізувати свою продукцію через Інтернет, переваги застосування онлайн-маркетингу полягають у наступному:

- можливість здійснення таргетингу (орієнтування) – відстеження точності охоплення цільової аудиторії;
- можливість здійснення трекінгу – проведення аналізу поведінки

відвідувачів на сайті, їхньої реакції на різноманітні пропозиції і внесення необхідних коректив у сайт, продукт, а також вдосконалення маркетингу у відповідності з висновками;

- доступність (24 години на добу, 7 днів на тиждень);
- гнучкість – можливість швидко реагувати на коливання ринкових умов, оперативно допрацювати асортимент, ціни й описи товарів і послуг, корегувати рекламну кампанію;
- можливість розміщення великої кількості інформації (графіка, звук, відео, спецефекти);
- оперативність розповсюдження та отримання інформації;
- порівняно низька вартість, можливість заощадити на доставці товарів та поширенні інформації;
- більша концентрація уваги користувача перед персональним комп'ютером (ПК), можливість розібратися в деталях, порівняти пропоновану продукцію;
- легкість в оцінці ефективності рекламних кампаній;
- гіпотетично необмежена аудиторія потенційних користувачів, що постійно збільшується.

Конкурентоспроможність та перспективи функціонування цього напряму маркетингу залежать від ступеню присутності в Інтернет-середовищі і, в першу чергу, використання сучасних форм комплексу маркетингових Інтернет-комунікацій.

#### Література

1. Окландер М.А., Яшкіна О.І., Литовченко І.Л. Маркетингові технології економічного зростання. Одеса: Астропринт, 2016. 376 с.
2. Литовченко І.Л. Методологічні аспекти інтернет-маркетингу. Київ: Наукова думка, 2015. 196 с.
3. Пітель Н.Я. Інформаційна концепція маркетингового менеджменту в умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2014. № 1 (8). Т. 1. С. 271-277.

*Гармаш С. В.*

*ст. викладач*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

### **ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНІЙ СФЕРІ З УРАХУВАННЯМ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ (ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ)**

Останнім часом питання відкриття ринку землі в Україні все більше набирає обертів. Висловлюються діаметрально протилежні точки зору з цієї проблеми. Здебільшого протиріччя виникають у площині самого механізму відкриття та регулювання ринку землі, але більшість експертів поділяють точку зору, що відкрити ринок землі необхідно. Ключове питання: «як це зробити («хто

може купувати українські землі сільськогосподарського призначення», «у якій кількості» і «на яких умовах», тобто, у чийх інтересах буде впроваджений сам процес відкриття ринку землі)?»

Не секрет, що агрохолдинги України сконцентровані у руках можновладців – основних гравців на політичній арені, які можуть собі дозволити наживатися за рахунок інтересів країни «... оскільки в нашій країні поняття «влада», «бізнес» та «кримінал» давно та надовго стали тотожними поняттями...» [1, с. 18].

Але в будь-яких випадках усі зацікавлені у ефективному господарюванні для отримання максимального прибутку у довгостроковому періоді. Цьому сприятиме застосування логістичного менеджменту. «Щоб вижити у системі сучасних ринкових відносин та наростити конкурентні переваги вітчизняним підприємствам слід не тільки оптимізувати використання власного ресурсу, а й запровадити логістичний підхід у систему управління підприємствами» [2, с. 104].

Звісно, що основними принципами логістичного управління є: 1) системність (підприємство розглядається як мікрологістична виробнича система з рядом підсистем, які, в свою чергу, можуть розгортатися в складні системи); 2) комплексність; 3) координація дій усіх ділянок логістичної системи; 4) інтеграційний зв'язок; 5) впровадження ефективної інформаційної бази (сучасні інформаційні технології); 6) адаптованість (здатність системи пристосовуватись до змін мінливого зовнішнього середовища) [3]. «Отже, дотримання принципів логістичного менеджменту допоможе підприємству інтегровано взаємодіяти з партнерами, усунути конфлікти усередині мікрологістичної системи, досягти конкурентних переваг у мінливому зовнішньому середовищі» [2, с. 106].

Розглянемо декілька прикладів закордонного досвіду відкриття ринку землі, які мали абсолютно різні наслідки, та проаналізуємо доцільність застосування такого досвіду. Представляє інтерес земельна реформа у країнах Латинської Америки та її результати, оскільки ситуація на початку таких реформ у цих країнах була подібною до ситуації в Україні. Основна з таких проблемних ситуацій – величезна, як для країни у системній кризі, заборгованість перед МВФ та продовження накопичення боргового ярма.

«... загалом спільними проблемами, з якими стикалися країни Латинської Америки перед початком реформ були: 1) неравномірний розподіл землі серед населення; 2) велика концентрація с/г земель у власності окремих осіб; 3) експлуатація селян, які працювали на землі; 4) економічна криза та високий рівень бідності населення.

Попри те, що країни Латинської Америки мають довгу історію розвитку ринків землі с/г призначення, ці ринки все ще не є розвиненими та ефективними. Політична напруженість, значна бюрократія, високий рівень корупції, тіньові ринки, нерозвинена система реєстрації прав власності – все це негативно впливає та стримує процес розвитку ринків. Попри відсутність суворих прямих обмежень щодо права власності, актуальною для країн Латинської Америки є проблема доступу до ринку фізичних осіб, малого та середнього бізнесу. Політика розвитку ринків у цих країнах має бути спрямована на залучення сільського

населення до роботи у с/г секторі шляхом надання селянам земельних паїв на пільгових умовах, а також на розвиток малого та середнього агробізнесу» [4].

Щодо продуктивності праці, наприклад, в Аргентині «... в сільській місцевості проживає незначна частина населення – всього 8.4%. Характерною рисою сільського господарства країни є висока продуктивність праці. Так, у сільському господарстві зайнято всього 0,5% робочої сили, та на нього припадає 8,3% ВВП» [4].

Для порівняння: в Україні в аграрному секторі зайнято 10 млн. громадян, а частка сільського господарства у 2018 році склала 12 % ВВП країни (у 2015 році – 14,2 %, у 2016 – 13,8 %, у 2017 – 12,1 %). Застосування логістичного підходу у менеджменті аграрного сектора не тільки підвищить продуктивність праці, а й призведе до суттєвого вивільнення працездатного населення. Такі коливання можуть бути нівельовані “перетіканням” працездатного населення у різні сектори економік інших країн у якості некваліфікованого елемента. Виникає маса проблем, але основна – планомірне вивільнення території країни від свого населення, а саме – втрата країною працездатного людського ресурсу.

Розуміло, що консолідація земельного ресурсу та застосування логістичного менеджменту сприятимуть більш ефективному веденню господарства та залученню більших інвестицій, але й стануть ще однією з причин зростання безробіття серед сільського населення. З цього приводу представляє інтерес досвід країн Євросоюзу.

Наприклад, «... ринок землі у Нідерландах є успішним прикладом відкритості та лібералізації. Така політика розвитку ринку призвела до високих результатів продуктивності та ефективного використання ресурсів у сільськогосподарському виробництві. Сьогодні у Нідерландах використовуються найновітніші та найефективніші виробничі системи й технології, котрі забезпечують в п'ять разів вищу продуктивність за середньоєвропейську. Спостерігається скорочення робітників сфери сільського господарства завдяки інтенсифікації виробництва та росту продуктивності праці. Загалом, успішний досвід старих країн-членів ЄС та Швейцарії у реформуванні ринку землі с/г призначення дозволяє зробити висновок про наявність кореляції між рівнем лібералізації ринку й загальним рівнем економічного розвитку країни та добробуту населення» [5].

У Польщі, наприклад, «... сьогодні у с/г секторі домінують сімейні ферми, яким належить 80% орних земель. Основна частина с/г угідь країни розділена між понад 3 млн. приватних селянських господарств, при цьому площа кожного з них у середньому становить менше 7 га. Це менше в 10 разів від площі раціонального фермерського господарства у країнах ЄС» [6].

Не зважаючи на те, що проведення земельної реформи в нових країнах-членах ЄС направлено на консолідацію земель для підвищення продуктивності, у Польщі перевага надається малому та середньому бізнесу, що забезпечує гідний рівень життя тих, хто на цій землі працює. Це може стати прикладом для України не сліпого копіювання досвіду, а диференційного його застосування в інтересах усього суспільства, а не тільки окремих його верств.

## Література

1. Гармаш С. В. Відсутність персональної відповідальності як мотиватор безладдя та беззаконня / С. В. Гармаш // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність : тр. 5-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 20 грудня 2014 р. / ред. П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХП", 2014. – С. 18-19.

2. Гармаш С. В. Інтеграція логістичних функцій в рамках логістичного менеджменту у системі управління сучасним промисловим підприємством / С. В. Гармаш // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХП", 2018. – № 19 (1295). – С. 104-107.

3. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/68011/logistika/sutnist\\_mistse\\_logistichnogo\\_menedzhmentu](http://pidruchniki.com/68011/logistika/sutnist_mistse_logistichnogo_menedzhmentu)

4. Земельна реформа країн Південної Америки – досвід Аргентини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/spetsproekty/276-zemelna-reforma-krayin-pivdennoyi-ameriki--dosvid-argentini>

5. Земельна реформа старих країн-членів ЄС – досвід Нідерландів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/spetsproekty/264-zemelna-reforma-starih-krayin-chleniv-yes--dosvid-niderlandiv>

6. Земельна реформа нових країн-членів ЄС – досвід Польщі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/spetsproekty/254-zemelna-reforma-novih-krayin-chleniv-yes-dosvid-polschi>

*Герасименко А.  
студентка фак-ту менеджменту  
Запорізький національний університет  
Гуржій Н.М.  
проф., д.е.н., доц.  
Запорізький національний університет*

## **ПЕРЕВЕЗЕННЯ РІЧКОВИМ ТРАНСПОРТОМ В УКРАЇНІ: ЗНАЧЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ**

Сучасний стан економіки України має покращуватися за рахунок розвитку певних галузей економіки. Географічне розташування України є вигідним, тому що дозволяє об'єднувати різні економічні регіони та виступати посередником, надаючи транспортні, посередницькі та митні послуги. Таке географічне розташування обумовлює важливість розвитку логістики в державі. Особливо актуальною є проблема використання потенціалу водного транспорту.

Згідно з законом річковий транспорт не обмежується лише процесом перевезення вантажів, до цього поняття входять також підприємства, що займаються перевезенням пасажирів та вантажів, пасажирські та вантажні судна, супровідні шляхи, порти та пристані, підприємства, що забезпечують функціонування галузі перевезень.

Річковий транспортний комплекс є елементом економіки України, бо задовольняє потребу в транспортному забезпеченні. У річкового транспорту є вигідні переваги порівняно з іншими видами транспорту:

- Економічність перевезень;
- Можливість перевезення великих обсягів чорних металів, залізної руди, зерна;
- Розташування портів вздовж всією території України та вигідне сполучення з іншими країнами;
- Можливість транспортного посередництва між країнами;
- Наявність кваліфікованих спеціалістів у галузі.

Наразі в світі простежується тенденція до розвитку внутрішньодержавного морського та річкового транспорту, тому що це є більш економічно та екологічно вигідним та зручним. За економічністю перевезень річковий транспорт стоїть на першому місці, тому що для перевезення річковим транспортом на кожні 100 кілометрів необхідний 1 літр палива. Це найнижчий показник серед усіх видів транспорту. Річковий транспорт є одним з найвигідніших способів перевезення.

Необхідно зазначити й таку перевагу річкового транспорту як можливість завантаження великих партій товару на судно. Наразі перевезення сировини, руди, металів відбувається за рахунок використання залізнично-водного сполучення. Проте більш вигідною може стати система перевезень, в якій буде задіяно лише водний транспорт.

Якщо правильно побудувати шляхи, то можна задіяти не лише внутрішній ринок, а й вийти на зовнішні ринки та використати транзитні можливості, які надає територіальне розташування України на світовій мапі. Можливо відбудувати шляхи та перевозити вантажі по Дніпру та Дунаю між На основі аналізу щодо обсягу перевезень вантажів за видами транспорту можна зробити очевидний висновок, що потенціал річкового транспорту не використовується належним чином. Порівнюючи з загальним обсягом перевезень в країні перевезення річковим транспортом складають лише 0,2-0,3%. Це дуже незадовільний показник, якщо подивитися на досвід європейських країн, у них ця цифра значно більша. Перешкодою для збільшення обсягу перевезень є ряд проблем, які необхідно швидко вирішувати для того, щоб транспортна галузь розвивалася швидше.

Першою проблемою є надмірне тарифне навантаження через необхідність проходження судном різних шляхів (шлюзів, каналів). Надмірне тарифне навантаження призводить до того, що все менше компаній погоджуються пересилати свої вантажі річковим транспортом. Ця проблема може бути вирішена за рахунок скасування стягнення оплати з судна за проходження шлюзів. Також необхідно скасувати сплату за проходження суднами розвідних мостів, звільнити від сплати каналного та корабельного зборів.

Другою проблемою є стан інфраструктури, суцільне недофінансування розвитку інфраструктури та недостатній інтерес інвесторів у тому, аби вкладати кошти в розвиток портів.

Відповідальність за розвиток та утримання об'єктів інфраструктури має покладатися на підприємство з обслуговування річкових водних шляхів. Підприємство має займатися організацією використання річкових водних шляхів, моніторингом діяльності судноплавних компаній. Також на такі підприємства покладається відповідальність за правильне використання потенціалу річкового шляху, керівництво потоками.

Функцію забезпечення грошима на себе має взяти держава за рахунок податкових надходжень до Державного бюджету України.

Таким чином однією з основних причин, що заважають розвиватися річковому транспорту є фінансові питання, пов'язані з забезпеченням розвитку інфраструктури.

Для вирішення проблеми держава має співпрацювати разом з підприємствами та створювати ефективну систему взаємодії для подальшого розвитку річкового транспорту.

Важливим елементом є також частина, пов'язана з правовим регулюванням діяльності річкової інфраструктури та річкового транспорту в цілому. Для того, аби правильно використати потенціал перевезень річковим транспортом необхідно переглянути основні законодавчі положення, що забезпечують діяльність річкового транспорту.

За правовим визначенням поняття «річковий порт» має декілька різних за формулюванням значень. Перше значення визначає порт як суб'єкт господарювання, що користується водною інфраструктурою, друге значення трактує поняття як комплекс, що пов'язує сумісні об'єкти інфраструктури.

Суттєвою різницею тут є саме визначення того, хто саме має відповідати за матеріальний аспект функціонування інфраструктури та яким чином розподіляється відповідальність за правильну роботу порту, хто має оновлювати інфраструктурні об'єкти та матеріально-технічну базу.

Врегулюванням цих питань має займатися держава. Саме державні органи мають сприяти оновленню законодавства, що дозволить спростити процес перевезень та налагодити низку питань.

Звертаю увагу на вже існуючий проект Закону про внутрішній водний транспорт, який розглядають з 2018 року. Він обумовлює та пояснює низку проблемних питань: особливості діяльності порту, повноваження керуючих портом, місцезнаходження портів та відповідних об'єктів інфраструктури порту, обов'язкові річкові збори(утримуються на забезпечення своєчасного ремонту та оновлення портів), скасування всіх інших зборів, правила господарської діяльності з забезпечення роботи порту.

Дії, описані в проекті, мають підвищити рівень портів та відповідних послуг до європейського рівня. Згідно з цим проектом до річкових портів відносяться суб'єкти господарювання, які підпорядковуються Адміністрації річкових портів.

Адміністрація річкових портів має займатися насамперед забезпеченням виконання правил, побудовою системи функціонування портів. Також на адміністрацію покладається матеріальне забезпечення розвитку портів. Відповідно до своїх функцій цей державний орган буде напряму зацікавлений в



розвитку портів, тому що чим більше людей почнуть користатися послугами річкового транспорту тим більший річковий збір вони заплатять і, відповідно, тим більший обсяг коштів отримає адміністрація на подальше вдосконалення інфраструктури порту.

Також адміністрація зацікавлена в забезпеченні грамотного використання потужностей портів, раціональному плануванню перевезень, залученню до роботи раніше неприбуткових об'єктів та пошуку нових вигідних шляхів. Якість обслуговування також важлива, тому що це привертає увагу нових суб'єктів, які скористаються послугами річкового транспорту.

В результаті стає зрозуміло, що практична реалізація змін має починатися з реформування правового забезпечення діяльності річкового транспорту. Необхідно пам'ятати, що зусилля, направлені на розвиток річкового транспорту повернуться в значно більших грошових обсягах та допоможуть підняти рівень перевезень в Україні. Ця галузь є прибутковою, тому необхідно реалізувати відповідні проекти з покращення стану водної інфраструктури та використовувати можливості для подальшого розвитку транспортної галузі та виходу на глобальні ринки.

#### Література

1. Дослідження розвитку ринку перевезень водним транспортом в сучасних умовах господарювання. Н. М. Тимченко, О. Ю. Кузьменко. Науковий вісник Херсонської державної морської академії. 2018. С. 80–84.

2. Поняття та правова основа діяльності водного транспорту України: митний аспект. Прокопенко В.В. Lex Portus. 2018. С. 169-178

3. Річковий транспорт України: сучасний стан та економічні перспективи розвитку. Аніщенко О.В. 2018. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». С. 34-40.

*Герасименко А.Д.  
студентка*

*Запорізький національний університет  
Лисенко М.О.*

*к.е.н.*

*Запорізький національний університет*

## **ОПТИМІЗАЦІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «УКРПОШТА»**

Однією з провідних і надважливих функцій держава є захист прав і свобод своїх громадян, навіть коли реалізація цього завдання не може бути ефективним з точки зору економічних показників, адже будь-яка держава працює насамперед для людей. Тому, ухвалюючи рішення про приватизацію даного підприємства, слід розглядати можливість часткову приватизацію шляхом продажу пакету акцій компанії, проте контрольний пакет, все таки, залити у держава.

Іншим варіантом може бути реформування Укрпошти та наділення її новими сучасними функціями. Останніми роками, децентралізація адміністративних послуг, підвищення їх якості, наближення адміністративних

послуг до громадян та бізнесу, а також подальша розбудова мережі центрів надання адміністративних послуг визначені пріоритетними напрямками реформування системи надання адміністративних послуг в Україні. З метою забезпечення комфортних умов для надання адміністративних послуг станом на поточний рік в Україні функціонує більше 800 центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП). Згідно офіційних даних, Укрпошта має найбільшу кількість відділень з усіх операторів поштового зв'язку, а саме – більше 11 000.

З огляду на вище викладене, доцільною ідеєю може стати реформування відділень Укрпошти насамперед в сільській місцевості шляхом відкриття на їх базі центрів надання адміністративних послуг та створити мультипрофільні центри обслуговування громадян (МПЦОГ) (рис.3).

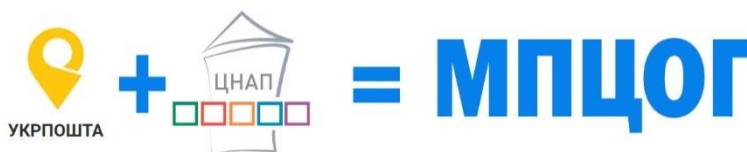


Рис. 3. Мультипрофільний центр обслуговування громадян.

Всі відділення Укрпошти мають приміщення, штат працівників, мінімально необхідне матеріально-технічне устаткування. Зробивши аналіз необхідної кількості відділень пошти та ЦНАПів для обслуговування визначеної кількості населення територіальних громад, можна вирахувати достатнє число установ для конкретної адміністративно-територіальної одиниці. Закупивши необхідне обладнання для забезпечення реалізації адміністративних послуг та розширивши або оптимізувавши штат працівників, в тому числі, як варіант, шляхом працевлаштування звільнених після скорочення державних службовців з райдержадміністрацій після впровадження реформи цього року, які відповідатимуть освітньо-кваліфікаційним вимогам для операторів та адміністраторів центрів надання адміністративних послуг, можна повністю перезавантажити систему відділень державного поштового оператора та впровадити якісно нові послуги.

Для мешканців сільської місцевості значною проблемою постає питання отримання необхідних довідок, виписок, передача документів. Відкриття на базі поштових відділень ЦНАПів крім того, що надасть їм нового життя, забезпечить доступність отримання великої кількості послуг населенням. Центри надання адміністративних послуг давно запровадили використання мобільного комп'ютерного обладнання для надання послуг вдома, що може стати гарною додатковою послугою при адресній доставці пенсійних виплат. Надання працівникам мобільних терміналів, також може забезпечити зручну сплату комірною мешканцями при отриманні пенсій (рис. 4). Таким чином МПЦОГ може стати унікальним центром для виконання багатьох функцій для громадян, які проживають у віддалених населених пунктах та не мають своїх сел та пгт банків та ЦНАПів для надання таких послуг.



Рис. 4. Послуги МПЦОГів.

Для покращення якості послуг, які надаються Укрпоштою, слід також переглянути логістику доставки вантажів та кореспонденцію з метою забезпечення отримання мешканцями поштових відправлень протягом 1-3 днів замість тижня, як це працює сьогодні. Для цього слід оптимізувати процес прийняття, реєстрації, маркування, пакування та пересилки відправлень, в тому числі провівши оцінку ефективності існуючої системи та впровадивши нове програмне забезпечення та інші технологічні підходи. Зважаючи на незамінну роль державного поштового оператора при офіційній пересилці кореспонденції між державними установами, в тому числі правоохоронними органами, органами виконавчої служби, судів та прокуратури, пришвидшення процесу отримання кореспонденції дозволить покращити якість роботи органів державної влади та відповідних структур.

#### Література

1. Офіційний сайт ПАТ «Укрпошта». Режим доступу: <https://www.ukrposhta.ua/>
2. Державна служба статистики України – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/11/zb\\_seu2017\\_u.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_seu2017_u.pdf)

*Головань О.О.*

*к.ф.-м.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

*Олійник О.М.*

*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

## **ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНІЇ**

Будь-яка людина рано чи пізно усвідомлює, як важливо в житті вміти правильно планувати й раціонально використовувати всі наявні ресурси. Час – це єдиний ресурс, який не можна компенсувати. Тому для сучасної людини є важливим вміння ефективного чи хоча б більш раціонального використання часу. На сьогодні майже всі трудові операції різняться своєю різноплановістю, багатогранністю, складністю та творчим підходом, тому без раціональної системи управління часом майже неможливо успішно виконувати роботу і

встигати за особистим та професійним життям. Саме тому виникає необхідність у визначенні місця та ролі елементів тайм-менеджменту у системі управління персоналом, а також в організації загалом. [1]

Тайм-менеджмент – це міждисциплінарний розділ науки і практики, присвячений вивченню проблем і методів оптимізації тимчасових витрат у різних сферах професійної діяльності. Так, П. Берд визначив тайм-менеджмент, як технологію організації часу і підвищення ефективності його використання. Це не стільки набір технік, скільки стиль життя і філософія цінності часу у швидкому потоці інформації і постійно мінливому світі.

На його думку керувати часом просто: треба лише змінити методи своєї роботи і ефективно використовувати час, що вивільнився. Управління часом передбачає дослідження і удосконалення техніки його використання. Спочатку необхідно проаналізувати щоденний розпорядок своїх справ і тільки після цього приймати конкретні рішення щодо його оптимізації. Проте, наскільки б майстерно ви не планували свої справи, виконати їх з максимальною продуктивністю не вдасться, якщо ви не позбавитеся від не ефективних щодо використання часу видів діяльності. Відмовившись від необов'язкових або непотрібних дій, працівник зможе вивільнити більше часу на те, що йому дійсно потрібно або на роботі, або вдома або на дозвіллі. [2]

Серед основних принципів тайм-менеджменту можна виокремити такі [1]:

- самостійна робота (робота над собою);
- індивідуальність рішення;
- необхідність відстежування власної ефективності;
- мислення, спрямоване на ефективність;
- досяжність і невичерпність резервів ефективності;
- чітке формулювання цілей.

Використання тайм-менеджменту, як і будь-якого іншого інструменту у системі управління персоналом на підприємстві, потребує дотримання певної послідовності дій та процесів для отримання очікуваних результатів. Варто відзначити, що ефективність в управлінні часом полягає не в тому, щоб все зробити якомога швидше, а в грамотному розподілі своїх сил і можливостей. Основними кроками тайм-менеджменту мають стати:

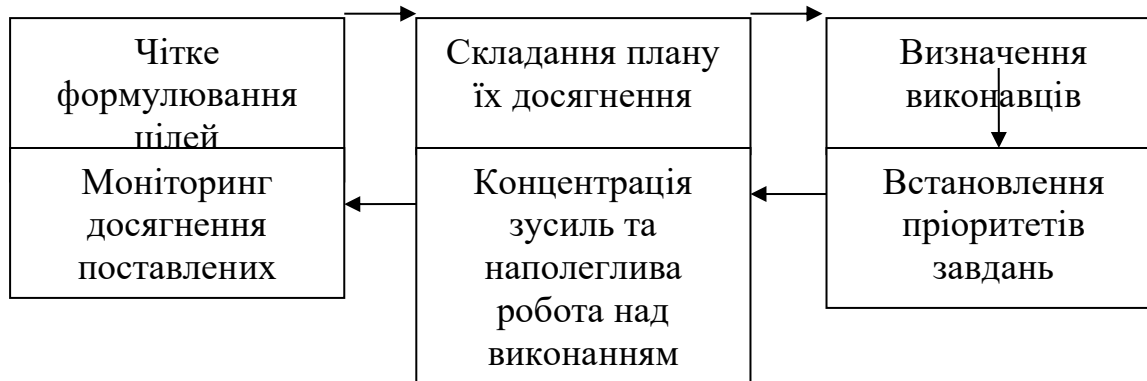


Рис. 1. Основні кроки тайм-менеджменту

Але, варто пам'ятати, що тайм-менеджмент не буде результативним тільки завдяки правильно організованій планово-аналітичній роботі. Тому, одним з

найважливіших завдань менеджера будь-якого рангу є вибір безпосередньо підлеглих йому осіб, здатних виконувати делеговані їм повноваження. Реалізуючи тайм-менеджмент в організації, менеджер зможе корелювати мету організації та цілі працівника, тим самим спрямувати його в потрібному напрямку і отримати при цьому нелінійне поліпшення процесу функціонування організації, підвищити її адаптивність, конкурентоспроможність та швидкість реакції на відповідні зміни[3]

Реалізація тайм-менеджменту і застосування його технологій підвищує ефективність управління персоналом організації, скорочує втрати часу і сприяє досягненню бажаних результатів.

#### Література

1. Шевчук А. В. Використання методик тайм-менеджменту у системі управління персоналом на вітчизняних підприємствах. *Управління розвитком*. 2014. № 15. С. 122–124.
2. Берд П. Тайм-менеджмент. Планування контроль часу. Київ : ПРЕСС, 2018. 291 с.
3. Мищенко Е.С., Дубровская Н.В. Тайм-менеджмент и его роль в эффективном управлении персоналом организации. *Вопросы современной науки и практики*. 2017. № 3. С. 208–211.

Городняк І.В.

кандидат соціологічних наук, доцент

Львівський національний університет імені І. Франка

## **ВИДАТКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ НА ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Стан та розвиток національної економіки, а також функціонування агропромислового комплексу значною мірою залежить від споживчої поведінки домогосподарств, зокрема його споживчих видатків. Саме аналіз структури та динаміки споживчих видатків домогосподарств дає можливість вивчати стан та тенденції розвитку економіки країни. Домогосподарство в системі сучасних економічних відносин є одним з найважливіших інститутів, що забезпечує необхідний рівень споживчого попиту, без якого неможливе функціонування ринкового механізму.

У сучасних соціально-економічних умовах важливим є постійний моніторинг структури та динаміки видатків, зокрема видатків вітчизняних домогосподарств на продукти харчування. 5

Метою даної роботи є аналіз структури та динаміки споживчих видатків домогосподарств, зокрема видатків на продукти харчування в Україні.

Видатки домогосподарства становлять сукупність платежів, які вони здійснюють з метою забезпечення власної життєдіяльності. При цьому аналізують видатки на придбання продовольчих і непродовольчих товарів та оплату послуг, інвестиційні видатки, податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти. Сукупні видатки домогосподарства складаються з суми

споживчих та неспоживчих сукупних видатків. Сукупні видатки включають фактично сплачені грошові видатки домогосподарства, вартість натуральних надходжень, суми пільг та безготівкових субсидій.

Споживчі сукупні видатки складаються з грошових видатків, а також – вартості спожитих домогосподарством продовольчих товарів, отриманих з особистого підсобного господарства та в порядку самозаготівель або подарованих родичами та іншими особами, суми отриманих пільг та безготівкових субсидій на оплату житла, комунальних продуктів та послуг, суми пільг на оплату телефону, проїзду в транспорті, туристичних послуг, путівок на бази відпочинку тощо [1, с. 60-361].

Аналіз споживчих видатків домогосподарств України впродовж 2010-2018 років вказує на стале переважання споживчих сукупних видатків над неспоживчими сукупними видатками (рисунок 1) [2].

Споживчі сукупні видатки вітчизняних домогосподарств у 2018 році становили 92,0%, а неспоживчі сукупні видатки лише 8,0%. Хоча у 2018 році споживчі видатки дещо скоротилися, та становили 92,0%, та відповідно до 8,0% росли неспоживчі видатки. Слід зазначити поступове скорочення видатків на продукти харчування та безалкогольні напої (у 2018 році дані видатки скоротилися порівняно з попереднім роком та становили 47,7% видатків домогосподарств).

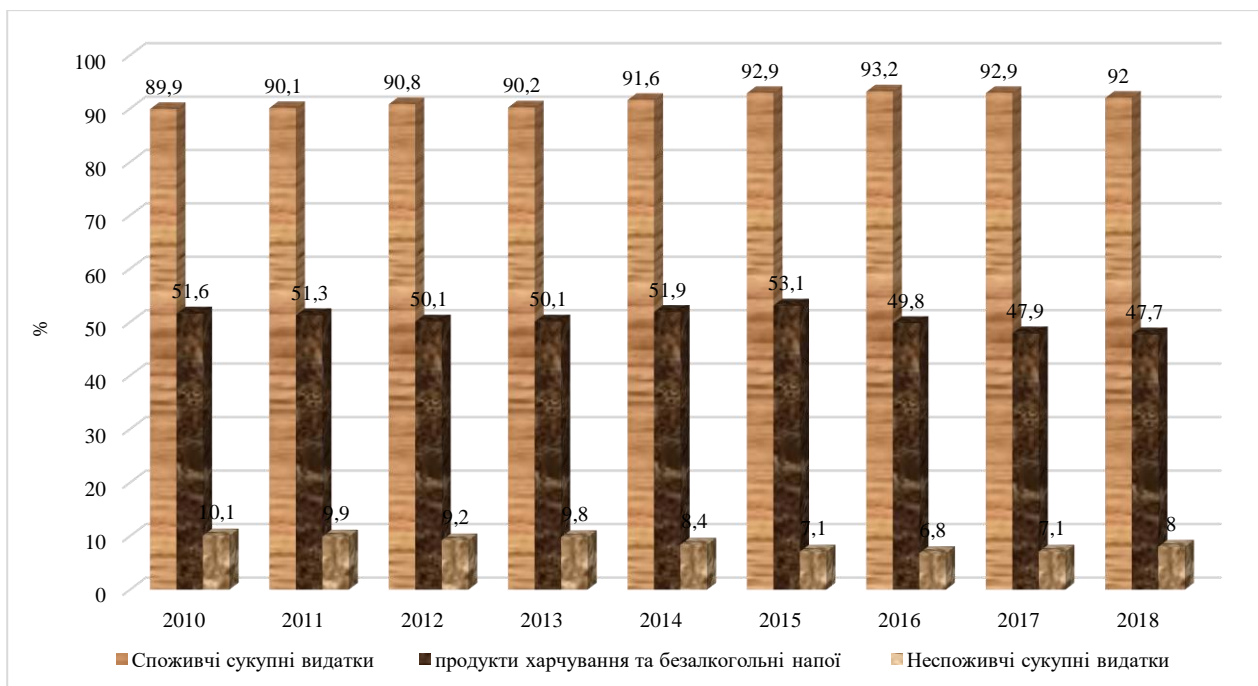


Рисунок 1. Структура сукупних видатків домогосподарств України (Дані за 2014-2018 роки подано без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя)

Джерело: [2].

Незважаючи на зменшення частки споживчих продовольчих видатків, їхня питома вага у структурі загальних видатків українців залишається найвищою як серед країн Європи, так і країн пострадянського простору.

Аналіз структури споживання продуктів харчування вітчизняними домогосподарствами впродовж 2012-2017 років, вказує на те, що рівень споживання продуктів тваринництва на одного споживача в Україні значно поступається аналогічному споживанню в провідних країнах світу та не відповідає рекомендованим фізіологічним нормами. Зокрема, у 2017 році українці в середньому споживали на 29,5% менше м'яса і м'ясопродуктів, молока і молочних продуктів – на 39,1%, яєць на 17,8 %, ніж це рекомендовано нормами харчування Українським НДІ харчування (таблиця 1) [4].

Таблиця 1

Споживання продуктів харчування у домогосподарствах України в середньому на одну особу на рік

Продукти, кг	Роки						Науково обґрунтована норма <sup>2</sup>	2016 р. до норми, %	2017 р. до норми, %
	2012	2013	2014 <sup>1</sup>	2015 <sup>1</sup>	2016 <sup>1</sup>	2017 <sup>1</sup>			
м'ясо і м'ясопродукти	60	61,2	58,8	55,2	56,4	56,4	80	70,50	70,50
молоко і молочні продукти	235,2	243,6	243,6	237,6	235,2	231,6	380	61,89	60,94
яйця, шт.	240	240	240	228	228	240	292	78,08	82,19
риба і рибопродукти	20,4	21,6	19,2	14,4	14,4	15,6	20	72,00	78,00
цукор	37,2	36	36	33,6	32,4	33,6	38	85,26	88,42
олія та інші рослинні жири	21,6	20,4	20,4	19,2	18	18	13	138,46	138,46
картопля	93,6	85,2	82,8	79,2	80,4	76,8	124	64,84	61,94
овочі та баштанні культури	121,2	112,8	108	105,6	110,4	102	161	68,57	63,35
фрукти, ягоди, горіхи, виноград	44,4	49,2	44,4	37,2	39,6	44,4	90	44,00	49,33
хліб і хлібні продукти	109,2	108	108	102	99,6	100,8	101	98,61	99,80

1 – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя

2 - Норми харчування, рекомендовані Українським НДІ харчування

Джерело: [3].

Висновки. Отже, проаналізовані дані вказують на те, що структура споживання домогосподарств в Україні продовжує залишатися недосконалою. Незважаючи на наявність позитивної тенденції щодо зменшення видатків домогосподарств на продукти харчування впродовж останніх років, вони є вкрай високими порівняно з розвинутими країнами світу. За таких умов домогосподарства здебільшого не мають можливості відволікати ресурси на заощадження та інвестування в накопичення людського капіталу.

## Література

1. Видатки і ресурси домогосподарств України у 2017 році. Статистичний збірник. - Ч.1. - Київ. - 2018. 380с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 06.11.2019).
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 20.07.2019).
4. Пояснювальна записка до проекту Закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо зниження ставки податку на додану вартість для деяких видів сільськогосподарської продукції». URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/GH5Q41BA.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GH5Q41BA.html). (дата звернення 21.12.2018).

*Горошкова Л.А.*

*д.е.н., доцент*

*Запорізький національний університет*

*Хлобистов Є.В.*

*д.е.н., професор*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

*Волков В.П.*

*д.е.н., професор*

*Запорізький національний університет*

*Будякова К.В.*

*студентка*

*Запорізький національний університет*

## **РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ОТГ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Актуальність реформування територіальної організації влади, що триває в Україні, була зумовлена тим, що адміністративно-територіальний устрій у країні не відповідав вимогам трансформаційних процесів і у деякій мірі був перешкодою перетворенням у державі, обмежував можливості здійснювати ефективну регіональну політику, і, як наслідок, стримував розвиток як територій, так і держави загалом. Саме тому Указом Президента України була схвалена «Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», в якій викладений комплексний підхід до реформ у країні [1]. На державному рівні проголошено, що новий адміністративно-територіальний устрій повинен стати основою побудови нової моделі територіального управління, що вимагає вивчення передумов здійснення ефективного управління ресурсами на місцевому рівні та формування методологічної бази удосконалення територіальної організації влади шляхом, насамперед, формування самодостатніх територіальних громад.

Управління ресурсами є основою для функціонування будь-яких складних систем мікро-, мезо- та макрорівня. Для аналізу та оцінки якості управління використовують категорію виробничо-ресурсного потенціалу, що визначає



собою максимальну здатність нагромаджених і підготовлених до переробки природних, матеріально-технічних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів задовольняти потреби суспільства і окремого громадянина.

Ресурси, що відповідно до чинного законодавства є у розпорядженні ОТГ можливо згрупувати таким чином:

а) природно-географічні: земельні, лісові, водні, мінерально-сировинні, біологічні, енергетичні;

б) соціально-економічні: матеріальні (рухоме і нерухоме майно, комунікації), фінансові (доходи та витрати бюджету, дотації, субвенції, гранти), людські та нематеріальні (інформації, технології, комунікації).

Отже перераховані ресурси, на нашу думку, і забезпечує можливості для забезпечення фінансової спроможності та самодостатності ОТГ.

Проведемо аналіз природно-географічного потенціалу та соціально-економічного стану ОТГ Запорізької області. В якості основних аналізованих показників нами були обрані такі: власні доходи на 1 особу; видатки розвитку (капітальні видатки) на 1 особу, інфраструктурна субвенція на 1 особу та базова/реверсна дотація на 1 особу. Результати аналізу наведені на рис. 1.

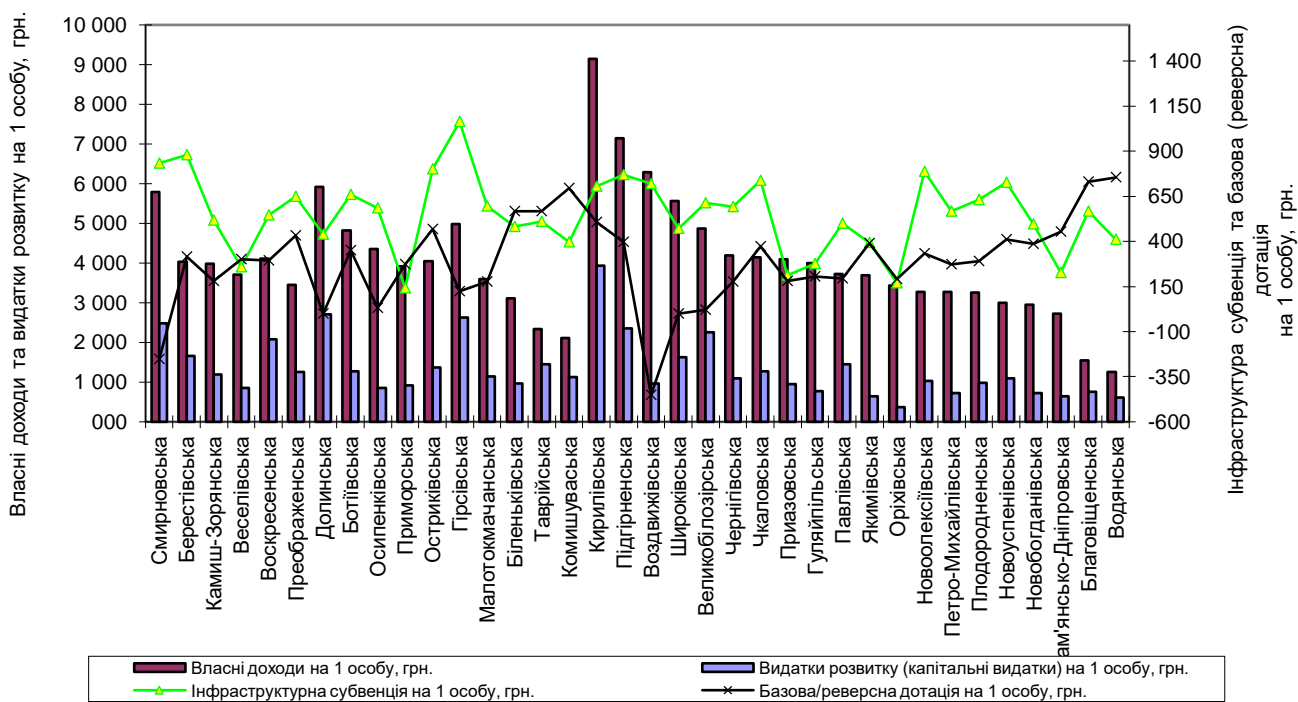


Рис. 1 Основні фінансові показники на 1 особу у ОТГ Запорізької області у 2018 році

Як бачимо, за цими показниками по ОТГ Запорізької області отримані різні показники. Отже, можливо вважати фінансово спроможними такі ОТГ Запорізької області: Смирновська, Берестівська, Каміш-Зорянська, Долинська, Широківська, Гірсівська, Ботіївська, Кирилівська, Чкаловська, Підгірненська, Великобілозірська, Чернігівська, Воскресенська, Остриківська, Павлівська.

З метою визначення причин такої диференціації рівня економічного розвитку, нами був проведений аналіз природно-географічного потенціалу зазначених громад.

За чисельністю населення ці громади належать до різних груп класифікації Мінрегіону. Так до першої групи (з чисельність населення понад 15 тисяч осіб) належить тільки Чернігівська ОТГ (16800 осіб); до другої групи (з чисельністю населенні від 10 до 15 тисяч осіб) належить також тільки одна ОТГ – Широківська (11000 осіб); до третьої групи (з чисельністю населення від 5 до 10 тисяч осіб) належать п'ять ОТГ: Комиш-Зорянська (6300 осіб), Воскресенська (5800 осіб), Долинська (5800 осіб), Кирилівська (6700 осіб), Великобілозірська (7900 осіб); інші сім ОТГ належать до першої групи (з чисельністю населення до 5000 осіб): Берестівська (4700 осіб), Ботіївська (2100 осіб), Остриківська (2900 осіб), Гірсівська (2000 осіб), Підгірненська (2200 осіб), Чкаловська (3300 осіб) та Павлівська (3600 осіб). Отже це дає підстави не погодитись з думкою експерта Мінрегіону Яніни Казюк [2], яка вважає, що невеликі за територією та чисельністю населення ОТГ здебільшого мають низьку фінансову спроможність, такі громади не мають достатнього трудового потенціалу для свого розвитку та якісного управління. Вона вважає, що виняток становлять окремі громади, на територіях яких розміщені бюджетоутворюючі та потужні підприємства реального сектору економіки. На нашу думку, потужні підприємства дійсно мають суттєве значення для ОТГ, але ці підприємства наявні на території ОТГ внаслідок відповідного природо-ресурсного та соціально-економічний потенціалу території.

З метою оцінки потенціалу безбитковості ОТГ Запорізької області та прогнозування ситуації в області, у даному географічному дослідженні використані можливості регресійного аналізу. В результаті побудована регресійна модель, точність якої визначається за допомогою коефіцієнта детермінації  $R^2$ , значимість – за допомогою критерія Фішера. Для проведення регресійного аналізу використана процедура РЕГРЕСІЯ у MS Excel.

Встановлено, що основними факторами формування фінансової спроможності та самодостатності ОТГ є не чисельність населення, а ресурсний потенціал. Складовими цього потенціалу є природно-географічні (земельні, лісові, водні, мінерально-сировинні, біологічні, енергетичні) та соціально-економічні (матеріальні, фінансові, людські та нематеріальні) ресурси.

Авторами доведено, що нині маємо частину територій, де тільки йде процес створення ОТГ. В роботі доводиться, що в основі подальшого формування ОТГ мають стати комплексний потенціал територіального розвитку, а саме – природний та соціально-економічний потенціали. Саме градієнти (як територіально визначена сукупність можливостей) комплексного потенціалу розвитку формуватимуть адміністративну делімітацію (територіальне охоплення) ОТГ, які будуть мати ознаки економічної спроможності та ефективного розвитку на засадах збалансованості ресурсів, інтересів та конкурентоспроможності.

У подальшому процесі децентралізації доцільно здійснювати укрупнення ОТГ за кластерним принципом. Центрами тяжіння таких кластерів (ядрами

кластерів) повинні стати такі ОТГ, які сформували достатній рівень фінансової спроможності і самодостатності на добровільному етапі децентралізації, та мають ресурсний потенціал для сталого розвитку.

Отже в результаті проведених досліджень нами доведено, що саме природно-географічний та соціально-економічний потенціал є основою для фінансової спроможності та самодостатності ОТГ за умови ефективного управляючого впливу на ці складові.

#### Література

1. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» (від 12 січня 2015 р., № 5/2015). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення 04.02.2018).
2. URL: <http://decentralization.gov.ua/news/7991?page=6>.

*Горошкова Л.А.*

*д.е.н., доцент*

*Запорізький національний університет*

*Хлобистов Є.В.*

*д.е.н., професор*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

*Краснопахта Є.В.*

*студентка*

*Запорізький національний університет*

## **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Атмосфера відіграє провідну роль у глобальному, регіональному та локальному перенесенні забруднювальних речовин та забрудненні природного середовища. В умовах зростання антропогенного навантаження внаслідок накопичення шкідливих домішок, які зумовлюють забруднення атмосфери, уповільнюється процес її природного самоочищення. На сьогодні вже наявні глобальні наслідки забруднення атмосфери – накопичення в ній парникових газів та виснаження озонового шару. За таких умов потребує вирішення проблема моделювання детермінант динаміки забруднення атмосфери в Україні та визначення пріоритетів екологічної політики [1].

У роботі проведене економіко-статистичне моделювання обсягів та темпів зростання викидів шкідливих речовин у атмосферу в Україні. Здійснено економіко-статистичне моделювання детермінант динаміки викидів шкідливих речовин в Україні. Моделювання проведене для таких речовин: діоксиду сірки, діоксиду азоту, оксиду вуглецю та діоксиду вуглецю. Для цього використано дані щодо обсягів викидів шкідливих речовин впродовж 1991 – 2017 років та темпів їх зростання. Сутність моделі полягає в тому, щоб визначити безпечні межі зміни обсягів викидів зазначених шкідливих речовин та темпів їх зростання. Такий підхід зумовлений тим, що ми вважаємо, що впродовж досліджуваних років в країні обсяги викидів коливались у певних межах, але екологічної

катастрофи не сталось. Ці дані зможуть бути орієнтиром для бажаних (очікуваних) показників викидів (мінімальний рівень викидів) та критичних (максимальний рівень викидів).

Економіко-статистичне моделювання проведене з використанням статистичних показників відносної та накопиченої частоти. У моделі передбачено, що величини викидів, що найчастіше були досягнуті впродовж досліджуваних років є межами обсягів викидів, що не створюють загрозу екологічній ситуації у країні.

З іншого боку такі межі можливо оцінити з використанням довірчого інтервалу для середніх. Для прийнятої в більшості досліджень довірчої імовірності 0,95, довірчий інтервал для середніх визначимо з використанням Microsoft Excel (Сервіс, Аналіз даних, Описова статистика). Таким чином, нами запропоновано рівень надійності, що дорівнює половині довірчого інтервалу для генерального середнього арифметичного темпів зростання обсягів викидів шкідливих речовин вважати межами сталого розвитку екологічної системи на сучасному етапі.

Показано, що одними із найважливіших еколого-економічних інструментів природоохоронної діяльності в Україні є екологічний податок та збір за забруднення довкілля. За результатами аналізу динаміки збору за забруднення навколишнього середовища встановлено, що останніми роками знизилась обсяги викидів забруднюючих речовин.

Встановлено, що динаміка надходження екологічного податку до бюджету не співпадає з динамікою видатків бюджету на охорону навколишнього середовища. Така ситуація тим більш є нелогічною, оскільки, як показав проведений аналіз, майже 75% цього податку до державного бюджету перераховують крупні підприємства, що здійснюють скиди забруднюючих речовин. Серед них металургійні підприємства ПАТ «Арселорміттал Кривий Ріг», ПрАТ «Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча», ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат», підприємство ПАТ «Черкасихімволокно», підприємства корпорації ДТЕК та ін. Отже держава отримує кошти платників направляє їх на природоохоронні заходи із затримкою, як мінімум один рік. Це свідчить про недосконалість регуляторних механізмів екологічної політики як на рівні держави, так і на рівні окремих територій. Нажаль в умовах децентралізації влади (з 2015 року), ситуація не покращилась, що свідчить про низьку ефективність екологічної політики держави по відношенню до територій. Чинний механізм перерозподілу екологічного податку щодо територій призводить до того, що тільки певні ОТГ мають можливість отримати свою частку податку (ті, на території яких зареєстровані підприємства-забруднювачі). З огляду на зазначене, існує необхідність розроблення методологічних підходів до визначення обґрунтування ефективних напрямів реалізації державної політики у сфері охорони довкілля на рівні ОТГ, рекомендацій з їх наукового супроводу, опрацювання комплексу заходів щодо їх упровадження та вдосконалення чинної організаційно-правової бази.

Щодо екологічного податку, то його ставки зростали впродовж 2014 – 2018 років, їх підвищували 01.04.2014, 01.01.2016, 01.01.2017 та 01.01.2018 року.

Темпи зростання доходів зведеного та державного бюджетів повністю відповідають цим періодам. Зростання обсягів екологічного податку у доходах місцевих бюджетів у 2015 році можливо пояснити початком децентралізації та здійсненими змінами у Податковому кодексі. Останніми роками спостерігається уповільнення темпів зростання надходження екологічного податку до місцевих бюджетів впродовж 2017 – 2018 років. На нашу думку, це можливо пояснити неефективністю чинною системи наповнення бюджетів ОТГ та місцевих бюджетів, оскільки більшість громад не мають на своїй території крупних підприємств-забруднювачів і, відповідно це джерело наповнення бюджету відсутнє.

Рівень розвитку економічного механізму регулювання і стимулювання раціонального природокористування опосередковано відображається рівнем природоохоронного фінансування. Проведена оцінка рівень розвитку економічного механізму регулювання і стимулювання раціонального природокористування на основі показників природоохоронного фінансування.

Досліджено взаємозв'язок між надходженням екологічного податку до бюджетів та динамікою видатків на природоохоронні заходи.

Динаміка видатків зведеного бюджету України на охорону навколишнього природного середовища свідчить про те, що вони щорічно зростають (за виключенням 2014 року), але темпи цього зростання впродовж 2016 – 2017 років уповільнились і становлять 113,12% та 117,49% відповідно. Такі темпи зростання видатків, якщо знівелювати вплив інфляційного чинника, виявляються незначними, що є ознакою стагнації видатків на природоохоронні цілі. Аналогічна ситуація характерна і для державного бюджету, крім того, видатки у 2017 році – взагалі скоротились. Щодо обсягів місцевих бюджетів то їх темпи з 2015 року прискорились, у 2015 та 2017 роках – суттєво. На нашу думку, це пов'язано із процесами децентралізації влади. Є підстави вважати, що створені ОТГ більш виважено ставляться до екологічної політики та необхідності фінансування природоохоронних заходів. Досягти синергетичного ефекти у процесі реалізації екологічної політики можливо в разі, якщо динаміка надходження екологічного податку до бюджетів буде співпадати з відповідною динамікою щодо видатків на природоохоронні заходи.

Проведений аналіз динаміки та джерел фінансування капітальних та поточних інвестицій у охорону навколишнього середовища.

Отже серед проблем, на вирішення яких необхідно зосередити управлінський вплив є такі: вдосконалення механізми використання екологічного податку (його постійно отримують тільки ті ОТГ, на території яких розташовані великі промислові підприємства); впровадження механізму акумуляції коштів екологічного податку об'єднаних територіальних громад з метою їх ефективного використання за цільовим призначенням; забезпечення надходження частини податку за використання надр державного значення до бюджету ОТГ, оскільки надрокористування спричиняє екологічні збитки на місцевому рівні; впровадження низки додаткових податків, а саме а) з підприємств, яким підпорядковуються місця утилізації чи зберігання відходів, що розташовані в межах громади, б) за використання природних ресурсів

місцевого значення – територій лісового і водного фондів, видобуток корисних копалин місцевого значення (пісок, щебінь, родючий ґрунт, торф тощо), у випадку вивезення їх за межі району.

Отримані результати підтвердили зроблені висновки щодо неефективності державної політики здійснення капітальних інвестицій у природоохоронні заходи.

#### Література

1. Державна екологічна політика України в умовах децентралізації влади / за наук. ред. д.е.н., проф. Є.В. Хлобистова / Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України». Київ: ДУ ІЕПСР НАН України, 2016. 226 с.

*Горошкова Л.А.*

*д.е.н., доцент*

*Запорізький національний університет*

*Хлобистов Є.В.*

*д.е.н., професор*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

*Кутик В.В.*

*аспірант*

*Запорізький національний університет*

*Біда В.С.*

*студентка*

*Запорізький національний університет*

## **МОДЕЛЮВАННЯ ПАРАМЕТРІВ СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ ВИДАТКІВ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

Трансформація адміністративно-територіального устрою в Україні є однією із складових реформ, яких потребує українське суспільство. Головним із десяти пріоритетів «Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [1], схваленій Указом Президента України, є децентралізація та реформа державного соціально-економічного устрою, перебудова територіальної організації об'єктів господарювання. Отже Україна та її економіка потребують нагального наукового обґрунтування та практичної реалізації заходів щодо сталого геопросторового розвитку країни в умовах трансформації адміністративно-територіального устрою. Залишається загальнонаціональною проблемою створення системи комплексного, багатокритеріального управління природно-господарськими системами до числа яких належать об'єднані територіальні громади (ОТГ), що забезпечить сталий розвиток регіонів і країни у довготривалій перспективі. Сталий розвиток держави можливо забезпечити тільки в разі, якщо створені у результаті децентралізації ОТГ будуть самодостатніми і фінансово спроможними. Отже перед ОТГ постають такі завдання: по-перше – ефективніше формувати дохідну частину свого бюджету, по-друге – переходити на самозабезпечення та раціональне планування своїх ресурсів і видатків, що у

майбутньому зробити територіальні громади економічно самодостатніми та фінансово спроможними. Саме тому, у сучасних умовах децентралізації особливої актуальності набуває проблема формування ефективної системи управління фінансами територіальних громад.

В роботі проведений аналіз чинної системи видатків об'єднаних територіальних громад, до складу яких входить фінансування освіти, культури, охорони здоров'я, соціального захисту, житлово-комунального господарства, розвиток інфраструктури, які у сукупності забезпечують сталий розвиток територій.

Проведений нами аналіз свідчить, що у нормативно-правовій базі щодо об'єднаних територіальних громад відсутні дієві гарантії оптимального, збалансованого розподілу бюджету між населеними пунктами – членами ОТГ. Зазначена проблема виникає перш за все у ОТГ, до складу яких входять населені пункти з різною чисельністю населення та різним рівнем доходів на душу населення.

Оскільки єдина рада ОТГ формується на рівних і прямих виборах, то чисельність представників кожного з населених пунктів залежить від кількості населення в ньому. Тобто населені пункти, навколо яких створено ОТГ, можуть мати переваги при прийнятті рішень у порівнянні із меншими за чисельністю населення.

Друга проблема пов'язана з тим, що рівень доходів на одного мешканця не завжди залежить від кількості населення у населеному пункті, більш пріоритетними фактором є наявність природних ресурсів, цінних земельних ділянок або великого прибуткового підприємства. Це також може спричинити нерівномірне використання коштів, зокрема на розвиток населених пунктів.

Третя проблема пов'язана з тим, що забезпечити справедливий, збалансований розподіл видатків та субвенцій можливо в разі наявності достовірної інформації щодо кількості мешканців у населених пунктах ОТГ. А така інформація практично відсутня, оскільки створенню ОТГ передують вибори, оголошені центральною виборчою комісією (ЦВК), на підставі інформації щодо офіційної реєстрації мешканців у населених пунктах. Практика свідчить, що місце реєстрації не завжди співпадає із місцем проживання. Крім того, в процесі пошуку роботи між окремими населеними пунктами відбувається трудова міграція, що має маятниковий характер. Тобто є ті особи, які кожного ранку їдуть на роботу у інший населений пункт, а у вечорі - повертаються. Є ті, хто їде на роботу на тиждень, існують також сезонні роботи. Таким чином відбувається коливання чисельності мешканців у населених пунктах. У такому разі традиційний підхід, за якого розподіл необхідних видатків між населеними пунктами не буде ефективним, оскільки він базується на даних щодо місця реєстрації таких осіб без урахування тимчасової міграції. У свою чергу, у населеному пункті, до якого вранці переміщується додаткова робоча сила, необхідно забезпечити відповідну інфраструктуру (транспортне сполучення, заклади громадського харчування і т. ін.). Інфраструктура транспортного сполучення між населеними пунктами таких громад також потребує додаткової уваги.

На нашу думку існує ще одна проблема щодо неефективності розподілу як видатків бюджету ОТГ окремим населеним пунктам, так і врахування зовнішньої міграції, перш за все – трудової міграції за межі країни. У регіонах, де зовнішня трудова міграція (еміграція) має суттєві масштаби, фактична чисельність населення не завжди співпадає із тією, яка враховувалась ЦВК при створенні ОТГ. Це також не можливо врахувати при чинній системі розподілу видатків та інших фінансових ресурсів (субвенцій).

Отже доведено, що чинна система управління місцевими фінансами не сприяє їх сталому розвитку та не передбачає дієвих механізмів ефективного розподілу видатків в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ) між населеними пунктами, що входять до їх складу. Показано, що причинами є те, що до складу ОТГ входять населені пункти з різною чисельністю населення, різним рівнем доходів на душу населення, внаслідок міграційних процесів чисельність населення є непостійною.

З урахуванням міжнародного досвіду запропонована модель розподілу видатків між населеними пунктами в ОТГ на надання суспільних благ з використанням системи лінійних однорідних різницевих рівнянь, що враховує специфіку національної економіки. Так у ЄС існує принцип гармонійного розвитку, який закріплений в Договорі про функціонування ЄС, і передбачає розподіл більшості бюджету на менш розвинені території. Але щодо такого підходу, то, на нашу думку існує загроза або взагалі чинні ОТГ приєднувати до свого складу такі населені пункти, або будуть створені громади, що віддадуть перевагу дотаційному шляху розвитку замість створення умов для власної фінансової спроможності.

Інший підхід – економічний лібералізм, є протилежним. Він передбачає залежність видатки бюджету від внеску кожного учасника. Негативний досвід щодо цього підходу вже відомий у США. Там внаслідок загрози соціальної несправедливості, є уже все більше муніципалітетів, які від'єднуються від решти території разом з найбагатшими районами і, відповідно, їхніми доходами, залишаючи за собою прогалину у фінансуванні загальних видатків. Проте, такий підхід буде стимулювати громади шукати нові можливості для заробітку.

В роботі доведено, що диференціація видатків за багатокритеріальним принципом повинна здійснюватись перш за все у фінансуванні надання житлово-комунальних послуг, що належать до суспільних та змішаних благ.

Показано, що планувати розвиток ОТГ та населених пунктів, що входять до їх складу (забезпечення суспільними благами, капітальні витрати, рівень доходів, забезпечення ресурсами і благами та ін.), необхідно здійснювати з урахуванням чисельності населення у кожному з них та можливі їх зміни впродовж певного проміжку часу. Для моделювання описаної ситуації використано систему лінійних однорідних різницевих рівнянь.

Показано, що планувати розвиток ОТГ та населених пунктів, що входять до їх складу (забезпечення суспільними благами, капітальні витрати, рівень доходів, забезпечення ресурсами і благами та ін.), необхідно здійснювати з урахуванням чисельності населення у кожному з них та можливі їх зміни впродовж певного проміжку часу. Для моделювання описаної ситуації використано систему лінійних однорідних різницевих рівнянь.



Запропоновано: для збалансування бюджетних надходжень і витрат в межах забезпечення сталого територіального розвитку, доцільно розраховувати чисельність населення на певних часових відрізках. Ці відрізки мають враховувати очікувані зміни чисельності населення кожного населеного пункту на території ОТГ. Розподіл запланованих витрат має спиратися на уможливлення надання суспільних благ, що забезпечить соціальну справедливість та гармонійний розвиток. Обсяг фінансування соціальних благ має оцінюватись з урахуванням запропонованих економіко-математичних підходів, які можуть стати частиною інформаційно-аналітичного забезпечення місцевого управління та самоврядування.

#### Література

1. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» (від 12 січня 2015 р., № 5/2015). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення 04.02.2018).

*Григор'єв С.М.*

*д.т.н., професор*

*Рябенко А.Є.*

*к.ф.-м.н., доцент*

*НУ"Запорізька Політехніка"*

### **ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ УТИЛІЗАЦІЇ ТУГОПЛАВКИХ ЕЛЕМЕНТІВ З ТЕХНОГЕННИХ ВІДХОДІВ**

Метою даного етапу досліджень було підвищення ефективності ресурсо- та енергозбереження в металургії спеціальних сталей, а конкретні задачі дійсних наукових рішень полягали в економіко-математичному моделюванні техніко-економічних показників виробництва сплаву для легування та розкислення прецизійних сплавів.

В роботі були використані матеріали активного промислового експерименту металізації окалини прецизійних сплавів та використання отриманого матеріалу для легування спеціальних сплавів [1, 2].

З метою досягнення оптимальних властивостей кінцевого продукту с урахуванням комплексного впливу складу шихти на економію від використання лігатури для легування розплаву використовувався регресійний аналіз [3].

Для отримання чисельних оцінок регресійної моделі застосовано спеціалізовану бібліотеку sklearn мови програмування Python та середовище для розрахунків Google Colab.

Отримано математичну модель

$$y_1 = 0.010 x_1 + 0.057 x_2 - 0.045 x_3 + 0.082 x_4 - 0.001 x_5 - 0.066 x_6 - 0.085 x_7 + 0.007 x_8 - 0.001 x_9,$$

де  $y_1$  – зниження витратних коефіцієнтів металевих електролітичного нікелю вогневого кобальту;

$x_1 - x_8$  – відсотковий вміст у лігатурі елементів (Ni, Co, Mn, Si, Al, Ti, C, Fe);  
 $x_9$  – час плавки (хвилин).

Коефіцієнт детермінації регресії складає 0.9994, що свідчить про високий рівень достовірності моделі.

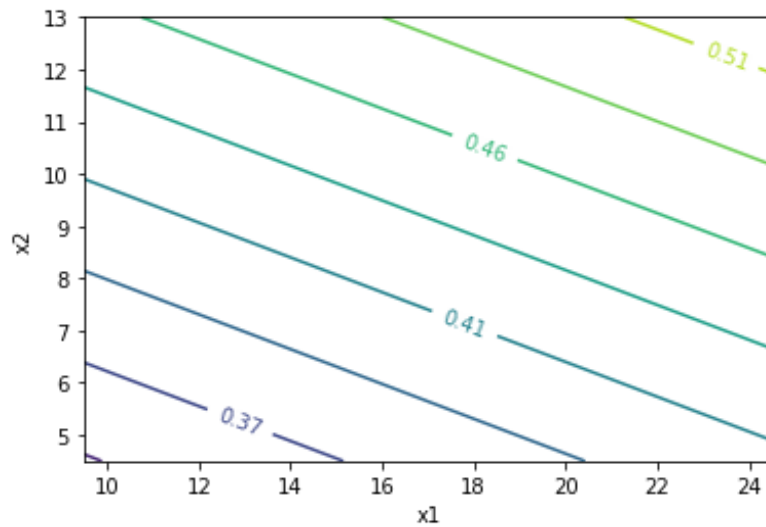


Рис.1 - Контур залежності цільового показника  $y_1$  від  $x_1$  та  $x_2$

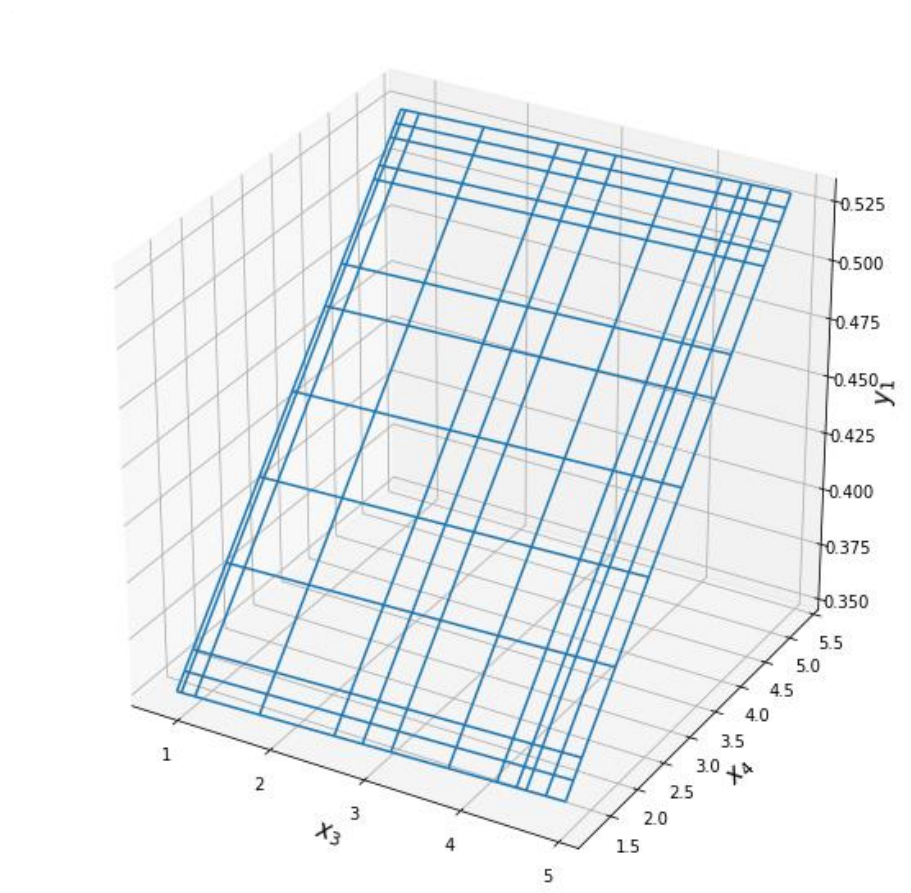


Рис.2 - 3-D поверхня залежності  $y_1$  від  $x_3$  та  $x_4$

Також побудовані моделі залежності підвищення ступеня утилізації легувальних елементів і заліза, зниження собівартості виплавки прецизійного

кобальт-нікельвмісного сплаву, засвоєння Ni та Co при виплавці прецизійного сплаву із застосуванням лігатури.

Ці моделі також мають високі показники детермінації, що означає фактично функціональну залежність між змінними моделей та цільовими показниками.

Запропоноване наукове рішення дозволяє визначити оптимальні області техніко-економічних показників та видаткових коефіцієнтів вихідних матеріалів і склад шихти та зниження витрат в процесі виробництва та при використанні нового матеріалу. При цьому враховуються результати даного напрямку. Одночасно враховуються всі основні фактори впливу на ступінь використання матеріалів та енергоресурсів.

#### Література

1. Григорьев С.М. Порошковая металлургия легирующих и композиционных материалов: монография / Григорьев С.М., Скачков В.А., Бережная О.Р. – Запорожье: ЗНУ, 2017 – 738 с.

2. Григор'єв С.М. Стратегічні й тактичні напрями ресурсо- та енергозбереження в металургії важкотопких легувальних матеріалів і спеціальних сталей / Григор'єв С.М. // Держава та регіони: Серія «Економіка та підприємництво» - 2009. - №6. – С.70-76.

3. Лукьяненко І.Г. Економетрика / Лукьяненко І.Г., Краснікова Л.І. – К.: Товариство «Знання», КОО, 1998. – 484 с.

*Григорьев С.М.*

*д.т.н.*

*Запорожский национальный университет.*

*Шишканова А.А.*

*к. ф-мат.н.*

*Национальный университет «Запорожская политехника».*

*Пилипенко Н.В.*

*соискатель,*

*Национальный университет «Запорожская политехника».*

## **МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЗАВИСИМОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ЛИГАТУРЫ ДЛЯ ВЫПЛАВКИ ПРЕЦИЗИОННОГО СПЛАВА 79НМ ОТ ИНГРЕДИЕНТНОГО СОСТАВА ШИХТЫ**

Выполнено построение многофункциональной системы зависимостей технико-экономических показателей производства никель молибденсодержащей лигатуры на основе техногенных отходов для легирования и раскисления прецизионных сплавов. Определены предпочтительные области заданных параметров, что дает возможность повышения качества лигатуры с наиболее предпочтительным содержанием легирующих элементов в ней и, как следствие, снижения себестоимости выплавки сплава с ее использованием.

В последние годы научной общественностью активно обсуждаются вопросы ресурсо- и энергосбережения в промышленном производстве металлопродукции [1]. Особенно эта проблема обострилась в последние годы, в связи со стремительным ростом цен на них на мировом рынке потребления [2]. Поэтому разработка отечественных ресурсо- и энергосберегающих технологий сплавов и лигатур, тем более с параллельной утилизацией немобильных отходов (окалина прецизионных сплавов) представляет не только научный, но, прежде всего, практический промышленный интерес. Предложены достаточно оригинальные решения проблемы [3], однако резервы повышения эффективности в данном направлении далеко не исчерпаны.

Цель настоящей работы – построение многофункциональной модели системы влияния технико-экономических показателей получения сплава для легирования и раскисления никельмолибденсодержащих прецизионных сплавов на повышение эффективности их производства.

Для достижения заданных свойств целевого продукта с учетом комплексного влияния состава шихты на снижение себестоимости передела выплавки сплава для легирования и раскисления сталей использовались методы регрессионного анализа [4-6].

Опытно-промышленные экспериментальные значения факторов, которые исследовались в работе, в построенной модели имели следующие условные обозначения и находились в пределах:  $y$  (снижение себестоимости передела выплавки сплава с использованием предложенной лигатуры) – 2...30 %;  $x_1$  (окалина сплава 79НМ) – 4,0...28,7 % мас.;  $x_2$  (стружка силового шлифования металлопродукции сплава 79НМ) – 4,0...57,2 % мас.;  $x_3$  (обоженный молибденовый концентрат марки КМо-2) – 0,2...13,4 % мас.;  $x_4$  (техническая закись никеля) – 13,2...24,2 % мас.;  $x_5$  (циклонная пыль кремния и/или отсеб кристаллического кремния) – 3,0...8,1 % мас.;  $x_6$  (марганец металлический марки МР-1) – 1,8...5,3 % мас.;  $x_7$  (углеродистый восстановитель (сажа ТГМ-33) – 1,3...4,3 % мас.;  $x_8$  (алюминий марки АК-8) – 0,6...6,1 % мас.

Уравнение полученной нелинейной математической модели имеет следующий вид:

$$y = -5.99 + 14.95 \ln x_1 - 5.7 \ln x_2 - 14.48 \sqrt{x_3} - 17.40 \ln x_4 + 33.73 \sqrt{x_5} + 6.68 \cdot x_6 + 0.01 x_7^3 - 5.06 \cdot x_8$$

Для данной модели сумма квадратов отклонений составляет 14,525, а коэффициент детерминации – 0,99. Расчетный критерий Фишера  $F=424,84$ , значительно превышает критическое значение  $F=2,59$ , взятое для уровня значимости 5 %. Таким образом можно сделать вывод, что с надежностью 95 % исследуемая модель адекватна исходным данным.

Трехмерные графики построены для этой модели (рис.1) при фиксированных остальных параметрах, соответственно равных:  $x_1=15,4$ ;  $x_2=32,2545$ ;  $x_3=5,4636$ ;  $x_4=17,1182$ ;  $x_5=5,4727$ ;  $x_6=2,9$ ;  $x_7=2,9454$ ;  $x_8=3,3091$ . Указанные показатели выбраны как средние значения представленных данных.

Общий объем сплава для легирования и раскисления марки НМ1, используемого для выплавки прецизионного сплава марки 79НМ, принятого в настоящих расчетах, составил 70,6 т. Использование предварительно выплавленного из вторичного материала нового легирующего и раскисляющего сплава осуществляли при выплавке в индукционной печи ИСТ-4 емкостью тигля 4000 кг. В результате использования шихтовой добавки сплава НМ1 с расходными коэффициентами 140...220 кг/т прецизионного сплава снижается массовая доля расхода никеля, молибдена, алюминия и других. В расчете использовались только данные по никелю и молибдену и принято среднее значение расходного коэффициента шихтовой добавки сплава НМ1 180 кг/т.

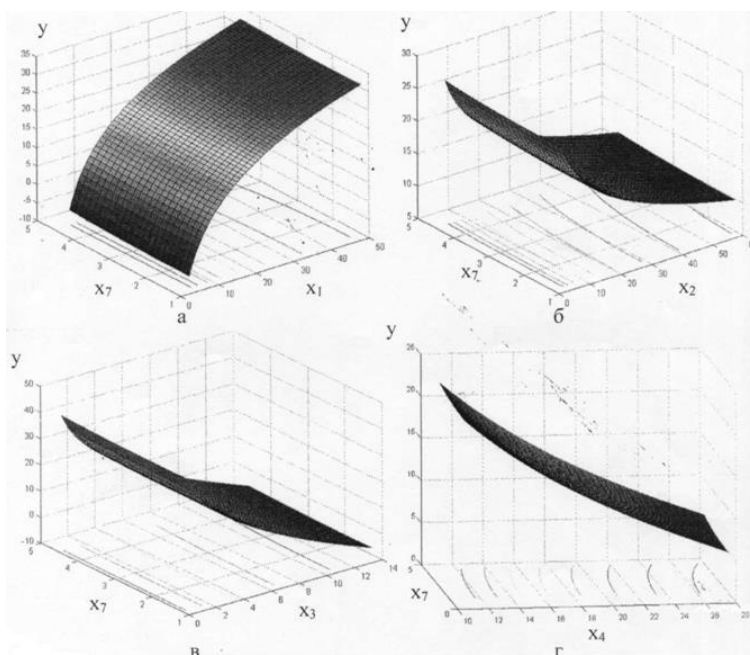


Рис.1. Зависимости снижения себестоимости передела выплавки сплава, % (у) от содержания в шихте, % мас., углеродистого восстановителя ( $x_7$ ) и окалины сплава 79НМ ( $x_1$ ) – а; стружки силового шлифования металлопродукции сплава 79НМ ( $x_2$ ) – б; обожженного молибденового концентрата марки КМо-2 ( $x_3$ ) – в; технической закиси никеля ( $x_4$ ) – г.

С помощью зависимостей, изображенных на рис. 1, прослеживается комплексное влияние факторов, что дает возможность рассчитывать наиболее выгодные технико-экономические параметры для повышения качества никельмолибденосодержащей лигатуры с заданным содержанием легирующих элементов ней. Это позволило повысить степень усвоения легирующих элементов и снизить себестоимость выплавки прецизионного сплава 79НМ с использованием предварительно подготовленного вторичного сырья. Общая экономия средств при использовании 70,6 т. сплава для легирования и раскисления марки НМ1 составила 80,80 тис. дол. США (в соответствии с ценами на никель и молибден на Лондонской бирже металлов (LME) по состоянию на 06.12.2019г.).

## Литература

1. Ратцек У. Оптимизированные технологические процессы и улучшенная переработка вторичных материалов. *Черные металлы*. 2009. №6. С.58-62.
2. Керкхофф Х.Ю. Взрыв цен на сырье - угроза экономическому подъему. *Черные металлы*. 2010. №10. С. 61-66.
3. Григор'єв С. М. Економічна ефективність утилізації тугоплавких металів із техногенних відходів прецизійних сплавів. *Держава та регіони. Сер. «Економіка та підприємництво»*. 2014. №2. С. 66-71.
4. Лук'яненко І. Г., Красикова Л. І. Економетрика : Підручник. Київ : Товариство "Знання", КОО, 1998. 494 с.
5. Freedman, D.A. (2009) *Statistical Models: Theory and Practice*, Cambridge University Press. 442 p.
6. Nikolettseas, M. M. (2014) *Statistics: Concepts and Examples*, USA Press. 235 p.

*Грицаєнко М.І.*

*к.е.н., старший викладач*

*Таврійський державний агротехнологічний університет  
ім. Дмитра Моторного*

## СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ РЕГІОНУ

В сучасних умовах одним з першорядних завдань управління соціально-економічним розвитком національної економіки виступає забезпечення збалансованого регіонального розвитку. У цьому контексті актуалізується проблема визначення конкурентних переваг окремих регіонів з урахуванням перспектив стратегічного планування їх соціально-економічного розвитку. Для забезпечення репрезентативної оцінки конкурентних переваг регіону доцільно враховувати як економічні, так і соціальні чинники, приділяючи увагу аналізу компонентів соціального капіталу.

Дослідженням соціального капіталу регіону в різні роки приділяли увагу вітчизняні науковці Гірман О.С. [1], Єрмакова О.А. [8], Зеленко О.О. [10], Коломицева О.В. [11], Малаховський Ю.В., Кансо А., Хайдура Х. [12] та інші. Незважаючи на численність публікацій, деякі питання оцінки та формування соціального капіталу регіону залишаються недопрацьованими, що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Соціальний капітал – це сукупність здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри [2-6]. За рівнями аналізу доцільно розрізняти нано- (індивідуальний), міні- (локальний), мікро- (корпоративний), мезо- (регіональний, галузевий), макро- (державний), а також мега- (глобальний) соціальні капітали [6, с. 63].

Регіон є територією, в межах якої зосереджені економічні, соціальні, культурні та політичні інтереси його населення. Вважаємо, що для оцінки соціального капіталу регіону потрібна система відповідних індикаторів.

Індикатор – це орієнтований економічний показник, вимірювання, що дає змогу певною мірою передбачити, в якому напрямі слід очікувати розвиток економічних процесів [8, с. 176]. З метою оцінки соціального капіталу регіону пропонуємо використання наступних індикаторів (табл. 1): відношення трансакційного сектору економіки до валового регіонального продукту [7]; відношення об'єднаних територіальних громад до територіальних громад регіону; середньозважене відношення кількості кооперативів, асоціацій, громадських об'єднань (громадських організацій та громадських спілок), об'єднань співвласників багатоквартирного будинку, а також органів самоорганізації населення до загальної кількості юридичних осіб в регіоні.

Таблиця 1

### Індикатори соціального капіталу регіонів України за 2018 рік

	Відношення трансакційного сектору економіки до валового регіонального продукту	Відношення об'єднаних територіальних громад до територіальних громад регіону	Середньозважене відношення кількості кооперативів, асоціацій, громадських об'єднань (громадських організацій та громадських спілок), об'єднань співвласників багатоквартирного будинку, а також органів самоорганізації населення до загальної кількості юридичних осіб в регіоні	Інтегральний показник
<b>Україна</b>	<b>0,3963</b>	<b>0,0911</b>	<b>0,0473</b>	<b>0,0017</b>
Вінницька	0,3021	0,0939	0,0599	0,0017
Волинська	0,4456	0,1311	0,0627	0,0037
Дніпропетровська	0,2674	0,1230	0,0404	0,0013
Донецька	0,2555	0,0337	0,0508	0,0004
Житомирська	0,3701	0,0887	0,0597	0,0020
Закарпатська	0,4277	0,0475	0,0832	0,0017
Запорізька	0,2517	0,1873	0,0492	0,0023
Івано-Франківська	0,3408	0,0534	0,0716	0,0013
Київська	0,4214	0,0364	0,0614	0,0009
Кіровоградська	0,3176	0,0651	0,0554	0,0011
Луганська	0,3359	0,0542	0,0563	0,0010
Львівська	0,4391	0,0737	0,0660	0,0021
Миколаївська	0,3721	0,1178	0,0384	0,0017
Одеська	0,5018	0,0523	0,0479	0,0013
Полтавська	0,1923	0,1054	0,0605	0,0012
Рівненська	0,3295	0,1074	0,0670	0,0024
Сумська	0,3201	0,1275	0,0658	0,0027
Тернопільська	0,3477	0,0862	0,0595	0,0018
Харківська	0,3522	0,0502	0,0391	0,0007
Херсонська	0,3145	0,1218	0,0517	0,0020
Хмельницька	0,3109	0,1466	0,0541	0,0025

Черкаська	0,3262	0,1105	0,0585	0,0021
Чернівецька	0,4040	0,1182	0,0701	0,0033
Чернігівська	0,3292	0,0826	0,0585	0,0016

*Джерело: розраховано автором за даними Державної служби України*

На основі індикаторів соціального капіталу регіону, що пропонуються, був розрахований інтегральний показник як їхній добуток. За цим показником у відповідності з формулою Стерджеса регіони України були розділені на п'ять груп. В першу групу з найменшим інтегральним показником соціального капіталу ввійшли Донецька, Харківська, Київська та Луганська області (до 0,0010), в другу групу – Кіровоградська, Полтавська, Одеська, Івано-Франківська, Дніпропетровська та Чернігівська області (0,0011-0,0016), в третю групу – Миколаївська, Закарпатська, Вінницька, Тернопільська, Житомирська, Херсонська, Черкаська і Львівська області (0,0017-0,0021), в четверту – Запорізька, Рівненська, Хмельницька та Сумська області (0,0022-0,0028), в п'яту, з найвищим інтегральним показником – Чернівецька та Волинська області (понад 0,0028).

Вважаємо, що соціальний капітал є додатковим ресурсом регіону, тим соціальним драйвером, який визначає динаміку, якість та спрямованість його соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможність. Аналіз тенденцій змін як окремих індикаторів соціального капіталу регіонів, так і їхніх інтегрованих показників надаватиме можливість досліджувати особливості та ефективність його формування, а також переведення в продуктивний формат. Перспективами подальших досліджень є розробка показників ефективності використання соціального капіталу регіону.

#### Література

1. Гірман О. Соціальний капітал як ресурс регіонального розвитку / О. Гірман // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2017. – Вип. 4. – С. 62-69.
2. Грицаєнко Г.І. Соціальні інвестиції в соціальний капітал / Г.І. Грицаєнко, М.І. Грицаєнко // Бізнес Інформ. – 2018. – № 1. – С. 188-194.
3. Грицаєнко М.І. Місце соціального капіталу в формуванні та об'єднанні територіальних громад / М.І. Грицаєнко // Бізнес Інформ. – 2017. – №8. – С. 116-123.
4. Грицаєнко М.І. Роль ВНЗ у формуванні соціального капіталу регіону / М.І. Грицаєнко // Економіка та суспільство. – 2017. – Вип. 8. – С. 129-136.
5. Грицаєнко М. Соціальний капітал у становленні підприємницької мережі аграрної сфери України / М. Грицаєнко // Економіка АПК. – 2017. – №5 – С. 58-64.
6. Грицаєнко М.І. Сутність соціального капіталу та його особливості в аграрній сфері / М.І. Грицаєнко // Економіка АПК. – 2018. – №1. – С. 60-65.
7. Грицаєнко М. Трансакційні витрати національної економіки: сутність, класифікація та оцінка / М. Грицаєнко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2017. – Вип. 2 (17). – С. 41-55.



8. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р. С. Дяків, А. В. Бохан та ін. ; за ред. Р. Дяківа. – К. : МЕФ, 2004. – 704 с.
9. Єрмакова О.А. Соціальний капітал як важливий фактор економічного розвитку України та її регіонів / О.А. Єрмакова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2016. – № 847. – С. 88-96.
10. Зеленко О.О. Соціальний діалог та соціальний капітал, як базис економічного розвитку регіону / О.О. Зеленко // Часопис економічних реформ. – 2016. – № 3. – С. 56-61.
11. Коломицева О.В. Соціальний діалог та соціальний капітал в економічному середовищі: регіональний контекст / О.В. Коломицева // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2018. – Вип. 50. – С. 80-85.
12. Малаховський Ю. В. Теорія та практика формування соціального капіталу науково-освітнього кластеру регіональної інноваційної екосистеми на базі технічного університету / Ю.В. Малаховський, А. Кансо, Х. Хайдур // Центральнотуркранський науковий вісник . Економічні науки. – 2018. – Вип. 1. – С. 269-280.

*Гудкова Е.А.*

*к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета*

*Гудков С.В.*

*к.э.н., заведующий кафедрой бухгалтерского учета*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

*Республика Беларусь, г. Горки*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЗАПАСОВ**

Роль и значимость внутреннего контроля в настоящее время возрастают, так как он представляет собой эффективный механизм управления деятельностью организации в целом и обеспечения соблюдения политики руководства каждым отдельным работником. Хозяйственная деятельность должна быть обеспечена наиболее совершенными формами и методами внутреннего контроля и регулирования ее результатов. Процесс управления должен базироваться не только на конечных результатах, но и на условиях их достижения.

В организациях внутренний контроль осуществляется руководителем предприятия, работниками бухгалтерии и специалистами других структурных подразделений.

Совершенствование системы внутреннего контроля – это постоянный процесс, заключающийся в обосновании и реализации наиболее рациональных форм, методов, способов и путей ее создания и развития, а также в упорядочении отдельных сторон контроля на основе оценки его адекватности внутренним и внешним условиям организации. В каждой отдельно взятой организации можно

по-своему совершенствовать систему внутреннего контроля исходя из внутренних и внешних условий, а также степени ее развития (эффективности).

Исходя из особенностей структуры управления в сельскохозяйственных организациях, К.А. Бочоева [1] предлагает несколько возможных вариантов организации внутреннего контроля:

1. создание автономного отдела внутреннего контроля, который определяет общую стратегию и тактику контроля организации и руководит работой своих секторов в подразделениях;

2. формирование интегрированного с другими экономическими службами отдела внутреннего контроля, который наряду с вышеуказанной работой выполняет консультационные функции и оказывает содействие в необходимых случаях по объединению и согласованию усилий;

3. организация самостоятельных отделов внутреннего контроля во всех крупных подразделениях организации без секторов;

4. организация службы внутреннего контроля по «функциям» – целесообразна для организаций малого и среднего предпринимательств.

Организациям, имеющим большое количество разнообразных видов деятельности, которые отличаются специфическими условиями, технологией производства, рекомендуется организация контроля по видам деятельности. Для организаций, в которых в каждой из выделенных территорий номенклатура видов деятельности невелика и различия между ними незначительны, оптимальной является организация контроля по «территориям».

Специфика деятельности организаций, объем и сложность проведения внутреннего контроля требует определения четкой последовательности стадий (этапов) его проведения, распределения обязанностей между исполнителями и определения времени для проведения всех работ по контролю.

Необходимым средством такой подготовки является всесторонне продуманное планирование. Данный вид контроля в организациях требуется проводить по широкому кругу вопросов для познания объектов проверки и раскрытия их содержания – количество, качество, состояние, оценка, разработка проектов управленческих решений и т.д.

По результатам проверки контролер должен сделать обоснованные выводы и внести предложения по устранению выявленных ошибок в учете запасов; рекомендовать экономическому субъекту внедрение более прогрессивных методов управленческого учета запасов, которые способствовали бы улучшению информационных и управленческих аспектов бухгалтерского учета.

Кроме того, наметить предложения по использованию выявленных резервов с целью повышения эффективности сельскохозяйственного производства.

Исходя из вышеизложенного нами предложена методика внутреннего контроля на примере запасов, которую можно представить в виде следующей модели (рисунок 1).



**Рисунок 1 – Модель методики внутреннего контроля запасов**

Примечание – Собственная разработка автора

Для улучшения информационной базы внутреннего контроля сельскохозяйственного производства большое значение имеет также рационализация структуры счетов по учету сельскохозяйственной продукции. Так, например, чтобы улучшить информационные и контрольно-аналитические функции учета, структуру счета 43 «Готовая продукция» можно представить следующим образом (таблица 1).

**Таблица 1 – Предлагаемая структура счета 43 «Готовая продукция»**

Синтетический счет	Субсчета первого порядка	Субсчета второго порядка	Аналитические счета
43 «Готовая продукция»	43.1 «Сельскохозяйственная продукция растениеводства»	1.1 Продукция зерновых культур 1.2 Продукция кормовых культур 1.3 Продукция овощных культур и т.д.	1.1.1 Зерно озимой пшеницы 1.1.2 Зерно яровой пшеницы и т.д.
	43.2 «Сельскохозяйственная продукция животноводства»	1.1 Продукция скотоводства 1.2 Продукция птицеводства и т.д.	2.1.1 Молоко 2.2.1 Яйца и т.д.
	43.3 «Сельскохозяйственная продукция промышленного производства»	1.1 Продукция от переработки зерна 1.2 Продукция от забоя скота 1.3 Продукция от переработки молока и т.д.	3.1.1 Мука 3.2.1 Мясо 3.3.1 Сыр и т.д.

Примечание – Собственная разработка

Таким образом, счет 43 «Готовая продукция» будет иметь пятизначный шифр. Первые два знака (цифры) означают синтетические счета, второй знак – субсчет первого порядка, третий знак – субсчет второго порядка, а последний – аналитический счет. Например, получение зерна озимой пшеницы – 43.1.1.1, получение молока – 43.2.2.1 и т.д.

Такая постановка учета выхода сельскохозяйственной продукции позволяет внедрить полную автоматизацию учета и контроля выхода продукции.

#### Литература

1. Боцоева, К.А. Развитие внутреннего контроля в системе управления сельским хозяйством (на примере Республики Северная Осетия-Алания): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.12 Бухгалтерский учет, статистика / Боцоева Кристина Асланбековна. – Краснодар, 2015. – 23 с.

*Гужва Г.А.*

*студентка факультету менеджменту  
Запорізький національний університет*

*Малтиз В.В.*

*к.е. н., доцент*

*Запорізький національний університет*

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Менеджмент як сучасна система управління фірмою, підприємством, що діє в умовах ринкової економіки, передбачає створення умов, необхідних для їх ефективного функціонування і розвитку виробничої діяльності.

Йдеться про таку систему управління, яка породжена об'єктивною необхідністю і закономірностями ринкових відносин господарювання, пов'язаними з орієнтацією фірми на попит і потреби ринку, на запити індивідуальних результатах широким використанням новітніх науково-технічних досягнень, регулюванням відносин між фірмами.

Особливість сучасного менеджменту полягає в його спрямованості на забезпечення раціонального ведення господарства на рівні фірми в умовах дефіцитності ресурсів, необхідність досягнення високих кінцевих результатів з мінімальними витратами, оптимальної адаптації фірми до нових ринкових умов виробництва або предметів споживання, наявності сучасної електронно-обчислювальної технології, ступеня залучення в зовнішньоекономічну діяльність.

Метою будь-якої організації є зростання, розвиток і максимізація її економічних результатів. На якість управління організацією впливають безліч як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів. Одними з найважливіших є правильно побудована структура праці, наявність всіх необхідних ресурсів, сучасні технології.

На ефективність управління впливає ставлення персоналу до роботи, керівнику й організації. Велике значення мають також якості й здатності самого керівника, його авторитет, здатність знайти з підлеглими спільну мову й організувати робочий процес.

Існує безліч способів підвищення ефективності менеджменту, кожний з яких спрямований або на самого керівника, його особисті й професійні якості, або на який-небудь елемент управлінської діяльності.

Робота над підвищенням ефективності управління може починатися з будь-якого елемента, того, удосконалювання якого є для організації найбільш актуальним. Важливо лише мати при цьому у виді взаємозв'язок елементів один з одним.

Розглянемо найбільш загальні шляхи підвищення ефективності управління:

1. Удосконалювання і максимальне спрощення структури управління, децентралізація більшості функцій, визначення повноважень керівництва з урахуванням кваліфікацій й особистих якостей.

Важливу роль у забезпеченні ефективного управління грає делегування, що означає доручення виконання певних завдань підлеглим.

2. Вироблення стратегії розвитку організації на основі аналізу її сильних і слабких сторін, розробка філософії й політики організації, що охоплює всі її функціональні області [3, с.1].

3. Підвищення комунікаційного зв'язка між співробітниками й підрозділами:

Виконати цей пункт може допомогти створення єдиної комп'ютерної мережі на підприємстві. Можливість доступу співробітників до інформаційних баз даних, звітів й інших матеріалів, пов'язаних з діяльністю фірми в різних областях, у тому числі й інноваційної.

Також для підтримки комунікації між робітниками треба проводити такі заходи як конференції для персоналу різних рівнів чи можливо візити фахівців компанії в передові підрозділи для обміну досвідом [2, с.535].

4. Розробка системи прийняття рішень, стандартів і критеріїв контролю.

5. Постійне підвищення кваліфікації працівників за допомогою навчання, перепідготовки, розвитку ініціативи, творчості.

6. Розробка системи підбора, навчання, оцінки й переміщення керівних кадрів, планування кар'єри керівників, застосування стилю керівництва, адекватного внутрішньому й зовнішньому факторам, що впливає на організацію. [2, с.401]

7. Створення системи мотивування. Заохочення робітників до праці як матеріальним винагородженням так і використанням психологічного [2, с.503].

8. Створення сприятливих умов для праці кожного робітника. Надання усіх необхідних ресурсів для досягнення цілей підприємства.

9. Постійне спостереження за сучасними винаходами у всіх сферах і залучення інновацій у роботу підприємства.

Таким чином, існує велика кількість шляхів і методів підвищення ефективності менеджменту, кожний з яких пов'язаний з якою-небудь певною областю діяльності підприємства.

Головна мета ефективного менеджменту — забезпечити формування і функціонування такого стану керованої системи (організації), яке максимальною мірою, наскільки це можливо, відповідає вимогам зовнішнього середовища організації та найбільш ефективного використання ресурсів і можливостей внутрішнього середовища організації.

Кожне підприємство самостійно розв'язує питання про вибір шляхів підвищення ефективності менеджменту залежно від специфіки діяльності й особливостей уже сформованої системи управління.

Однак будь-якому керівникові важливо усвідомлювати, що найбільша ефективність управлінської діяльності буде досягнута в тому випадку, якщо використати різні методи в комплексі, орієнтуючись при цьому на мети й стратегії розвитку підприємства.

#### Література

1. Майкл Мескон та ін., “Основи менеджменту”, - М., 1995. С 569-606.
2. Дафт Р.Л. Менеджмент. – СПб.: Питер –2000. С. 400-540.
3. Стаття: «Шляхи підвищення ефективності управління». URL:: <https://studfiles.net/preview/5432972/page:42>.

*Гулик Т.В.*

*к.е.н., доц.*

*Дрофа Є.А.*

*асистент*

*Національна Металургійна Академія України*

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Потенціал підприємства, як економічну систему, можна розглядати з різних точок зору, ґрунтуючись на:

- ресурсній концепції (як сукупність ресурсів та зв'язків між ними);
- функціональній (як сукупність функцій, які забезпечують реалізацію здібностей і можливостей);
- ресурсно-цільовій (як сукупність ресурсів та здібностей щодо досягнення певних результатів, цілей) та інших концепціях.

Проте основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально забезпечуючи, в такий спосіб, досягнення поставлених цілей.

Стратегічні перспективи галузі пов'язані з посиленням її комплексного розвитку, основними напрямками якого повинні стати технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації

технологій; випуск нових продуктів з метою підвищення прибутковості галузі; досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції; формування та використання новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

Напрямки підвищення економічного потенціалу підприємства має бути:

- покращення роботи відділу маркетингу і збуту (оскільки значно збільшилися запаси продукції на склад), що підвищить показник фондовіддачі на підприємстві;

- покращення кадрової політики підприємства (у частині розробки заходів щодо ефективного використання робочої сили). Залучення нових кадрів і перепідготовка поточних (на курсах підвищення кваліфікації або безпосередньо на виробництві) неодмінно позитивно позначається на діяльність підприємства;

- вдосконалення системи управління (підвищення рівня відповідальності керівників за схвалені рішення, при цьому має бути орієнтир на довгострокові результати, підвищення рівня знань кон'юктури ринку, підвищення мотивації у трудящих, прийняття заходів щодо підйому престижу інженерно – технічних спеціальностей, використання фінансового менеджменту в управлінні витратами);

- формування системи показників, що дозволять розробляти програми підвищення ефективності конкурентоспроможності продукції, підвищення продуктивності праці;

- пошук напрямів поліпшення використання основних фондів, зокрема раціонального використання наявних фондів [1].

Слід відзначити, що в умовах формування ринкового механізму господарювання на перший план висуваються такі питання, як технічний рівень, якість, надійність, зовнішній вигляд продукції, а це залежить від якісного складу техніки та ефективного її використання. Підвищення технічної якості засобів праці і оснащеність ними працівників в основному й сприяють зростанню ефективності виробничого процесу. Економічний потенціал необхідно розглядати у взаємозв'язку з властивими кожній суспільно – економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства з приводу повного використання їхньої здібностей зі створення матеріальних благ і послуг.

Одним із основних напрямків у підвищення ефективності використання потенціалу залишається орієнтація втрат ресурсів (сировинних, енергетичних, трудових), яка можлива шляхом модернізації діючих технологій на основі інновацій. Ефективне управління формування та використання виробничого потенціалу підприємств забезпечить збільшення випуску конкурентоздатної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, освоєння економічно ефективних високотехнологічних виробництв і модернізацію виробничої бази, що безпосередньо впливатиме на розвиток потенціалу підприємства загалом.

Потенціал підприємства, як економічну систему, можна розглядати з різних точок зору, ґрунтуючись на: ресурсній концепції (як сукупність ресурсів

та зв'язків між ними); функціональній (як сукупність функцій, які забезпечують реалізацію здібностей і можливостей); ресурсно-цільовий (як сукупність ресурсів та здібностей щодо досягнення певних результатів, цілей) та інших концепціях.

Проте основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально забезпечуючи, в такий спосіб, досягнення поставлених цілей.

Донедавна вченими економістами виділялися дві найбільш істотні причини падіння виробництва – скорочення попиту і зростання витрат. Сучасні моделі циклів і криз функціонування і розвитку підприємств так чи інакше спиралися саме на такі уявлення. Виникнення нових незалежних держав і розпочата в них ринкова реформа показали, що можливий третій принципово інший тип кризового механізму, коли спад виробництва викликається зміною цільової функції виробників, незалежно від рухів кривих попиту та пропозиції. Основним показником – індикатором, який характеризує ефективність діяльності підприємства, синтезує його управлінські та виробничі конкурентні переваги – є фінансовий результат діяльності підприємства. Аналіз динаміки даного показника дозволяє зробити висновок про те, що враховуючи істотне зниження фінансового результату діяльності підприємства, темпи зростання даного показника є скачкоподібними, не мають яскраво вираженої тенденції, що, в свою чергу, свідчить про відсутність тенденції стабільного зростання виробництва на підприємстві, про стохастичність впливів ринкового середовища. Негативним є той факт, що при зростанні прибутку на підприємстві, рентабельність підприємства є низькою. Подібний стан характеризує розвиток вкрай негативної для економіки України тенденції випереджального зростання витрат на виробництво продукції, що в більшості випадків свідчить про істотні недоліки внутрішнього менеджменту підприємств в управлінні потенціалом підприємства.

Про переважно екстенсивний характер інноваційних процесів свідчить те, що інноваційна продукція освоюється шляхом використання наявного обладнання і технологій. Такий тип інноваційного розвитку має досить вузькі межі і практично не спроможний підтримувати конкурентоспроможність з іншими підприємствами. Однак з виробничо-технічної точки зору збільшення кількості моделей і типів пов'язане з істотними проблемами. Машини, які застосовуються в промисловості, повинні в цих умовах мати здатність переходити від випуску одних виробів до інших з невеликими витратами часу, цінностей і засобів на їхнє переустаткування. Вони повинні мати здатність обробляти всілякі варіанти виробів у будь-якій довільно вибраній послідовності. Для цього, звичайно, потрібні й відповідні засоби праці, але не тільки вони. Потрібні й нові організаційні форми виробництва, які дозволяють дуже швидко переводити виробничі потужності з випуску одного продукту на інший. Необхідні також і організаційні форми, які забезпечать швидку зміну виробничих програм і ефективне використання виробничого потенціалу підприємства. Тільки це дозволяє підприємствам пристосовуватися до умов



мінливого попиту, коливання кон'юнктури насиченого ринку в умовах економічного росту. А це все потребує інвестиційних ресурсів. Разом з тим світовий досвід підтверджує, що інноваційна сфера особливо у країнах з перехідною економікою, неспроможна «одужати» лише за рахунок саморегулюючих механізмів. Необхідне впровадження відповідних адекватних державних програм, спрямованих на поліпшення інвестиційноінноваційного клімату і підвищення ефективності інноваційної діяльності.

Проведений аналіз, незважаючи на позитивні боки розвитку підприємства, підтверджує про ще існуючий нестійкий розвиток, існуючі диспропорції в економіці, інфляційні процеси, існуючу системну кризу, про реальну загрозу економічній безпеці Україні та тривалу кризу на рівні підприємства, джерела якої лежать не стільки в області нестабільності і нерозвиненості ринкових відносин у країні, скільки в прорахунках і помилках в управлінні даного підприємства, низькому рівні корпоративної культури, неефективному використанні їх потенціалу, відсутності стратегії та планів розвитку тощо.

Підсумовуючи думку багатьох вчених, які займалися вивченням даного напрямку, ми дійшли до висновку, що потенціал підприємства – це сукупність кількісних та якісних характеристик елементів (ресурсів) та їх властивостей, що залучаються у виробництво, формують майбутні можливості, в подальшому використовуються і проявляються у господарських процесах.

#### Література

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 352с.

*Данилейчук Р.Б.*

*к.е.н*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

Комплексна, об'єктивна оцінка розвитку підприємництва є передумовою ефективного економічного управління на рівні регіону. Вона дає підстави не тільки для вибору стратегії і обґрунтування управлінських рішень, а й для перевірки їхньої дієвості та результативності [1, с. 130].

Останнім часом у міжнародній та національній практиці управлінської діяльності широкого застосування для діагностики об'єктів управління набули рейтинги. У вузькому значенні рейтинг – це оцінка значимості, масштабності, важливості певного об'єкта (групи об'єктів). У широкому значенні під рейтингом розуміють ієрархічну систему, де між об'єктами за певними принципами встановлено якісне відношення переваги і визначено їх місце в ранжованому ряді. Об'єднуючи різноманітні характеристики і властивості складних соціально-економічних явищ в єдиний інтегральний показник, рейтинги забезпечують методологічну єдність усіх складових компонентів

системи і дають можливість однозначно оцінювати різні аспекти певної діяльності (органів державного управління, суб'єктів господарювання та ін.) [2].

В методичному плані складність рейтингування полягає в одержанні такого узагальнюючого показника, за допомогою якого можна найбільш раціональним способом об'єднати різноманітні за формою і змістом показники в один – синтетичний (комплексний) [2, с.70]. При цьому агрегування ознак в одну інтегральну оцінку ґрунтується на так званій «теорії адитивної цінності», згідно з якою цінність цілого дорівнює сумі цінностей його складових, а головним завданням адитивного агрегування є приведення показників ознакової множини, які різняться за змістом і одиницями вимірювання, до однієї стандартної основи за умови збереження співвідношення між ними [3, с. 25]. За допомогою рангів та оцінки рангової кореляції можливе здійснення оцінювання впливу окремих структурних явищ нижчого порядку на стан та динаміку структурних явищ вищого порядку. На основі цього підходу здійснюється розрахунок інтегрального коефіцієнта (індексу) рівня розвитку регіонів на основі ранжування регіонів за факторними показниками.

Метод визначення порівняльних рейтингових оцінок (рейтингування) передбачає виконання таких послідовних етапів: визначення мети і завдання комплексної оцінки множини об'єктів; формування системи показників, що відповідають меті і потребам суб'єктів управління в рейтинговій інформації; збирання вихідної інформації, що відображає стан чи динаміку соціально-економічного розвитку об'єктів управління; вибір методики стандартизації показників; інтегральна оцінка стандартизованих значень показників; ранжирування об'єктів за значенням рейтингів; практичне використання отриманих результатів для аналізу типології об'єктів, закономірностей розподілу взаємозв'язків і тенденцій соціально-економічного розвитку [4; 5].

Найбільш складним етапом при визначенні рейтингів управління є формування системи аналітичних показників, яка б забезпечувала об'єктивність, змістовність, глибину і адекватність інформації, що характеризує досліджувані соціально-економічні явища та процеси. Від правильного вибору і вірогідності аналітичних показників залежить об'єктивність інтегральної оцінки. Якщо відбір множини показників для діагностики стану об'єктів управління буде проведено неправильно, то як би добре не була опрацьована ця інформація, матеріали визначення рейтингів будуть низької якості, оскільки недоліки вихідної інформації не можна усунути подальшою їх обробкою [6].

Найбільш істотні ознаки для діагностики стану об'єктів управління відбираються на основі якісного логіко-теоретичного аналізу суті досліджуваних явищ, залежно від ступеня впливу цих ознак на стан та розвиток соціально-економічних процесів. При цьому необхідно враховувати вагомість окремих показників у загальному рейтингу, що передбачає використання експертних оцінок і статистичних методів обґрунтування вагових коефіцієнтів.

Розробка системи оціночних показників визначається, перш за все, кінцевою метою дослідження та якісним змістом соціально-економічних явищ, що характеризують стан об'єктів управління [7]. При визначенні рейтингів важливо забезпечити інформаційну односпрямованість показників. З цією метою

їх поділяють на стимулятори і дестимулятори. До перших відносять показники, зв'язок яких з інтегральною оцінкою прямий, тобто коли зміна факторного показника зумовлює зміну інтегральної оцінки в тому самому напрямі. До дестимуляторів відносять показники, зв'язок яких з інтегральною оцінкою обернений, тобто коли зміна факторного показника зумовлює протилежну зміну інтегральної оцінки. Для забезпечення односпрямованості показників при їх агрегуванні в одну інтегральну оцінку дестимулятори перетворюють на стимулятори шляхом розрахунку обернених значень ознак.

Існує чимало методик проведення комплексної порівняльної оцінки (в тому числі на основі визначення рейтингів) соціально-економічного розвитку регіонів та окремих економічних процесів у регіонах. В залежності від завдань конкретного емпіричного дослідження різні автори пропонують різні методичні підходи або різні показники, які беруться до уваги і аналізуються. Аналіз описаних у науковій літературі методик і методичних підходів до проведення порівняльної рейтингової оцінки соціально-економічного розвитку регіонів показав, що більшість методів вузькоспеціалізовані, не враховують у повному обсязі особливостей регіонального розвитку в умовах трансформаційних змін, мало узгоджені між собою, мають різну методологічну базу, що врешті-решт ускладнює їх комплексне використання. Характерною рисою для багатьох методик є формалізація показників оцінки соціально-економічного стану регіонів на основі дослідження мотиваційних чинників, які зумовлюють рух капіталів, створення нових робочих місць та вкладення інвестицій [4; 5].

На практиці найчастіше використовують такі способи (прийоми) визначення порівняльних рейтингових оцінок: метод бальних оцінок, метод суми місць, метод відносних відхилень, метод багатовимірної середньої, метод зіставлення часток, метод еталонних порівнянь, метод стандартизації показників досліджуваних явищ. Відповідні методи описані у науковій та навчально-методичній літературі [8; 9].

Поряд з визнаними і апробованими на практиці методами і методиками проведення рейтингової оцінки рівня соціально-економічного розвитку регіонів у науковій літературі зустрічаються праці з викладенням результатів досліджень пошуку оригінальних (нетрадиційних) методів і методик [10].

Таким чином, автором запропоновано теоретико-методичний підхід до оцінювання рівня соціально-економічного розвитку регіонів, що базується на методології економіко-статистичного аналізу, в тому числі через визначення порівняльних рейтингових оцінок (рангів).

#### Література

1. Кулинич Б.А. Економічна статистика [навчально-методичний посібник] / Б.А. Кулинич. – Хмельницький: Поділля. – 2000. – 286 с.
2. Сталинская Е. Оценка инвестиционной привлекательности регионов Украины / Е. Сталинская // Економіст. – 2003. – № 9. – С. 68-72.
3. Швець В.Є. Методи стандартизації показників у аналізі інвестиційної привабливості регіонів / В.Є. Швець // Фінанси України. – 1998. – № 5. – С. 23-26.

4. Данилейчук Р. Б. Фінансові інструменти підтримки суб'єктів інфраструктури малого бізнесу в регіоні / Р. Б. Данилейчук // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»). Вип. 1 (17). – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. – 2018. – С. 62-72.
5. Яцюк О.С. Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності / О. С. Яцюк // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»). Вип. 2 (18). – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. – 2018. – С. 54-60.
6. Данилейчук Р.Б. Local resources management under condition of decenralisation [Електронний ресурс] / Р.Б. Данилейчук // Інфраструктура ринку. – 2019. – № 29. – С. 347-351. – Режим доступу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/29-2019>
7. Саєнко Д. Визначення критеріїв та показників регіональної ефективності відтворювальних процесів / Д. Саєнко // Регіональна економіка. – 2005. – № 2. – С. 75-84.
8. Балабанов Г.В. Територіальний соціально-економічний моніторинг в Україні [монографія] / Г.В. Балабанов, В.В. Вишневський. – К.: Нора-друк, 2001. – 258 с.
9. Горкавий В.К. Використання рейтингових принципів для аналізу соціально-економічного стану сільських районів / В.К. Горкавий, Н.Г. Гончаренко // Статистика України. – 2004. – № 1. – С. 91-94.
10. Базилевич В.Д. Розвиток фінансового ринку в сучасних умовах / В.Д. Базилевич // Фінанси України. – 2009. – № 12. – С. 5-12.

*Даниленко Д.С.  
студент  
Запорозький національний університет  
Гуржій Н.Н.  
д.э.н., профессор  
Запорозький національний університет*

## **БЛОГГИНГ = СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС**

В наши дни понятия бизнес приобрело очень широкого значения, для начала давайте вспомним что такое бизнес в классическом понимании:

Бизнес – деятельность, направленная на систематическое получение прибыли. В настоящий момент присутствует очень много сфер для занятия бизнесом. Значит и видеоблогинг напрямую является бизнесом.

Видеоблогинг – это ваш канал на видеохостинге, на котором вы рассказываете и показываете то, что вам интересно.

Для людей, которые думают что это просто «баловство» и ничего общего с бизнесом не имеет, спешу вас огорчить, давайте посмотрим на это с другой стороны, Канал видеоблогера можно рассмотреть как рекламную площадку, а

видеоблогерскую сеть – как маркетинговое агентство. Только если раньше у маркетинговых агентств были некие ограничения (цензура на тв, цензура на биллбордах), то в интернете этого всего нету. Вы можете рекламировать что угодно и как угодно.

Рассмотрим пару интернет площадок, самая популярная на данный момент это YouTube.

На YouTube вся прибыль напрямую зависит от количества подписчиков (аудитории которая следит за твоим блогем) и просмотров. Но главный критерий популярности — это безусловно продукт, он должен быть особенным, уникальным и самое главное - интересным, чтобы его смотрели, ведь если он будет таковым, не нужно будет тратить средства на рекламу, за блогера это сделают его зрители, ведь видео распространяются со скоростью света.

Теперь рассмотрим варианты заработка на этом:

Первым является монетизация видео через партнерские программы.

1-й является базовая партнёрская программа самого YouTube (AdSense), но она не есть выгодной, ибо YouTube платит только 0.15\$ за 1000 просмотров, но у автора есть полная свобода действий и выбора рекламодателей.

Далее идут Медиасети:

Медиасеть — рекламная платформа, выступающая в качестве посредника между видеоблогером и YouTube. Медиасети для ютуба являются альтернативой официальной монетизации AdSense, которая помогает авторам зарабатывать на своих видео.

Более простым является аналог с маркетинговыми агентствами, потому что, в данном случае видеоканалы сети являются рекламными площадками. А также заковываются в некие рамки.

И самый главный способ — это конечно же реклама, она может быть прямой и нативной, а также коллаборации.

Прямая реклама внедряется в качестве прероллов или рекламной паузы в видео.

Pre-roll (преролл) — рекламный видеоролик, который загружается до начала запрошенного пользователем онлайн-видео и длится, как правило, до 30 секунд.

Нативная реклама – это реклама, которая заложена в материале, но о ней не упоминается.

Так же стоимость рекламы напрямую зависит от популярности канала и сферы его занятий, а также репутации.

К примеру реклама на авто-канале/техно-канале с аудиторией в 100 000 – 300 000 человек, может стоить столько же, как и реклама на канале с челленджами, но аудиторией 1 000 000 человек. В данном случае все зависит от аудитории, аудитория авто/техно каналов более возрастная и платежеспособная.

В качестве примера успешного YouTube бизнесмена, можно взять Николая Соболева и его канал SOVOLEV.

Он начинал свою видеоблогерскую карьеру со своим другом Гурамом Нарманией, они создали канал Rakatakafo, на нем парни выкладывали пранки (от англ. prank «проказа, выходка, шалость, розыгрыш, шутка») и социальные

эксперименты, этот канал был хобби, ребята делали то, что им нравится, но после долгих лет деятельности наступил творческий кризис, и они решили приостановить функционирование канала. После этого Николай решил сделать свой собственный бизнес-проект и создал канал SOBOLEV, благодаря популярности предыдущего проекта, сразу появилась небольшая аудитория. Вектор развития Николай выбрал как новостное телешоу «Жизнь Ютюба», в котором он выступал в роли ведущего и освещал ситуации, которые были на слуху и это дало свои плоды, так как такое шоу было нечто новым, оно быстрыми темпами стало набирать популярность, просмотры и подписчиков. За 4 года (Канал был основан в 2015 году) аудитория канала составила 5.12 миллионов человек и видео набрали 552 миллиона просмотров. В настоящий момент канал Sobolev закрепил за собой статус одного из самых популярных каналов в СНГ.

Второй по популярности является площадка Instagram.

Instagram - приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

Привлекательным для предпринимателей, компаний и брендов он стал относительно недавно, благодаря тому, что пользователи Instagram все еще восприимчивы к рекламе и так как это мобильное приложение, заблокировать ее немного сложнее чем на компьютере.

К тому же Instagram обладает необходимой функциональностью, в особенности если вы ведете свою страничку как бизнес-аккаунт, вы можете посмотреть свою статистику, какова вовлеченность пользователей, каков охват аудитории и прочее. В приложении есть очень удобная функция Direct, которая позволит вам общаться с потенциальными потребителями. Так же есть наличие хештегов, что позволяет улучшить поиск нужного товара или услуги.

На данный момент в Instagram'e представлены несколько видов страниц: личные аккаунты пользователей, блогеры, паблики (тематические сообщества), интернет-магазины, бизнес-аккаунты (кафе и рестораны, туристические бюро, производство), аккаунты брендов, аккаунты для знаменитости, боты.

Перейдем же к способам заработка, их несколько:

1) Заработок на лайках и подписках (через многочисленное количество бирж, вы можете брать заказы на рекламу, за исполнения которых получать определенные суммы)

2) Ведение блога и размещение рекламы (Самое интересное, вы находите нишу, которая вам интересна и всячески в ней развиваетесь и создаете востребованный контент)

3) Продажа фотографий (Этот способ очень хорош, если вы много путешествуете или профессионально занимаетесь фотографией. Делайте качественные снимки на разную тематику и выставляйте их на фотостоки. Там такой товар пользуется большой популярностью.

4) Продажа цифрового материала (Запакуйте свои навыки и опыт в цифровой продукт и продавайте его через Инстаграм. Минус такого способа в том, что для начала вам необходимо на свой аккаунт привлечь целевую

аудиторию с нуля, устанавливая с ней доверительные отношения, демонстрировать им уровень своего мастерства и только потом продавать цифровые товары.)

В заключение всего вышесказанного можно сказать что блоггинг новый виток современного бизнеса, он уже развился до определенного уровня и продолжает развиваться дальше. В этот бизнес может войти любой и в связи с его многогранностью, каждый найдет свою нишу.

#### Литература

1. Медиасеть для ютуба: как работают партнерки Youtube? [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://youpartner.pro/mediaset-dlya-yutuba-kak-rabotayut-partnerki-youtube>

2. Видеохостинг YouTube [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.youtube.com/>

3. Электронная библиотека Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ru.wikipedia.org/>

9 лучших способов заработка в Instagram [Электронный ресурс] - Режим доступа : URL : <https://otzyvmarketing.ru/articles/9-luchshih-sposobov-zarabotka-v-instagram/>

*Денисенко Е.М.*

*студентка*

*Петухович В.А*

*старший преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,*

*Горки, Республика Беларусь*

## **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ИЗМЕНЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ**

Основную массу всех расчетных операций в коммерческих организациях занимают расчетные операции, и в том числе операции по расчетам с покупателями и заказчиками.

Покупатели и заказчики – это организации, приобретающие произведенную продукцию, товары, прочие ценности, потребляющие оказываемые им услуги и выполненные работы [1].

Дебиторская задолженность представляет собой имущественные требования организации к юридическим и физическим лицам, которые являются ее должниками. Дебиторскую задолженность можно рассматривать в трех смыслах: во-первых, как средство погашения кредиторской задолженности, во-вторых, как часть продукции, проданной покупателям, но еще не оплаченной, и, в-третьих, как один из элементов оборотных активов, финансируемых за счет собственных либо заемных средств [2].

Задачей анализа является разработка рекомендаций по упорядочению расчетов, снижению дебиторской задолженности

При анализе дебиторской задолженности особое внимание должно быть уделено оценке ее качества. Если рост дебиторской задолженности не сопровождается соответствующим увеличением выручки, можно говорить об увеличении сроков погашения дебиторской задолженности, что косвенно свидетельствует о снижении ее качества.

**Цель исследования.** Проведение анализа факторов снижения дебиторской задолженности с покупателями и заказчиками на примере сельскохозяйственной организации.

**Результаты исследование и их обсуждение.** Величина дебиторской задолженности и динамика определяют характер управленческих решений в производственно-хозяйственной деятельности. Дебиторская задолженность относится к высоколиквидным активам. Недостаточная оценка фактического состояния расчетов с дебиторами может негативно повлиять на реальную оценку платежеспособности и кредитоспособности организации.

Для эффективного управления деятельностью предприятия не только нужно осуществлять количественный анализ показателей оценки текущего состояния и стратегически важных перспектив управления активами организации, а также целесообразно применять качественный анализ. Основная его задача — это выявление видов продукции, по которым возникает наибольшая дебиторская задолженность за товары, работы, услуги наиболее важных клиентов (потребителей, посредников, поставщиков) предприятия, основных видов продукции, по которым чаще всего возникает дебиторская задолженность.

Анализ состояния дебиторской задолженности в системе управления организации требует внешнего и внутреннего анализа, выявление рисков и угроз относительно невозвращения, определение средней величины дебиторской задолженности, ее долю в общей сумме оборотных активов организации, оценки дебиторской задолженности с покупателями и заказчиками по срокам ее погашения.

Для анализа оборачиваемости дебиторской задолженности используются следующие показатели: коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, период погашения дебиторской задолженности.

Оборачиваемость дебиторской задолженности рассчитывается по формуле:

$$K_{об} = \frac{BP}{\overline{ДЗ}}$$

где  $BP$  – выручка от реализации продукции, работ, услуг, тыс. руб.;

$\overline{ДЗ}$  – средняя величина дебиторской задолженности, тыс. руб.

Период оборачиваемости дебиторской задолженности рассчитывается по формуле:

$$П = \frac{\overline{ДЗ} \times Д}{BP}$$

где  $\overline{ДЗ}$  – средняя величина дебиторской задолженности, тыс. руб.;



ВР – выручка от реализации продукции, работ, услуг, тыс. руб.

Д – количество календарных дней.

Проанализируем показатели дебиторской задолженности с покупателями и заказчиками на примере КСУП «Тепличное» Гомельского района Гомельской области за 2017 - 2018 год в таблицах 1 и 2.

Расчёт проведём способом цепных подстановок и его результаты представим в таблице 1.

Таблица 1 – Факторный анализ коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности по покупателям и заказчикам

Выручка от реализации (ВР), тыс. руб.		Средняя величина дебит. задолженности покупателей и заказчиков (ДЗ), тыс. руб.		Коэффициент оборачиваемости, дни			Отклонение коэффициента оборачиваемости		
							общее	в том числе за счет	
2017 г.	2018 г.	2017 г.	2018 г.	2017 г.	усл.	2018 г.		ВР	ДЗ
17701	18048	1570,5	1476,5	11,27	11,49	12,22	0,95	0,22	0,73

Примечание – Расчеты автора на основе данных годовой бухгалтерской отчетности формы № 2 Отчет о прибылях и убытках, формы № 5 Приложения к бухгалтерскому балансу

Из таблицы 1 видно, что коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности по покупателям и заказчикам в 2018 году по сравнению с 2017 г. увеличился на 0,95, в том числе за счет изменения выручки от реализации увеличился на 0,22, за счет сокращения дебиторской задолженности увеличился на 0,73.

Далее рассчитаем влияние факторов первого порядка на изменение продолжительности оборота задолженности покупателей и заказчиков в таблице 2.

Таблица 2 – Факторный анализ продолжительности оборота задолженности покупателей и заказчиков

Средняя величина дебит. задолженности покупателей и заказчиков (ДЗ), тыс. руб.		Выручка (ВР), тыс. руб.		Продолжительность 1 оборота, дн.			Отклонение продолжительности 1 оборота, дн.		
							общее	в том числе за счет	
2017 г.	2018 г.	2017 г.	2018 г.	2017 г.	усл.	2018 г.		ДЗ	ВР
1570,5	1476,5	17701	18048	31,9	30,0	29,5	-2,4	-1,9	-0,5

Примечание – Расчеты автора на основе данных годовой бухгалтерской отчетности формы № 2 Отчет о прибылях и убытках, формы № 5 Приложения к бухгалтерскому балансу

Анализируя данные таблицы 2, можно сказать, что продолжительность одного оборота в 2018 году по сравнению с 2017 годом уменьшилась на 2,4 дня, в том числе за счет среднегодового остатка задолженности покупателей и заказчиков уменьшилась на 1,9 дня, за счет роста выручки – уменьшилась на 0,5 дня.

На основании произведенного исследования по анализу факторов, влияющих на дебиторскую задолженность с покупателями и заказчиками в

КСУП «Тепличное» можно сделать вывод, что коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности с покупателями и заказчиками в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличился на 0,95, это свидетельствует об улучшении управления дебиторской задолженностью, более эффективной собираемости платежей с покупателей в организации КСУП «Тепличное». В ходе факторного анализа продолжительности оборота задолженности покупателей и заказчиков видно, что продолжительность одного оборота в 2018 году по сравнению с 2017 годом уменьшилась на 2,4 дня, что свидетельствует о меньшем риске ее непогашения.

#### Литература

1. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник для вузов / Под ред. проф. Ю.А. Бабаева: Вузовский учебник, 2013. – с.525.
2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Под ред. Т.Б. Бердникова, 2015. – с.215.

*Джакупова Д.Е.  
докторантка,  
Карагандинский экономический университет  
Казпотребсоюза, Республика Казахстан*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ КАЗАХСТАНА В СФЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

В современных условиях стремительного технического прогресса и быстро развивающейся глобализации молодое поколение характеризуется креативным мышлением, мобильностью, умением быстро и легко реагировать на различные ситуации в стране и в мире в целом. Поэтому с уверенностью можно отметить, что современная молодежь может положительно повлиять и даже изменить обстановку в бизнес среде в лучшую сторону. Современный рынок нуждается в молодых, активных и деятельных предпринимателях, которые, в свою очередь, смогут выступить прекрасным показателем развития страны в целом. Именно поэтому корректно выстроенная и конкретно направленная поддержка молодых в сфере малого и среднего бизнеса даст возможность более деятельно развивать предпринимательство, что положительно повлияет как на экономику страны, так и на социальную сферу.

Возможность открыть свое дело, организовать индивидуальное предпринимательство способствует развитию у начинающих предпринимателей ответственности и самостоятельности. Это позволяет также совершенствовать навыки принятия самостоятельных решений и укрепления позиций на рынке малого и среднего бизнеса. С экономической точки зрения, развитие бизнеса помогает решить вопросы безработицы путем предоставления новых вакансий, а также повысить уровень благосостояния людей. Таким образом, сфера молодежного предпринимательства в Республике Казахстан выступает одним из важнейших направлений малого и среднего бизнеса. В настоящее время в

Казахстане к молодежному предпринимательству относят разные категории населения (рис.) [1].



Рис. Категории населения, входящие в состав молодежного предпринимательства.

*\*Составлено автором за данными [1].*

Целесообразно отметить имеющийся выбор программ, которые поддерживают развитие бизнеса в Казахстане (таб.).

Таблица

Программы поддержки молодежного предпринимательства в Республике Казахстан

Программа	Цель
Дорожная карта бизнеса – 2020	Обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест
Программа нефинансовой поддержки инвалидов-предпринимателей «Даму-Көмек»	Создание условий, стимулирующих людей с ограниченными возможностями к ведению предпринимательской деятельности как основы материального благополучия и профессионального роста, а также содействие в повышении квалификационного уровня действующих инвалидов-предпринимателей посредством дистанционного бизнес-обучения
Программа финансирования лизинговых сделок субъектов малого и среднего предпринимательства	Стимулирование экономической активности субъектов МСП путем применения финансового лизинга как финансового инструмента

*\*Составлено автором*

Кроме указанных выше программ в Республике Казахстан функционирует Фонд молодежных инициатив при Президенте РК, который способствует поддержке молодежи в сфере предпринимательства [2].

Программы поддержки предоставляют молодым бизнесменам определенные преимущества: льготное кредитование, гарантирование суммы кредита до 85 %, различные гранты на развитие креативных идей в сфере бизнеса в важнейших отраслях экономики. Однако, несмотря на все принимаемые меры по поддержке и развитию молодежного предпринимательства, существует ряд проблем, которые оказывают негативное влияние на результативность реализации мер по поддержке малого и среднего бизнеса. К ним можно отнести недостаточный уровень контроля за исполнением программ, не достаточная прозрачность в отображении затрат на реализацию тех, или иных мероприятий, то есть нет четкого механизма для проведения количественной и качественной оценки эффективности принимаемых мер.

В свою очередь, использование количественных и качественных показателей дает возможность получить более четкую картину по эффективности принимаемых мер. Это способствует повышению прозрачности расходования целевых средств и росту уровня доверия к профильным институтам. Конкретная информация о количестве молодежи в сфере малого и среднего бизнеса даст возможность государственным органам более тщательно составлять смету расходов на предстоящий период.

В мировой практике главным индикатором, который позволяет определить успешность программы по развитию и поддержке предпринимательства, выступает легкость в получении кредитов и постоянное обращение молодых предпринимателей к специалистам за консультацией [3]. Что касается Республики Казахстан, то результативность реализации программ в стране оценивается в основном по показателям объема освоенных финансовых ресурсов и суммы выданных кредитов.

К сожалению, наблюдается низкий уровень информированности молодежи о существующих возможностях в сфере малого и среднего бизнеса, что также проблематично. При этом установлено, что даже высокий уровень информированности населения не гарантирует быстрое развитие предпринимательства, поскольку часто население не готово к занятию малым и средним бизнесом. Для решения этих и других проблем в Казахстане необходимо приложить максимум усилий со стороны государственных и негосударственных структур, органов управления. Следует заметить, что в мировой практике вопросы повышения предпринимательской грамотности молодежи являются приоритетными, им уделяется огромное внимание, поскольку это является одним из важных стратегических решений по созданию новых рабочих мест и ликвидации безработицы.

Таким образом, молодежное предпринимательство является самостоятельным направлением и важной составляющей государственной политики Республики Казахстан. Необходимо активизировать усилия по практическому осуществлению мер по поддержке молодых и инициативных начинающих бизнесменов как самостоятельной, перспективной прослойки населения.

#### Литература:

1. Биготанов К.С., Жунусова Г.А. «Молодежное предпринимательство в Казахстане: проблемы и перспективы» //Материалы международной научно-практической конференции, Сургут, 22 апреля, 2017 г.
2. Виноградова Н.И. «Развитие молодежного предпринимательства в Казахстане» // Материалы V международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом», Рубцовск, 19 апреля, 2013 г.
3. Хусаинов Ж.С., Жартай Ж.М., Жакина Г.Е. «Институциональная поддержка молодежного предпринимательства в Республике Казахстан» // Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 55-летию Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, Гомель, 27 сентября, 2017 г.

*Довгань Ю.В.*

*старший викладач*

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця*

### **МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ АКТИВНІСТЮ ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ**

У сучасних умовах країни з високим рівнем розвитку економіки все більше уваги надається питанням інноваційно-інвестиційного розвитку національних підприємств. Інноваційна діяльність, забезпечена інвестиціями, здатна допомогти подолати кризові економічні явища та підвищити конкурентоспроможність.

Завдяки інноваційній діяльності створюються інноваційні продукти, як результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки та інноваційна продукція у вигляді нових конкурентоздатних товарів чи послуг. Для України, яка за останні роки значною мірою розгубила свій науковий та інноваційний потенціал, активізація інноваційно-інвестиційної діяльності набуває особливого значення.

Пітер Друкер говорив : «У бізнесі всього дві (і тільки дві) основні функції – маркетинг та інновації. Інновації народжують продукти і рішення, а маркетинг продає їх. Крім цих двох складових, все інше у бізнесі – це витрати» [1].

Згідно із загальноприйнятою думкою, маркетинг існує для того, щоб розповісти людям про продукти та послуги. Насправді ж маркетинг – це процес отримання знань про своїх клієнтів – які їхні страхи, розчарування, прагнення – з тим, щоб продукт або послуга відповідали їхнім потребам настільки, щоб вони захотіли їх купити без прохань і переконань. Або ви вивчаєте потребу своїх потенційних клієнтів, перш ніж створювати продукт – або ж ви спочатку створюєте продукт, а потім сподіваєтеся, що люди будуть його купувати.

Інновації є кінцевим результатом інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві або збуті.

В 2017 році в Україні налічувалось 22000 підприємств, з них 3300 промислових. Впроваджували інновації 672 промислових підприємства, тобто лише 20 %. Ними було впроваджено 4218 інноваційних технологічних процесів та інноваційних типів продукції. 456 підприємств впроваджували нові технологічні процеси та 358 підприємств – нову продукцію [2].

Виведення інноваційних продуктів на ринок, з однієї сторони, потребує врахування всіх компонентів класичного маркетинг-міксу (товар, ціна, ринок, просування) а з іншої – знання методів та наявності навичок застосування специфічного інструментарію маркетингу інновацій. Від суб'єктів ринку інноваційних продуктів, на відміну від традиційних, очікується докладання додаткових зусиль щодо формування ефективних стратегій маркетингу інновацій та їхньої реалізації.

Основними причинами ризикованості та невдалості просування інновацій на ринок є:

- виведення продукту на ринок без врахування результатів маркетингових досліджень;

- завищена оцінка ринку;

- невдале позиціонування продукту на ринку;

- перевищення реальних витрат на продукт над запланованими;

- реакція конкурентів є відмінною від очікуваної.

В економічно розвинених країнах світу все більшу увагу звертають на оздоровлення харчування населення, одним із напрямів якого є збільшення обсягів та розширення асортименту споживання так званих “здорових” продуктів харчування. До категорії таких продуктів можна віднести інноваційні рослинні харчові олії із зниженим вмістом насичених жирних кислот.

В Україні спостерігається дефіцит споживання “здорових” продуктів харчування із високим вмістом поліненасичених кислот омега-6 та омега-3. Це відбувається у зв'язку із заміщенням споживання населенням менш “здоровими” продуктами, насиченими жирними кислотами, які містяться в тваринних жирах. Низка харчових продуктів, наприклад спреди, часто виготовляються з використанням пальмової олії, яка має високу насиченість жирними кислотами, так званими транс-жирами. Споживання таких продуктів може мати негативні наслідки для здоров'я людини, тому на основі високоякісних поліненасичених рослинних харчових олій розробляють інгредієнти, які мають потенціал «потіснити» на ринку пальмову олію.

Результати дослідження світового ринку олій та жирів свідчать про наявність тенденцій до зростання глобального попиту, що обумовлені в тому числі підвищенням обсягів споживання населенням харчових рослинних олій та жирів, які є корисними для здоров'я людини та підвищенням попиту на органічну, неперероблену та нерафіновану олію. Глобальне споживання олій досягнуло в 2017/2018 МР позначки 162 млн. т та продовжує зростати.

Рослинні харчові олії та жири споживаються людиною в їжу в основному в складі інших харчових продуктів або як приправи до салатів.

Провідні світові виробники і постачальники високоякісних стійких рослинних харчових олій та жирів тісно співпрацюють із клієнтами в розробці індивідуальних рішень, створенні інноваційних харчових продуктів та поєднують досягнення своїх бізнес-цілей, диференціацію їх на ринках із смаками та вподобаннями споживачів. Їхня науково-дослідна та дослідницько-конструкторська робота (R&D) також спрямовується на допомогу харчовій промисловості в зменшенні залежності від використання пальмової олії.

Маркетологи та розробники вивчаючи потреби основну увагу звертають на споживчі характеристики рослинних харчових олій, які визначаються на основі їхніх органолептичних, фізико-хімічних, технологічних, товарознавчих, екологічних та біологічних властивостей. Основними споживчими характеристиками рослинних харчових олій є смак, запах, колір, прозорість, текстура та термін зберігання.

Маркетинговими дослідженнями текстура була ідентифікована як “вирішальна для того, як харчовий продукт сприймається споживачами”, а тому R&D в основному направлене на пошук шляхів формування потрібної текстури харчових продуктів.

Під текстурою харчового продукту розуміють органолептичну характеристику, яка представляє собою сукупність механічних, геометричних та поверхневих характеристик, які сприймаються механічними, тактильними і там де це можливо візуальними та слуховими рецепторами людини.

Взаємодія між текстурою та сприйняттям смаку – це сфера R&D харчових продуктів, яка отримує все більше уваги розробників та маркетологів. Успішний запуск нового або переформатування уже існуючого харчового продукту вимагає врахування комплексного набору його сенсорних атрибутів. На базовому сенсорному рівні споживачі часто бажають отримувати специфічний компонент текстури продукту або певний смак та аромат, пов'язані з традиційним продуктом, наприклад відчуття жиру. При розробці продуктів з низьким вмістом жиру головним завданням є заміна насичених жирів інгредієнтами, які надають їм необхідну та звичну для споживача текстуру.

В процесі R&D рослинних харчових олій та жирів дослідниками випробовуються нові методики, які можуть бути використані в процесі виробництва для поліпшення текстури і подовження терміну їх зберігання. Уповільнення псування є важливим чинником, оскільки зменшення рівня вмісту жиру в харчовому продукті часто обмежує термін його зберігання, що викликає необхідність додавання у нежирні продукти різноманітних консервантів.

Підсумовуючи, тенденції розвитку світового ринку рослинних харчових олій свідчать про зростаючу зацікавленість споживачів у здоровому та повноцінному харчуванні. Харчові продукти, які містять у складі рослинні харчові олії та жири, які представлені сьогодні на ринку, в повному обсязі не задовольняють потреби споживачів, а тому потрібні нові, тобто інноваційні, при виробництві яких ці потреби будуть враховані.

Застосування концепції маркетингу управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі при виробництві рослинних олій дозволить успішно задовольнити потреби як споживачів і виробників, так і суспільства в цілому.

#### Література

1. Друкер П. Управління у час глибоких змін. *Синергия*. 2001. № 1 (2). С. 3–7.
2. Аналітична довідка. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf> (дата звернення: 12.01.2020).

*Дубовик С.Г.*  
*к.е.н, доцент*  
*СНАУ*

## **КУЛЬТУРА УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Культура управління як елемент системи менеджменту, в теорії менеджменту організацій, не зважаючи на зростання посилів щодо його використання і науковцями, і практиками, є лише частково дослідженою проблемою. З одного боку, культура управління – це характеристика якісної сторони управлінської діяльності суб'єкта управління. З іншого боку, культура управління – це сукупність теоретичних і практичних положень щодо врахування економічних та інших тенденцій розвитку об'єкта управління при вирішенні управлінських завдань.

Основними елементами культури управління в сучасних умовах розвитку організацій є:

- культура управлінських працівників(культура особистості менеджера);
- культура умов праці в організації;
- культура інформаційного забезпечення управління і документації;
- культура процесу управління.

Становлення культури управління у менеджерів передбачає формування розуміння та реалізацію її базових орієнтирів, а саме- функцій, елементів, задач, вимог, а також врахування факторів, які забезпечують її якісні характеристики.

Якісні параметри культури управління визначаються певними факторами їх формування, а саме:

- якістю планування в організації;
- якістю формування системи управління і, в першу чергу, організаційної структури;
- якістю мотивації персоналу;



-якістю культури вимірювання і контролю всіх процесів і результатів в організації;

-якістю моніторингу, діагностики стану організації.

Якість планування в організації визначається характеристиками:

- надійністю, або ймовірністю виконання наявних у плані рішень за обсягами і строками виробництва продукції, її якістю, економічною ефективністю та іншими показниками;

- напруженістю, або передбачуваністю ступеню використання ресурсів підприємства;

- ефективністю, або ступенем окупності вкладених коштів, раціональністю організації виробництва на основі інтенсифікації, впровадження досягнень науки і техніки, рівнем використання ресурсів виробництва.

Якість формування системи управління проявляється характеристиками її прозорості, гнучкості, керованості, результативності, адекватності змінюваним умовам зовнішнього і внутрішнього середовища організації, відповідності стратегії діяльності організації.

Якість, культура мотивації вміщує її матеріальну та духовну складову.

Матеріальна складова мотивації базується на:

- культурі виробничого середовища( технологія, робоче місце, організація праці);

- культурі матеріальної мотивації, оплати праці( критерії, форми, види, системи, розмір, процедури).

Духовна складова мотивації базується на:

-культурі морального стимулювання( критерії, форми, способи);

-рівні соціально-психологічного координування та організаційній ідеології( історія організації, символи, місія, традиції, постійне залучення, імідж організації, дослідження, технології впливу);

-соціальної відповідальності(міра, критерії, форми, способи).

Культура вимірювання і контролю в структурі культури управління формується шляхом формування якісних характеристик як вимірювання, так і контролю.

Так, якість вимірювання характеризується точністю, достовірністю, прецизійністю(відтворюваністю, збіжністю, повторюваністю), правильністю вимірювань.

Точність вимірювань забезпечується розробкою та удосконаленням методик виконання вимірювань, автоматизації вимірювальних процесів, заміною засобів вимірювання на більш точні, впровадження нових способів контролю засобів вимірювання в процесі їх експлуатації та ін..

Достовірність вимірювань забезпечується точністю вимірювального обладнання, усуненням перешкод для проведення вимірювань, зменшенні впливу похибок на результати вимірювань та ін.

Прецизійність вимірювань залежить від стабільності умов виконання вимірювань, забезпечення обмежень щодо умов середовища, де здійснюється вимірювання, компетентності персоналу та ін.

Правильність вимірювань обумовлюється підготовленістю приміщень, засобів вимірювання та іншого середовища до проведення вимірювань, та готовністю персоналу до його здійснення.

В свою чергу, культура проведення контролю базується на профілактичності, точності і об'єктивності, економічності та участі всього персоналу підприємства в контрольних функціях.

Моніторинг стану організації буде результативним при дотриманні принципів оцінювання, а саме: компетентності оцінювачів, забезпечення чесності і відкритості процесу оцінювання, використання точної і достовірної інформації для здійснення оцінювання, забезпеченні поваги до прав і свобод особистості, врахуванні суспільних потреб, спрямованості на суспільний добробут та ін.

Отже, на підставі вищевикладеного, можна зробити висновок, що культура управління-це сукупність теоретичних і практичних положень щодо здійснення управлінської діяльності суб'єктами управління в організаціях не тільки на рівні сформованої здатності до неї, але і на рівні професійної творчості та вправності, сформованості розуміння необхідності врахування елементів від яких залежать якісні характеристики культури управління. Врахування факторів, які впливають на якість культури управління при розробці і реалізації планів щодо управління організацією дозволяє забезпечити як належну результативність, так і ефективність сучасних організацій.

*Дяченко О.Ю.*

*студентка*

*Запорізький національний університет*

*Онищенко О.А.*

*к. н. держ. упр., доцент*

*Запорізький національний університет*

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління – це складний та динамічний процес свідомого цілеспрямованого впливу з боку суб'єктів та уповноважених органів, здійснюваний по відношенню до людей і економічних об'єктів з метою направити їх дії, досягти встановлені цілі та отримати бажані результати. Сформулювавши мету та цілі управління, необхідно визначити найбільш ефективні механізми та інструменти їх досягнення. Таким чином, виникає потреба в застосуванні методів досягнення цілей управління. Узагальнення теоретичної бази управління дозволяє виокремити три групи методів: адміністративні, економічні і соціально-психологічні (табл. 1):

## Методи управління в сучасному менеджменті

	Група методів управління	Зміст методів управління	Механізм застосування
1	Адміністративні методи	Дисципліна, покарання і влада, «метод батога». Адміністративна підпорядкованість об'єкта суб'єкту, наявна ієрархія управління. Мотиви поведінки: почуття обов'язку, бажання людини працювати в певній організації, культура трудової діяльності, усвідомлена необхідність трудової дисципліни.	забезпечення стабільного юридичного середовища для діяльності організації, гарантування прав і свобод.
2	Економічні методи	Економічне стимулювання колективу і окремих працівників («метод пряника»).	1. Орієнтація процесу управління на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища: <ul style="list-style-type: none"> <li>- формування системи оподаткування суб'єктів господарювання;</li> <li>- визначення дієвої амортизаційної політики, яка сприяла б відтворенню матеріальних і нематеріальних активів підприємства;</li> <li>- встановлення державою мінімального рівня заробітної плати та пенсій.</li> </ul> 2. Орієнтація процесу управління на використання економічних важелів: фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

3	Соціально-психологічні методи	Використання моральних стимулів до праці, вплив на персонал за допомогою психологічних механізмів з метою переведення адміністративного завдання в усвідомлений обов'язок, внутрішню потребу людини	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування колективу, створення нормального психологічного клімату й творчої атмосфери;</li> <li>- особистий приклад;</li> <li>- задоволення культурних і духовних потреб працівників;</li> <li>- встановлення соціальних норм поведінки і соціального стимулювання розвитку колективу;</li> <li>- встановлення моральних санкцій і заохочення;</li> <li>- соціальний захист.</li> </ul>
---	-------------------------------	---	---

*Джерело: складено за [1].*

Таким чином, ефективна організація логістичної діяльності підприємства неможлива без кваліфікованого впровадження наведених методів управління, які, у свою чергу, повинні бути підкріплені механізмами інноваційного розвитку.

Як зазначає вітчизняний дослідник сучасних напрямків розвитку логістичних технологій в Україні А.В. Іваніщева [3, С. 96-116], за декілька років відбулися певні зміни в сфері логістики. Багато компаній визнають, що саме логістика допомагає підвищити ефективність роботи підприємств. Звернути увагу менеджерів на логістику власного бізнесу, на організацію процесів виробництва та на відшкодування витрат підштовхнули такі фактори:

- залучення компаній до глобальних ланцюгів постачання;
- вихід деяких виробників на світові ринки;
- впровадження нових технологій у сферу виробництва;
- взаємодія з логістичними операторами.

Як наслідок, зросли вимоги до якості аналітичних послуг, надійності доставки товарів, збереження кваліфікації та доброчесності виробничих процесів. Після застосування цих технологій набагато підвищився рівень організованості, якість надання послуг та швидкість виконання робіт. Одним з найкращих способів максимізувати рентабельність фірми є застосування інновацій в логістичну сферу.

Впровадження сучасних методів роботи сприяє проникненню логістики на інші рівні управління, що дозволяє їй змінюватися за допомогою оптимізації інформаційними, економічними та фінансовими методами. Прогресуючі компанії використовують у процесі діяльності автоматизовані транспортно-складські системи, обладнання для пакування товарів, різноманітні конвеєри, устаткування, системи сканування, що набагато полегшують працю робітників та сприяють виходу підприємств на новий, більш сучасний рівень.

Прикладами інновацій, які досить часто застосовуються в логістичній сфері є:

- асоціації постачальників;

- аутсорсинг;
- бенчмаркінг;
- кооперативи вантажовідправника.

Найважливішу роль в логістичних інноваціях відіграють інформаційні технології. До найбільш відомих програмних комплексів, використовуваних сьогодні в логістиці, можна віднести:

- Enterprise Resource Planning (ERP) – планування ресурсів підприємства;
- Warehouse Management System (WMS) – система управління складом;
- Transport Management System (TMS) – система управління транспортом;
- Customer Relationship Management (CRM) – управління взаємовідносинами зі споживачами (постачальниками);
- Radio Frequency Identification (RFID) – система радіочастотної ідентифікації палет є великим винаходом [2, С.344-362].

Впровадження та розвиток наведених технологій дозволить вирішити нагальні завдання розвитку логістичної діяльності вітчизняних підприємств. В якості найбільш дієвих нововведень оптимізації логістичної системи підприємства доцільно запропонувати використання технології радіочастотної ідентифікації, яка поступово витісняє стандартні штрих-коди та впровадження системи управління складом WMS. В основі системи RFID лежить мініатюрний запам'ятовувальний пристрій який кріпиться до вантажу. У такому чіпі зберігається інформація про час і місце доставки продукції, що особливо зручно при обороті великого обсягу вантажу. Автоматизована WMS-система, зводячи до мінімуму вплив людського фактору, дозволяє підвищити продуктивність праці і точність обліку, оптимально використовувати складські площі та скоротити витрати на зберігання.

Узагальнення наведеної інформації дозволяє зробити висновок про значні зміни глобального тренду логістики в бік сталого, інноваційного та якісного розвитку, що відбувається зокрема й в Україні. Такий процес (за умови державної підтримки, використання іноземного досвіду логістичної галузі в країні та залучення інвестицій в транспортну інфраструктуру) дозволить реалізувати міжнародний логістичний потенціал України та перетворити логістику в галузь конкурентоспроможної національної економіки та сприятиме виходу вітчизняного підприємництва на новий більш прогресивний рівень розвитку.

#### Література

1. Болтянська Л.О., Андрєєва Л.О., Лисак О.І. *Економіка підприємства*. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 668 с.
2. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія. Вип. 2/ за ред. д.е.н., доц. Ковтуненко К.В., д.е.н., доц. Є.І. Масленнікова. Херсон: Грінь Д.С., 2017. 906 с. С.344-362.
3. Іваніщева А. В. «Сучасні напрямки розвитку логістичних технологій». *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2016. Т. 15, вип. 3. С. 96-116. DOI: [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2016.3\(34\).120463](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2016.3(34).120463)

## АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МСТИСЛАВСКИЙ РАЙ АГРОПРОМТЕХСНАБ»

На сегодняшний день одним из важнейших условий успешного управления финансами предприятия является анализ его финансового состояния. Финансовое состояние организации, предприятия представляет огромный интерес для государства, для собственников (нынешних и потенциальных), инвесторов, кредиторов, акционеров, партнеров предприятия, работников организации и других лиц [1, с. 470].

В данной статье методика анализа финансового состояния будет рассмотрена на примере ОАО «Мстиславский Рай Агропромтехснаб».

Первоначально при оценке финансового состояния предприятия, проводится вертикальный, или структурный анализ. Данный этап оценки финансового состояния заключается в анализе актива и пассива баланса, при котором приоритетное внимание уделяется изучению относительных показателей. Цель указанного анализа состоит в определении удельного веса отдельных статей в итоге баланса и оценке его колебаний.

Таблица 1 - Анализ структуры актива баланса ОАО «Мстиславский Рай Агропромтехснаб»

Статьи актива баланса	2017		2018	
	Сумма тыс.руб.	Удельный вес,%	Сумма тыс.руб.	Удельный вес,%
1. Долгосрочные активы				
Итого по разделу 1	14 006	68,23	13 571	55,13
2. Краткосрочные активы				
Итого по разделу 2	6 521	31,77	11 046	44,87
Баланс	20 527	100	24 617	100

Полученные данные позволяют сделать вывод, что активы организации в 2018 году увеличились на 4 090 тыс. руб. или на 19,92 %. Доля долгосрочных активов в структуре имущества на конец 2018 года снизилась на 13,1 % и составила 55,13 %, абсолютная величина долгосрочных активов уменьшилась на 435 тыс. руб. или на 2,12 %. Ситуация, когда долгосрочные активы представлены в основном производственными основными средствами, характеризует ориентацию на создание материальных условий расширения основной деятельности организации.

Доля краткосрочных средств организации на конец 2018 года составила 44,87 % активов организации и по сравнению с 2017 годом повысилась на 13,1 %. Величина краткосрочных активов за данный период увеличилась на 4 525 тыс. руб. или 22,04 %, за счёт: увеличения запасов на 564 тыс. руб.; увеличения НДС на 3 тыс. руб.; уменьшения дебиторской задолженности на 32 тыс. руб.

**Таблица 2 - Анализ структуры пассива баланса ОАО  
«Мстиславский Рай Агропромтехснаб»**

Статьи собственного капитала и обязательств баланса	2017		2018	
	Сумма тыс.руб.	Удельный вес, %	Сумма тыс.руб.	Удельный вес, %
3. Собственный капитал				
Итого по разделу 3	7 368	35,89	7 372	29,95
4. Долгосрочные обязательства				
Итого по разделу 4	4 374	21,32	4 001	16,25
5. Краткосрочные обязательства				
Итого по разделу 5	8 785	42,79	13 244	53,80
Баланс	20 527	100	24 617	100

Таким образом, собственный капитал в 2018 году увеличился на 4 тыс. руб. или на 0,019%. И составляет лишь 29,95 % от общей суммы собственного капитала и обязательств, что свидетельствует о недостаточности финансовой независимости. Долгосрочные обязательства в 2018 году составляют 16,25 % от общей суммы пассивов и уменьшились по сравнению с предыдущим периодом на 373 тыс. руб., за счет уменьшения долгосрочных заемных средств. Краткосрочные обязательства в 2018 году увеличились на 4 459 тыс. руб., что является отрицательным моментом в деятельности организации.

Следующим этапом оценки финансового состояния является анализ финансовых коэффициентов ликвидности. Под ликвидностью организаций понимается способность покрывать свои обязательства активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидной считается организация, которая имеет достаточно активов для расчетов по своим обязательствам.

**Таблица 3 - Коэффициенты, характеризующие платежеспособность ОАО  
«Мстиславский Рай Агропромтехснаб»**

Наименование показателя	2017	2018	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	0,74	0,83	Не менее 1,5
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	- 0,35	- 0,2	Не менее 0,2
Коэффициент обеспеченности обязательств активами	0,64	0,7	Не более 0,85

Как видно из таблицы 3 к концу 2018 года показатель обеспеченности собственными оборотными средствами снизился и на конец 2018 года ниже рекомендуемого значения, что свидетельствует о неплатежеспособности организации. Коэффициент обеспеченности обязательств активами находится в пределах нормативного значения, однако его уровень высок и увеличивается за исследуемый период, что свидетельствует о недостаточности денежных средств и краткосрочной дебиторской задолженности для покрытия текущих обязательств. Коэффициент текущей ликвидности также ниже нормативного значения, что свидетельствует о финансовой неустойчивости организации, о недостаточности активов для расчетов по обязательствам.

Анализ степени ликвидности, является неотъемлемой частью анализа платежеспособности. Под ликвидностью баланса принято считать совокупность его статей и разделов, которая отражает скорость возврата в оборот денег, вложенных в различные виды имущества и обязательств [2, С. 56-62].

**Таблица 5 - Анализ ликвидности показателей ОАО  
«МстиславскийРайАгропромтехснаб»**

Обязательства	2017	2018
А1 больше или равно П1	471<8 664	439<13 098
А2 больше или равно П2	326>121	323>146
А3 больше или равно П3	3 385<4 374	3949<4 001
А4 меньше или равно П4	16 345>7 368	19 906>7372

Как видно из таблицы 5 в анализируемом периоде нарушено первое, третье и четвертое условие ликвидности баланса.

Нарушение условий первого обязательства показывает неплатежеспособность организации в ближайшее время. Нарушение третьего условия свидетельствует о том, что долгосрочные кредиты и займы не обеспечиваются медленно реализуемыми активами. Нарушение четвертого условия, что проверяемая организация не обеспечивает долгосрочные активы постоянными пассивами. Таким образом, на конец 2018 года баланс нельзя признать ликвидным.

Далее при оценке финансового состояния организации необходимо проанализировать финансовую устойчивость. Финансовая устойчивость организации означает такое состояние финансов, которое гарантирует ее постоянную платежеспособность.

**Таблица 6 - Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость  
ОАО «МстиславскийРайАгропромтехснаб»**

Показатели	2017	2018
Коэффициент финансирования	- 1,02	- 0,56
Коэффициент автономии	0,36	0,31
Коэффициент платёжеспособности	1,56	1,43

В анализируемом периоде коэффициент финансирования составляет отрицательную величину, что свидетельствует о необеспеченности оборотных активов организации собственными оборотными средствами, ОАО «МстиславскийРайАгропромтехснаб» финансирует деятельность за счет заемных средств. Что свидетельствует о зависимости организации от заемных источников финансирования и риске неплатежеспособности. Общая платежеспособность организации за анализируемый период также находится ниже оптимального значения, что свидетельствует о неспособности организации покрыть все свои обязательства имеющимися собственными активами, то есть финансовое состояние организации неустойчивое.

Таким образом, по результатам анализа финансового состояния ООО ОАО «МстиславскийРайАгропромтехснаб» можно сделать вывод, что в анализируемом периоде организация имеет неудовлетворительные уровни риска, что свидетельствует о необеспеченности оборотных активов организации собственными оборотными средствами, ОАО «МстиславскийРайАгропромтехснаб» финансирует деятельность за счет заемных средств. Недостаточность собственного капитала в анализируемом периоде свидетельствует о зависимости организации от заемных источников финансирования и риске неплатежеспособности, хотя наблюдается положительная тенденция в финансовой независимости организации. Общая



платежеспособность организации за анализируемый период также находится ниже оптимального значения, что свидетельствует о неспособности организации покрыть все свои обязательства (краткосрочные и долгосрочные) имеющимися собственными активами, то есть финансовое состояние организации неустойчивое.

#### Литература

1. Казакова Н.А. Финансовый анализ: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Казакова Н.А. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 470 с.

2. Епанчинцев В.Ю., Глушкова Н.В. К вопросу о мониторинге бизнес-плана инвестиционного проекта в АПК // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2017. - № 1-3 (28). - с. 56-62.

*Ефимчик А.Р.  
студентка*

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

### **ВОЗВРАЩЕНИЕ ВЕКСЕЛЯ – УЛУЧШЕНИЕ ВЗАИМОРАСЧЁТОВ В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Период с 1992 года считается расцветом для вексельного обращения на территории Республики Беларусь. Главную роль в этом сыграло то, что у банков и других организаций отсутствовали необходимые денежные средства, а также слаборазвитая банковская система. Вексель пользовался большой популярностью у коммерческих организаций, из-за возможности уклонения от налогового бремени и освобождения от всевозможных ограничений связанных с проведением валютных сделок. На протяжении всего периода правительство старалось взять под свой контроль данные долговые обязательства, вследствие чего был издан Указ Президента Республики Беларусь № 278 от 28 апреля 2006 г. «О совершенствовании регулирования вексельного обращения в Республике Беларусь». В нём закреплялось что, участвовать в данных операциях могли только кредитные учреждения, входившие в специальный перечень. Также введено требование об обязательном наличии имущества под вексель у всех участников, установлены многочисленные штрафные санкции внушительных размеров за выдачу простых и переводных векселей, их передачу или поручительство прав без обеспечения имуществом. Данные ограничения весьма усложнили операции с векселем, что в конечном итоге привело к полному их исчезновению.

Но вследствие дефицита денежных средств, образовавшегося из-за валютно-финансового кризиса, правительству пришлось пересмотреть вопрос вексельного обращения. В свет вышел Указ Президента Республики Беларусь № 69 «Об использовании векселей» от 17 февраля 2015 года.

Предусмотренный указом финансовый механизм в виде форфейтинга, с одной стороны, дал возможность экспортерам предоставлять покупателям-нерезидентам длительные отсрочки по оплате отгруженных товаров (сверх

установленных сроков завершения внешнеторговых операций), с другой стороны – позволяет оперативно получать денежные средства за экспортируемую продукцию по факту отгрузки от финансирующих организаций.

Данный указ предусматривал совершенно иной подход расчётов, в котором экспортер, подписывая соглашение с нерезидентом на поставку определённой продукции или оказание услуг, отличительной особенностью которого является то, что оплата товара может производиться не сразу, а через определённый промежуток времени, что даёт время сформировать соответствующие условия конкурентной деятельности зарубежом по неценовому фактору спроса. При этом нерезидент выписывает вексель сроком на период отсрочки, за оказанные услуги в сумме задолженности перед экспортером. Гарантом выступает банк-нерезидент, затем вексель с проставленным поручительством банка-нерезидента передается экспортеру, после чего осуществляется отгрузка продукции покупателю.

Так как продавец желает в кратчайшие сроки получить оплату для непрерывного воспроизводства, он пользуется услугами посредников, а именно кредитными учреждениями и другими фирмами осуществляющими данную деятельность – форфейтеру, которой передаётся полное право получения суммы задолженности. Благодаря этому продавец максимально быстро получает выручку и при этом неподвержен риску неоплаты векселя.

Далее форфейтер ожидает оплаты в установленный срок от нерезидента, либо имеет право на передачу прав другой организации осуществляющей данную деятельность, в том числе и кредитному учреждению нерезиденту.

Форфейтинговые операции — это инструменты, которые позволяют продавцу получить сразу всю сумму за продукцию, за исключение платы за услугу форфейтера, а покупателю разрешается выплата задолженности форфейтеру по частям или с отсрочкой.

Финансирование одноразовых выплат приносит банку большую прибыль. Форфейтинг помогает взаимодействовать с иностранными клиентами и получать доход при маленьких затратах. Поэтому форфейтинговые компании очень востребованы на рынке банковского коммерческого кредитования. Осуществлять форфейтинговые операции коммерческих банков намного проще, чем факторинговые и лизинговые. Оформляются они внесением передаточной надписи в векселе, который про это должен быть принят к исполнению банком страны покупателя. Форфейтирование является очень простым в оформлении и не требует заключения никаких соглашений. Именно это и привлекает экспортёров.

Также предусматривается что кроме перечисленных выше организаций, юридические лица включённые в специальный перечень смогут осуществлять операции связанные с учётом векселя. По состоянию на январь 2020 в данный перечень включены такие организации как, частное брокерское унитарное предприятие "Даймондinvest" и закрытое акционерное общество "Айгенис"[2].

Такое количество организаций входящих в перечень обусловлено минимальным размером уставного фонда не менее 50 тысяч евро. Огромным преимуществом является то, что юридические лица, включенные в реестр,

смогут при учете векселей рассчитываться с экспортерами в иностранной валюте. Информация о юридических лицах, включенных в реестр, а также об исключении их из реестра будет размещаться на официальном интернет-сайте Национального банка Республики Беларусь в день их включения в реестр или исключения из него.

До принятия данного указа форфейтинг не мог функционировать в полной мере, т.к. в законодательстве не были прописаны основные моменты, а также ещё одним из барьеров являлось наличие вексельного гербового сбора, из-за чего продавцу и покупателю данный сбор увеличил стоимость продукции, что невыгодно для обеих сторон. В новом указе предусматриваются льготные условия или полное освобождение от уплаты гербового сбора, для участников осуществляющих сделки по учёту векселя.

Для завершения сделки денежные средства, за вычетом дисконта, должны поступить на расчётный счёт экспортеру от продажи векселя кредитному учреждению, небанковской кредитно-финансовой организации либо форфейтингу. При этом поступившая иностранная валюта является выручкой, которая должна быть обязательно продана в установленном порядке и на определённую сумму.

Очевидно, что в совокупности нормы указа «Об использовании векселей» направлены на активизацию экспорта путем совершенствования существующих финансовых механизмов расчетов по нему при одновременном соблюдении экономических интересов государства.

Вопрос о роли и актуальности вексельных операций в настоящее время обусловлена его основными функциями, из которых основополагающими являются следующие:

- формирование предпосылок для своевременного получения средств за реализованную продукцию, оказанные услуги; ускорение оборачиваемости средств;
- даёт возможность определить срок платежа, который удобен поставщикам и плательщику ;
- решает проблему отсутствия средств при выполнении сделки;
- оформление сделки векселем позволяет осуществлять зачеты взаимных требований компаний, что способствует сокращению взаимной задолженности.

Основная задача рынка векселей является перераспределение денежных средств, а объектами можно назвать денежные векселя и краткосрочные обязательства. Возвращение операций с векселем на территорию Республики Беларусь обусловлено всемирным развитием тенденции выпуска данной ценной бумаги и является одним из направлений развития рынка кредитно-денежных услуг.

В связи с этим приобретают актуальность вексельные расчеты, позволяющие отсрочить оплату товаров и выполненных работ, которые до недавнего времени были упразднены. Возвращение вексельного обращения и внесение корректив в законодательство способствовало развитию форфейтинга

в Беларусі. Форфейтинг достатньо відомий в світовій фінансовій практиці, але в нашій країні до цього часу не використовувався. Вексель є атрибутом ринкових економічних відносин, показником розвитку торгівлі, ринку цінних паперів, а також банківської діяльності. Відродження векселя в господарстві Беларусі є одним з свідчень зміцнення ринкових основ національної економіки.

#### Література

1. Указ Президента Республіки Беларусі "Об використанні векселів" від 17 лютого 2015 р. № N 69 // <http://www.nbrb.by/>. з змінами і доповненнями в редакції від 31.07.2018 N 301.

2. Офіційний сайт Національного банку Республіки Беларусі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbrb.by.](http://www.nbrb.by/) – Дата доступу : 13.01.2020.

*Єскіна І.О.  
здобувач вищої освіти  
Державний університет інфраструктури та технологій  
Пахота Н.В.  
ст.викладач  
Державний університет інфраструктури та технологій*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДОКУМЕНТООБІГУ В ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ**

Документообіг та організація роботи з документами як складові процеси управління є важливими чинниками забезпечення ефективного діяльності державних установ.

Документування управлінської інформації та організування роботи зі службовими документами є одним із основних складових діяльності державних установ, але сучасний стан документообігу потребує вдосконалення задля більш результативної та оперативної роботи. Документообіг є дуже важливою складовою частиною процесів управління і прийняття управлінських рішень. Без добре і надійно організованого документообігу сьогодні жодна установа не може якісно та ефективно працювати, адже він впливає на оперативність, економічність і надійність функціонування апарату управління установою, культуру праці управлінського персоналу і власне на якість управління, займає доволі важливе місце в роботі державних органів.

Документи відіграють важливу роль у сфері соціально-економічного управління організацією. Оскільки, прийняття та реалізація значної частини управлінських рішень пов'язана безпосередньо з ними.

Організація роботи із службовими документами включає в себе організацію здійснення документообігу, формування справ, зберігання службових документів та користування ними в поточній діяльності підприємства.

Від правильної організації документообігу багато в чому залежить ефективність управлінських процесів. Важливо, щоб інформація була добре організована, збережена і легкодоступна.

Існує багато трактувань визначення документообігу. Проаналізувавши їх, можна сказати, що документообіг установи - це життєвий цикл, який включає в себе систему створення, інтерпретації, передачі (доведення до відома, узгодження, підписання), прийому та архівування документів, а також контролю за їх виконанням і захисту від несанкціонованого доступу.

Незалежно від способу фіксації та відтворення інформації документи проходять і опрацьовуються в установі на єдиних організаційних та правових засадах організації документообігу. Оскільки документи є не лише інструментом, а й регулятором управлінських процесів, вони потребують наявності як певних правил їх складання та оформлення, так і організації роботи з ними [2].

Наприклад, документообіг в Державному університеті інфраструктури та технологій заключається в оформленні вхідних та вихідних документів, наказів по основній діяльності (зарахування/ відрахування та поновлення здобувачів вищої освіти), накази щодо особового складу та про відрядження, рішення Вченої ради, акти ревізій планово-фінансового відділу, бухгалтерські зведення, заявки на матеріально-технічне постачання тощо.

Матвієнко О.В., Цивін М.Н. стверджують, що організація документообігу підприємства залежить від масштабу діяльності підприємства, його функцій, кількості ланок управління і обсягу документопотоків. Управління соціальними процесами реалізується за допомогою управлінської інформації, яка відображає зміст управлінських дій. Обіг управлінської інформації здійснюється за допомогою управлінських документів. Процеси діловодства та документообігу розглядаються, перш за все, як документальне відображення і забезпечення управлінських процесів. В цьому сенсі діловодство та документообіг слід розглядати як документальне забезпечення управління, – як систему вторинних процесів, які забезпечують і відображають процеси управління [4].

Невпинний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій сьогодення породжують сучасне інформаційне суспільство, в такому стані, який спонукає організації, установи та підприємства впроваджувати новітні інформаційні технології, які вважаються головним чинником успішної реалізації управлінських функцій. Ефективна обробка зростаючих обсягів інформації, основу яких складають потоки документів і масиви даних, можлива, в теперішній час, тільки при умові автоматизації роботи з документами і інформацією. Впровадження системи електронного документообігу сьогодні є ключовим фактором вдалої і ефективної оптимізації робочого процесу державних установ.

Електронний документообіг представляє собою сукупність автоматизованих процесів по роботі з документами, представленими в електронному вигляді, з реалізацією концепції «еко тренд».

Перевагами електронного документообігу в першу чергу є економія часу: працівники витрачають менше часу на пошук паперових документів. Завдяки

центральної базі даних, регулярно створюються резервні копії файлів, завдяки чому виключається можливість того, що документ буде безповоротно втрачено.

Електронний документообіг покращує процес ефективності праці держаних установ, а саме:

- скорочення обробки документів означає, що установа реагує та надає зворотній зв'язок набагато швидше;

- можливість надавати миттєві відповіді на запити з пріоритетними робочими чергами.

Слід зазначити, що електронний документообіг :

- збільшує використання фізичного простору (місце, що займає папір);
- забезпечує підвищення безпеки інформації та документів;
- зменшує потенційну втрату або пошкодження інформації;
- знижує витрати на роздруківку, поштові марки, конверти та пересилання;

- зменшує екологічні збитки, завдані через використання паперу;
- зменшує недоречні / втрачені документи і пропущені завдання;
- надає більше гнучкості щодо фізичного місцезнаходження співробітників.

Отже, основним завданням організації електронного документообігу на державних підприємствах в тому числі в закладах вищої освіти є встановлення єдиних вимог до порядку документування управлінської інформації та роботи з документами із застосуванням сучасних автоматизованих систем, з дотриманням методичного керівництва і контролю встановленого порядку роботи з документами в структурних підрозділах підприємств, установ, організацій [1].

Провівши певні дослідження, можна підвести підсумок, що для покращення організації документообігу в державних установах постала необхідність подальшого вдосконалення механізму розробки наукових підходів та практичних рекомендацій щодо управління інформаційним забезпеченням діяльності підприємства, установи, організації.

Одним із основних перспективних напрямів документаційного забезпечення діяльності державних установ в Україні слід вважати: упровадження новітніх технологій шляхом: використання інструментів Google диску. Наприклад, для закладів вищої освіти використання інструментів Google диску надасть безкоштовне збереження файлів (наприклад: розробки лекцій та практичних, звітів, планів освітнього процесу, графіків, презентації, виступи тощо) у хмарі для зручного та швидкого доступу до них.. Надання різномірного доступу до створених файлів на вашому диску (для перегляду лекцій та обрання завдань до підготовки до практичного завдання, коментування, редагування). Прикладом використання є колективна робота над планом роботи закладу вищої освіти, планом канікул, перегляд або редагування розкладу освітнього процесу або зайнятості аудиторій.

Засоби Google форм дозволяють здійснювати обробку та візуалізацію інформації (швидке он-лайн опитування, тестування).

## Література

1. Бойко О.В. Наукова стаття «Шляхи вдосконалення документообігу у ВНЗ» електронний ресурс – [https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2011/8\\_2011/4.pdf](https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2011/8_2011/4.pdf)
2. Електронний журнал Державне управління: удосконалення та розвиток» - <http://www.dy.nauka.com.ua/>
3. Золотарьова І. О., Бутова Р. К. Автоматизація документообігу: навч. посіб. Харків, 2008. 154 с.;
4. Матвієнко О.В., Цивін М.Н. Основи організації електронного документообігу: навч. посіб. Київ, 2008. 112 с.

*Загороднюк О.В.  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту  
Уманський національний університет садівництва*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КРИЗОВОМУ СТАНІ**

Система управління підприємством в кризовому стані базується на визначених принципах, які слугують основою організації антикризового управління підприємством при загрозі банкрутства. Основними принципами, на яких ґрунтується механізм антикризового управління, визнаються наступні:

– Принцип опори на антикризову свідомість – розуміння негативних наслідків виникнення та поглиблення кризи для усіх суб'єктів антикризового процесу; найважливішими характеристиками свідомості є інтереси, цінності та мотиви діяльності, від яких залежить досягнення поставленої мети.

– Принцип діагностики кризових явищ підприємства, а саме проведення ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризи підприємства, ідентифікацію її глибини та можливих наслідків, оцінку можливостей переборення, задоволення інших аналітичних потреб суб'єкта антикризового управління.

– Принцип реалістичності в оцінці ситуації, успіхів або невдач, які мають місце; оцінюючи можливість подолання кризи необхідно спиратися на об'єктивну реальність. Інформація про будь-які позитивні зрушення, які мають місце і є результатом антикризових заходів, має розповсюджуватися серед персоналу [1, с. 150].

Виходячи з вищенаведеного можна констатувати, що управління підприємством в кризовому стані повинне, перш за все, забезпечити фінансову стабілізацію підприємства, вчасно попереджувати кризові явища та приймати адекватні рішення і впроваджувати заходи щодо їх усунення.

Термін «механізм управління» трактується переважно як внутрішня організація, сукупність станів і процесів, із яких складається управління як явище соціального життя, або як внутрішня організація системи управління, процес узгодження впливу суб'єктів управління на явища оточуючої соціальної

дійсності та реалізацію в управлінській діяльності встановлених норм і правил поведінки [2, с. 14].

Такий широкий спектр поглядів та позицій різних авторів на механізм управління формує певні загальні його ознаки, – проте не дає детального його розуміння та опису.

Цю проблему частково прагнув вирішити Е. М. Коротков [3], який поняття механізму управління розглядав із позиції впливу управлінців на працівників. За його дослідженнями, механізм управління формується на основі взаємодії та поєднання різних важелів дії, до яких відноситься інтереси, цінності, установки, мотиви, побоювання працівника, стимули та соціально-психологічні норми щодо персоналу. Проте, на нашу думку, такий підхід до формування механізму управління розкриває тільки взаємодію керівника і працівника підлеглому йому, а взаємодія керівника і підприємства, підприємства та середовища не беруться до уваги, що не відображає управлінський процес у повній мірі.

Отже, механізм управління не повинен обмежуватися лише даними складовими. Тому, що на наш погляд, при цьому не приділяється увага умовам його функціонування.

Економічний механізм підприємства, у якому можна виділити такі складові, як механізм формування і використання ресурсів; механізм управління витратами; механізм управління фінансовими ресурсами; механізм мотивації праці; механізм взаємодії з ринковим середовищем. Отже, економічний механізм підприємства, з одного боку, має забезпечувати зовнішні зв'язки останнього і створювати відповідні умови отримання прибутку. З другого боку, цей механізм направлений на розвиток виробничих відносин, що виникають усередині суб'єкта господарювання. Отже, його принципи частково визначаються особливостями господарського механізму певного суспільства (переважною формою власності на предмети і засоби праці, системою ціноутворення, системами оподаткування та планування), а також особливостями виробничих відносин, що склалися у конкретному підприємстві.

У рамках реалізації господарського механізму доцільно виділяти такі його складові, які у процесі діяльності підприємства забезпечують його стабільне функціонування (показники фінансового стану знаходяться в межах оптимальних значень; продукція підприємства конкурентоспроможна на ринку; відсутність ознак кризових явищ на підприємстві і т.п.), за якого підприємство здатне виконувати поставлені цілі, завдання, функції [4, с. 305].

На стабільність діяльності підприємства і його фінансовий стан значний вплив мають фактори внутрішнього і зовнішнього середовища. Цей вплив часто приводить до того, що результати діяльності підприємства демонструють відхилення від запланованих результатів господарської діяльності. Тому надзвичайно важливим є формування і використання відповідних заходів антикризового характеру.

Здійснення управлінської діяльності у кризовому стані передбачає виконання таких п'яти основних функцій: планування, організація, мотивація, координація і контроль за виконанням встановлених цілей. Процес прийняття рішення і комунікації виступають сполучними ланками.



Антикризове управління також має ряд і специфічних функцій. Проаналізувавши наукову та економічну літературу ми дійшли до висновку, що вони деталізують основні функції і при цьому враховують його специфічні ознаки та форми прояву.

Спрямованість цих функцій полягає у своєчасному виявленні кризових явищ, що існують у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, розробці, обґрунтуванні та запровадженні заходів із запобігання, повної ліквідації чи пом'якшення впливу факторів негативної дії на діяльність підприємства, реакції на зміни у зовнішньому середовищі, розробці та впровадженні інструментів господарського механізму, які у критичних ситуаціях були здатні забезпечити вихід підприємства з кризового стану з найменшими втратами.

Важливою функцією в системі антикризового управління є діагностика кризового стану підприємства. Слід зауважити, що вона є одночасно функцією і стадією антикризового управління. Це відправна точка для розрахунку прогностичних показників розвитку підприємства.

Враховуючи значну різноманітність кризових явищ та велику кількість варіантів їх прояву, по відношенню до окремих параметрів кризового явища, так і докризової ситуації цілком доцільно застосовувати різні методи антикризового управління. Також надзвичайно важливе місце у структурі механізму антикризового управління підприємств і організацій займає нормативно-правове забезпечення, яке можна розділити на дві групи: зовнішнє та внутрішнє.

Реалізація перелічених елементів механізму управління підприємством у кризовому стані має забезпечуватись наявністю необхідних матеріальних, фінансових та трудових ресурсів, ці ресурси можуть бути як власними так і залученими ззовні.

Таким чином, механізм управління підприємством у кризовому стані забезпечує реалізацію цілей та завдань підприємства як системи через узгодження своїх інтересів із середовищем функціонування та враховує ступінь потреби, наявні можливості та мету антикризових заходів.

#### Література

1. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Антикризове управління підприємством: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2006. 196 с.

2. Багрова І. В., Нефедова О. Г. Складові та фактори конкурентоспроможності. Вісник економічних наук України. 2007. №1. С. 11-16.

3. Антикризисное управление: учебн. / под ред. проф. Э.М.Короткова – 2-е изд доп. и перераб.. М.: ИНФРА-М, 2006. 620 с.

4. Погребняк А. Ю. Сутність складових елементів механізму антикризового управління на промисловому підприємстві. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 300-310. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi\\_2015\\_12\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_45).

## ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Найважливішим пріоритетом, крім швидкості і безпеки перевезень безперечно є їх екологічність. Нагальні потреби скорочення шкідливих впливів транспортно-логістичної діяльності на природу спонукало економічно розвинуті країни до рішучих дій. В ЄС у 1994 році вводиться Директива Європейського парламенту і Ради № 94/62/ЄС «По упаковці і відходам від упаковки» яка на законодавчому рівні зобов'язує компанії збільшити використання багаторазових контейнерів, переробляти відходи виробничо-логістичної діяльності, впроваджувати системи управління обігом упаковки.

На муніципальному рівні в містах і регіонах країн ЄС приймаються рішення про заборону руху дизельних автомобілів старого а в деяких випадках і нового покоління в населених пунктах Європи. Так у Німеччині після задоволення судових позовів Deutsche Umwelthilfe був заборонений в'їзд на певні вулиці для дизельних і бензинових автомобілів старих моделей в Штутгарті, Гамбурзі, Берліні, Кельні, Бонні, Франкфурті-на-Майні і деяких інших містах. Йдеться про дизельні машини з екологічним стандартом Євро-4 і Євро-5. Більше того, уряди Данії та Ірландії планують з 2030 року взагалі заборонити продаж автомобілів з дизельними і бензиновими двигунами.

Отже в розвинутих країнах світу виникає необхідність запровадження принципів «зеленої» логістики. І якщо головна функція традиційної логістики – координування усіх видів логістичної діяльності з метою задоволення потреб клієнтів з мінімальними витратами, то в «зеленій» логістиці компанії більше уваги приділяють зовнішнім екстерналіям, пов'язаним зі змінами клімату, забрудненням повітря, води і ґрунту з метою досягнення стійкого балансу між економікою, навколишнім середовищем і суспільством [2].

До її основних принципів відносять екологічно безпечне транспортування і складування матеріальних ресурсів, які суттєво зменшують негативний вплив виробничо-логістичної діяльності на навколишнє середовище. Але як зазначає Н.М. Гуржій переваги «зеленої» логістики не завжди є фінансовими перевагами для підприємства. Зазвичай екологічна діяльність потребує додаткових коштів та ресурсів, що суперечить цілям підприємства як суб'єкта господарської діяльності [2].

Якщо ж розглядати окремо транспортування то ключовими завданнями із зниження шкідливого впливу транспорту на навколишнє середовище будуть:

- скорочення шкідливого впливу транспорту на здоров'я людини за рахунок зниження обсягів впливів, викидів і скидів, кількості відходів на усіх видах транспорту (професійна підготовка і раціоналізація маршрутів);
- зниження енергоємності транспорту;

– мотивація переходу транспортних засобів на екологічно чисті види палива.

Важливою транспортною концепцією з точки зору підвищення екологічності є також консолідація, особливо за транспортування вантажів дрібними партіями («Less-Than-Truckload», LTL). У цьому випадку при перевезеннях на великі відстані дрібні партії об'єднуються з більш великими для досягнення і економічної, і екологічної ефективностей. Включення у цю систему проміжних пунктів перевалки в яких буде здійснюватися переміщення вантажів з великих вантажівок на екологічно чисті міські вантажівки ще більше підвищить якість екологічного менеджменту на транспорті.

Крім того, підвищення ефективності консолідації також може бути досягнуто шляхом об'єднання перевезення від різних постачальників в сусідні точки продажу, тобто застосування систем спільного використання автомобілів. Такі підходи до транспортування змінюють мислення бізнесу та полегшують бачення економічних вигод від створення інтегрованого «зеленого» ланцюга постачань. Відповідно за сучасних вимог у інтегрованому «зеленому» ланцюзі постачань зменшення шкідливого впливу виробничо-логістичної діяльності на природу має розглядатися на усіх етапах технологічного циклу вироблення продукту та його просування по ланках постачання.

На рисунку 1 наведені стадії життєвого циклу продукту при просуванні якого в межах концепції інтегрованого «зеленого» ланцюга постачання застосовуються технології, що дозволяють зменшити забруднення води і повітря та переробляти або утилізувати відходи виробництва і споживання товарів.

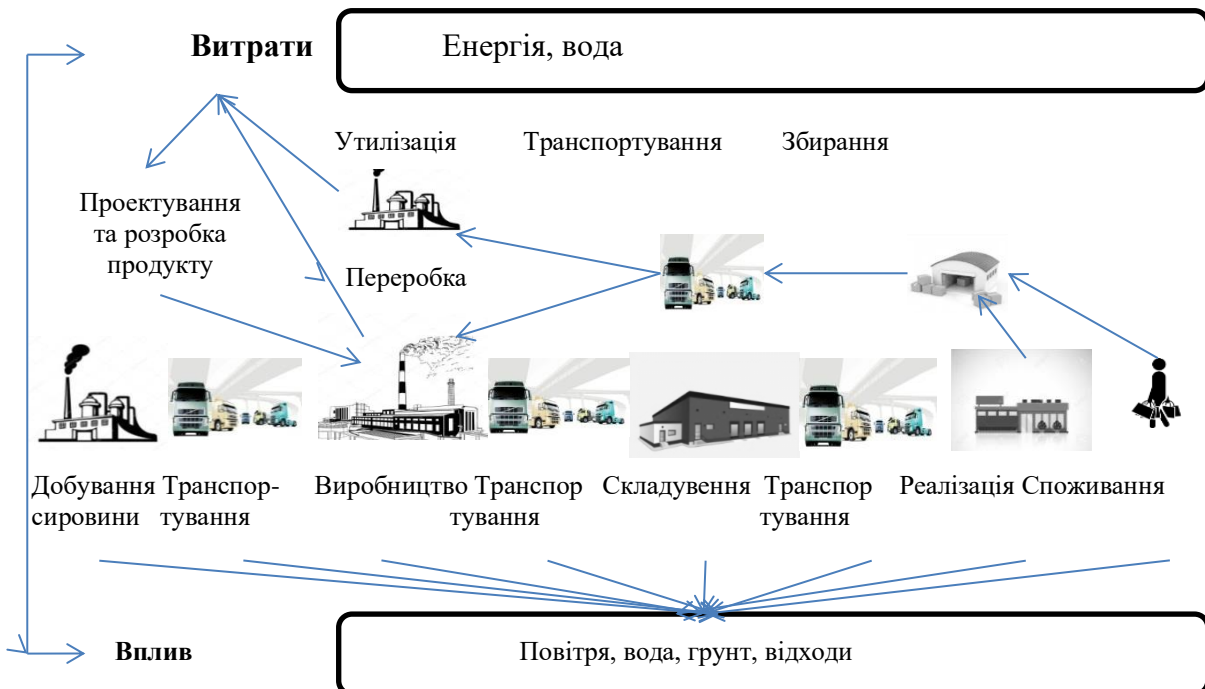


Рис. 1 Стадії життєвого циклу продукту в межах інтегрованого «зеленого» ланцюга постачання

Тут «зелені» операції відносяться до усіх аспектів пов'язаних із добуванням (вирощуванням) сировини, виробництвом, логістикою, ріелтом та відновленням або вторинним використанням продукції. Останні операції Д. Саркіс визначає як «практики кінця труби», які включають чотири елементи: повторне використання, відновлення, переробку та утилізацію [3].

З точки зору безпосередньо транспортної логістики ключовими технологіями для зниження антропогенного впливу на навколишнє середовище є оптимізація транспортних процесів та мереж, а саме:

- зниження відстані при перевезенні вантажів на всіх стадіях ланцюга постачань;
- збільшення використання локальних ресурсів (скорочення витрат на паливо і шкідливі викиди в атмосферу);
- застосування сучасних екологічних енергозберігаючих транспортних засобів.

Така оптимізація має принести компанії потрійний вигравш: скорочення навантаження на навколишнє середовище, поліпшення іміджу і зменшення витрат по всьому ланцюгу постачань. Проте широкого поширення принципи «зеленої» логістики отримують, тільки тоді коли буде створена належна інституціональна та економічна основа, адже на першому етапі розвиток «зелених» технологій може бути дуже витратним. Тому тут необхідним є державне втручання та підтримка «зелених» ініціатив.

#### Література

1. Гуржій Н. М., Белікова М. Ю. Впровадження екологістики у вітчизняну транспортну систему. Науковий вісник Херсонського державного університету, 2016. № 17(1). 96-99.
2. Green Logistics URL: <http://www.greenlogistics.org>
3. Sarkis J. “A strategic decision framework for green supply chain management”, Journal of Cleaner Production. 2003. 11, P. 397-409 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652602000628>

*Зюзько А.Ф.*

*студент факультету менеджменту  
Запорізький національний університет*

*Павлюк Т.С.*

*к. е. н., доцент  
Запорізький національний університет*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ**

Відомо, що Україна завжди була и буде аграрною країною. В Україні нараховують 45558 сільськогосподарських підприємств. Тому для ефективних економічних відносин між ними треба логістика.

Ринкова трансформація національної економіки обумовлює необхідність інтенсифікації агропромислового виробництва за рахунок стійкого розвитку і

більш повного використання інструментарію логістичної науки. Предметом аграрної логістики є організація та регулювання процесів просування потоків сировини тваринного і рослинного походження, техніки, хімікатів, добрив, продукції переробки сільськогосподарського виробництва та поставки її споживачам.

Особливість матеріального потоку в агропромисловому комплексі (АПК) полягає в тому, що він практично на будь-якій стадії може бути одночасно сировиною для наступної стадії логістичної ланцюга і кінцевим продуктом. Для більшості галузей промисловості характерно виробництво з великого числа комплектуючих обмеженого числа готових виробів, тобто скорочення асортиментних груп матеріального потоку. В АПК відбувається зворотний процес - при просуванні до кінцевого споживача матеріальний потік за кількістю товарних одиниць розширюється.

Якщо в кризові 90-ті роки сільськогосподарське виробництво зосереджувалося в основному у населення, то з 2000 р була спочатку відновлена позитивна динаміка в діяльності сільськогосподарських підприємств у сфері рослинництва, яке стало прибутковим в наступні роки, а з 2008 р прибутковим стало і тваринництво.

Дані сільськогосподарські підприємства стали фінансово спроможні завдяки ефективному використанню складових логістики, як постачання, виробництво і збут. При цьому стимулюватися державою має нарощування власних грошових коштів за рахунок розвитку інфраструктури збуту продукції галузі, бюджетних податкових преференцій інноваторам; розвиток складського, спеціалізованого транспортного господарств і системи інформаційно-комунікаційного забезпечення операторів ринку [1].

В Україні агрологістика знаходиться на початковій стадії розвитку. Необхідно вивчити причини і умови ефективного розвитку агрологістики в країнах з розвиненою ринковою економікою. Найбільший досвід в сфері аграрного бізнесу напрацьовано такими країнами, як - США, Канада, Західна Європа, Австралія. На даному етапі ініціативну роль щодо впровадження логістичних засад в діяльність агропромислових підприємств у багатьох країнах Європейського союзу беруть на себе державні структури.

Найбільшої уваги заслуговує система постачання матеріально-технічних ресурсів, закупівель, переробки і реалізації сільськогосподарської продукції, яка діє переважно в формі аграрних кооперативів. Наприклад, у Франції таких кооперативів, які об'єднують 90% фермерів, близько 3800. Більшість з них спеціалізується на одному виді продукції (зернова, молочна, овочева, виноградарська) [2].

Через кооперативи фермери продають майже 70-80% зерна, молока, яєць і м'яса птиці, вирощених свиней, овочів, фруктів, винограду. Багатопрофільний кооператив «CANA» в регіоні Луари заготовлює, переробляє і реалізує за рік близько 400 тис. Т зерна у 900 виробників, 370 тис. Т молока для одного власного заводу у 1900 виробників молока, 50 тис. Голів молодняку великої рогатої худоби в 1500 виробників, 550 тис. свиней у 600 виробників, 80 тис. т м'яса птиці у 600 виробників.

Експерти в області логістики виділяють головні завдання агрологістики:

- забезпечення безпеки продуктів харчування відповідно до міжнародних стандартами;
- впровадження в практику господарювання сучасних технологій збору, переробки, транспортування, зберігання і розподілу сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки;
- реалізація концепції логістики в діяльності аграрних підприємств і об'єднань;
- забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках;
- розвиток портової інфраструктури, рухомого складу, автотранспортних коштів;
- будівництво перевалочних комплексів, елеваторів, логістичних центрів - розвиток співробітництва з міжнародними торговими будинками, судноплавними компаніями;
- прийняття сучасних транспортних рішень, скорочення часу доставки товару від виробника до споживача;

Сучасний стан виробничо-технічної бази і технологічний рівень транспортування вантажів АПК за багатьма параметрами не відповідають світовим стандартам якості надання транспортних послуг і можуть стати бар'єром для стабільного соціально-економічного розвитку країни [2].

Сучасна агрологістика повинна вирішити головні перешкоди, які заважають розвивати цей сегмент, а саме:

- дефіцит якісного автомобільного та залізничного транспорту в пікові періоди сільхозкампаній;
- неякісне та несвоєчасне надання послуг з боку агроперевозчиків;
- несвоєчасність доставки продукції;
- коливання транспортних тарифів;
- зриви подач автотранспорту в узгоджені дати під завантаження;
- непрогнозовані ризики, пов'язані зі зміною кліматичних умов;
- мала потужність елеваторів затримує обробку зернових і провокує черги автотранспорту на елеваторах;
- збереглася тенденція дроблення автогосподарств та скорочення кількості транспортних засобів, що забезпечують логістичне обслуговування агрохолдингів на маршрутах «з поля до елеватора» і «від елеватора до порту».

Значно погіршився стан магістральних автодоріг і під'їзних шляхів, в тому числі, за рахунок наднормативної завантаження транспортних засобів. Перевантаження автомобіля під час завантаження дає відправнику одночасно кілька переваг - мінімізацію транспортних витрат, максимізацію прибутку, зниження витрат на допоміжні операції, економію на зберіганні продукції. Власник транспортної компанії також зацікавлений в збільшенні завантаження автомобіля з метою збільшення суми загального фрахту.

Поліпшити ситуацію в сегменті аграрних перевезень можливо шляхом об'єднання в єдину платформу учасників агроринку - виробників сільськогосподарської продукції, представників найбільших агрохолдингів

України, транспортних агрологістических компаній, експертів ринку. Дана асоціація сприятиме ефективним рішенням щодо оптимізації логістичних завдань агроринку, гарантії надійності: партнерів з перевезень, постійних замовлень, платежів, наявності необхідної кількості автотранспорту, технічного обслуговування автомобілів [3].

Для ефективної доставки продукції ринок агрологістики повинен складатися з наступних ланок: «Замовник - Транспортноекспедиційное підприємство - Перевізник».

Логістика у взаємозв'язку з маркетингом являє собою найбільш прийнятний на сьогоднішній день варіант системи управління в економіці. Так оптові ринки сільськогосподарської продукції виступають важливим елементом маркетингової інфраструктури аграрного ринку [3].

Отже, агрологістика грає одну з ключових ролей в процесі функціонування сільськогосподарського комплексу України, вирішуючи важливі завдання оптимізації руху матеріальних і фінансових потоків в просторі і часу; розвитку і вдосконалення інфраструктури і сервісу; впровадження сучасних технологій; розвитку міжгосподарського самоврядування з використанням механізмів кооперації і кластерних форм регіонального співробітництва.

#### Література

1. Шубравська О.В. Перспективи модернізації аграрного сектора України / Е.В. Шубравська, Е.А. Прокопенко // Економіка України. - 2013. - №8. - С. 64-76.

2. Присяжнюк Н. Про необхідність і напрями поглиблення аграрної реформи / Н. Присяжнюк, П. Саблук, М. Кропивко // Економіка України. - 2011. - №6. - С. 4-16.

3. Шубравська О.В. Перспективи модернізації аграрного сектора України / Е.В. Шубравська, Е.А. Прокопенко // Економіка України. - 2013. - №8. - С. 64-76.

*Ивкина М.С.  
студент*

*УО Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

### **ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ЛИКВИДНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА**

Один из показателей, который характеризует финансовое состояние организации является платежеспособность. Платежеспособность – способность организации в срок и в полном объеме погашать свои платежные обязательства.

Среди основных понятий платежеспособности организации выделяют такие как сама платежеспособность организации, ликвидность баланса и ликвидность активов организации.

Ликвидность баланса – наличие оборотных средств в размере, достаточном для погашения краткосрочных обязательств. Ликвидность баланса достигается установлением равенства между обязательствами предприятия и его активами.

Ликвидность активов – это величина обратная количеству времени, которое необходимо для превращения активов в деньги [1, с. 127].

Понятие «платежеспособность» и понятие «ликвидность» имеют похожий характер, но все-таки понятие «ликвидность» является более широким определением платежеспособности.

Техническая сторона анализа ликвидности баланса заключается в сопоставлении средств по активу с обязательствами по пассиву. Чтобы было удобнее сопоставлять активы и пассивы предприятия показатели баланса группируются. Группировка проводится по двум основным правилам.

Первое правило. Активы должны быть сгруппированы по степени их ликвидности и должны располагаться в порядке убывания ликвидности.

Второе правило. Пассивы должны быть сгруппированы по срокам их погашения и располагаться в порядке возрастания сроков уплаты.

*1 этап.* Группировка активов. Активы предприятия в зависимости от скорости превращения их в деньги делятся на 4 группы:

- наиболее ликвидные активы (А1). Сюда входят денежные средства и краткосрочные финансовые вложения;
- быстро реализуемые активы (А2) – краткосрочная дебиторская задолженность;
- медленно реализуемые активы (А3) – запасы и затраты, долгосрочная дебиторская задолженность;
- трудно реализуемые активы (А4) – основные средства, нематериальные активы, незавершенное строительство.

*2 этап.* Группировка пассивов.

- наиболее срочные обязательства (П1) – кредиторская задолженность;
- краткосрочные пассивы (П2) – краткосрочные кредиты и займы и прочие краткосрочные пассивы;
- долгосрочные пассивы (П3) – долгосрочные кредиты и займы;
- постоянные пассивы (П4) – источники собственных средств.

*3 этап.* Определение ликвидности баланса. Для определения ликвидности баланса нужно сопоставить произведенные расчеты групп активов и групп обязательств.

Баланс является ликвидным при условии следующих соотношений групп активов и обязательств:  $A1 \geq П1$ ;  $A2 \geq П2$ ;  $A3 \geq П3$ ;  $A4 \leq П4$ .

Сравнение первой и второй групп активов (А1 и А2) с первыми двумя группами пассивов (П1; П2) показывает текущую ликвидность, т.е. платежеспособность или неплатежеспособность предприятия в ближайшее к моменту проведения анализа время.

Сравнение же третьей группы активов и пассивов (А3 и П3) показывает перспективную ликвидность, т.е. прогноз платежеспособности предприятия.

*4 этап.* Определение динамики ликвидности и факторов, которые влияют на ликвидность.

Сравнив фактические коэффициенты конкретного предприятия с нормативными, можно сделать заключение о том, что баланс является ликвидным и кредитоспособным, а также можно сделать вывод об отношении к предприятию как к деловому партнеру и заемщику в деловом мире, и что



требуется от руководства предприятия, в том числе и финансового менеджера по улучшению финансового состояния предприятия [2, с. 64].

Платежеспособность предприятия с позиции ликвидности активов анализируется с помощью специальных финансовых коэффициентов – коэффициентов ликвидности:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент быстрой ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности.

Коэффициент текущей ликвидности определяется как отношение стоимости всех оборотных активов к краткосрочным обязательствам предприятия за исключением резервов предстоящих расходов.

Коэффициент быстрой ликвидности представляет собой отношение суммы денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты, к сумме краткосрочных обязательств.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно за счет имеющихся денежных средств и финансовых вложений. Чем выше его величина, тем больше гарантия погашения долгов [3, с. 95].

Если коэффициенты ликвидности предприятия укладываются в принятые нормативы, то его можно считать платежеспособным.

Ликвидность и платежеспособность оказывают положительное воздействие на осуществление планов производства организации, а также они обеспечивают производство необходимыми средствами и ресурсами. В результате этого данные показатели направлены на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных средств организации, осуществление расчетной дисциплины, а также на обеспечение наиболее рационального соотношения собственных и заемных средств и более эффективного их применения.

Роль платежеспособности и ликвидности также состоит и в том, что в отношении привлечения инвестиций, приобретения кредитов, в подборе поставщиков, а также поиске высококвалифицированных сотрудников платежеспособная компания обладает явным превосходством над прочими организациями схожего профиля.

Проведение оценки платежеспособности дает возможность изучить и оценить способность предприятия генерировать денежные средства в размере и в сроки, необходимые для осуществления планируемых расходов и определить, способна ли компания погашать свои обязательства.

Платежеспособность и ликвидность может быть достигнута только при следующих условиях:

- достаточном объеме собственных средств;
- достойном уровне качества активов компании;
- наличии постоянных доходов у организации;
- удовлетворительном уровне рентабельности, с принятием во внимание финансовых и операционных рисков;

- достаточной высокой степени ликвидности баланса;
- наличии широких возможностей для дальнейшего привлечения заемного капитала.

Таким образом анализ ликвидности и платежеспособности – важное звено хорошо спланированного финансового менеджмента на любом предприятии. Анализируя состояние платежеспособности предприятия, нужно рассмотреть продолжительность просроченных долгов и причины финансовых затруднений, частоту их образования. Для определения причин изменения показателей платежеспособности большое значение имеет анализ выполнения плана по притоку и оттоку денежных средств. Для этого данные отчета финансовой части бизнес плана сравнивают с данными отчета о движении денежных средств.

#### Литература

1. Налогообложение организаций и финансовый менеджмент: учебное пособие. / П. А. Левчаев., 2010 г.
2. Финансы организаций: учебное пособие / С. Е. Витун, А. И. Чигрина. – Гродно: ГрГУ им. Я. Купалы, 2012 г.
3. Анализ финансово-экономического состояния предприятия в современных условиях / А. В. Грачев, 2011 г.

*Ігнат'єва В.Е.*  
студентка факультету менеджменту  
Запорізький національний університет  
*Давиденко О.О.*  
к.ю.н., старший викладач  
Запорізький національний університет

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Провідна роль логістичних зв'язків, зокрема міжнародних, невпинно зростає через розвиток технологій, інтеграцію національних економік у різноманітні міжнародні організації. Тому необхідним є стимулювання транспортно-логістичної системи з боку законодавця.

До нормативно-правових актів, що стосуються даного питання належать наступні: Господарський кодекс України; Митний кодекс України; Закон України «Про транспортно-експедиторську діяльність» від 01.07.2004 № 1955-IV; Закон України «Про транспорт» від 10.11.1994 № 232/94-ВР; Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII; Закон України «Про транзит вантажів» від 20.10.1999 № 1172-XIV; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Транспортної стратегії України на період до 2030 року» ; Наказ Міністерства транспорту України та Міністерства освіти України «Про затвердження Типової програми підготовки та підвищення кваліфікації фахівців» від 07.05.1998 № 172/244. [3, с.339]

Як ми бачимо, про детальну регламентацію транспортно-логістичної діяльності мови не може бути, оскільки дані акти лише поверхнево регулюють транспортну логістику.

Також, існують такі проблеми: якість транспортного обслуговування, зниження конкурентоздатності перевізників, складність складання маршрутів перевезення, недовантаження автомобілів, складність організації перевезень декількома видами транспорту, недостатня інформаційна підтримка перевізників, брак інформації про програмні продукти в сфері транспортної логістики.

Тому, на сьогоднішній день, фахівці, які працюють у сфері логістики, відчують явну нестачу нормативно-правового забезпечення своєї діяльності, через це, воно більш ніж потребує розширення та оновлення.

Одна з найголовніших перспектив транспортно-логістичної системи є Транспортна стратегія України на період до 2030 року. Метою Стратегії є визначення засад формування та реалізації державної політики щодо забезпечення стабільного та ефективного функціонування галузі транспорту, створення умов для соціально-економічного розвитку країни, підвищення конкурентоспроможності національної економіки і рівня життя населення. Одним з основних принципів Стратегії є створення мережі логістичних центрів. Стратегією визначена важливість розвитку логістичних систем для залізничного і морського транспорту. До пріоритетів розвитку залізничного транспорту загального користування належить створення мережі взаємопов'язаних логістичних центрів та мультимодальних терміналів у найбільших транспортних вузлах, пунктах пропуску через державний кордон. [1, с.1]

Типовою програмою підготовки та підвищення кваліфікації фахівців передбачено вивчення положень законодавчої бази, міжнародних договорів, правил прикордонного та митного контролю, формування бізнес-плану щодо здійснення пасажирських перевезень на ринку транспортних послуг, системи страхування, питань сертифікації послуг та дорожніх транспортних засобів і запасних частин до них та ліцензування перевезень, логістичного підходу до організації та управління перевезеннями з використанням засобів обчислювальної техніки. [4, с.1]

З розвитком інтеграційних процесів у ЄС виник окремий напрям євроінтеграції – Єврологістика, або логістика в європейському вимірі, що відбиває процес формування загальноєвропейської транспортно-логістичної мережі зі створенням відповідних комунікацій і логістичних терміналів. Кінцевими результатами Єврологістики є скорочення витрат на експортно-імпортні поставки, на послуги при перетині кордонів у пунктах митного контролю, скорочення запасів у дорозі та на підприємствах. [2, с.224]

Для того, щоб покращити логістичні послуги потрібно провести такі заходи:

- активно залучати приватні, закордонні інвестиції;
- підготувати фахівців належної кваліфікації, спроможних здійснювати проектування автоматизованих систем логістики та застосовувати їх на підприємствах і в постачальницько-збутових організаціях;

- змінити податкову політику та контрольоване введення операторських ліцензій, спростити реєстрацію й сертифікацію для самозайнятих перевізників;
- посилити незаконну діяльність операторів та боротьбу з корупцією;
- створити єдину базу перевізників і їхнього автопарку;
- попрацювати над відповідністю українського законодавства міжнародним конвенціям та розширити доступ іноземних операторів на перевезення;
- передати підряди на укладення логістичних контрактів з вантажовідправниками приватним компаніям, надати їм більше прав на користування інфраструктурою, активніше залучати їх у процеси ремонту й будівництва;
- зробити більш високий ступінь контейнеризації вантажів та позбутися вузьких місць для контейнерних вантажів;
- прискорити портові операції та краще продумати освоєння територій;
- використовувати більше сучасних технологій та мультимодальних центрів, розвивати стратегічні транзитні коридори;
- на державному рівні розробити карту розташування мультимодальних логістичних центрів, з урахуванням наявних і потенційних поставок, також продумати необхідну потужність цих центрів і осередки потенційного попиту;

Дуже важливо, щоб держава контролювала вплив автотранспорту на екологічну ситуацію в країні, застосовувала все вищі і вищі Євровимоги, до того ж не забуваючи про сам бізнес. [3, с.344]

Таким чином, розвиток логістики неможливий без застосування економічно ефективних механізмів збоку держави.

#### Література

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Транспортної стратегії України на період до 2030 року» / Кабінет Міністрів України. 2010. 1 с. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2174-2010-%D1%80> (дата звернення: 20.12.2019).
2. Смирнов І. Г., Косарева Т. В. Транспортна логістика: навч. посіб. Київ. 2008. 224 с.
3. Кіндій М. В, Мамчин М. М., Гречин Б. Д. Проблеми транспортної логістики в Україні в умовах глобалізації бізнесу Львів: Університетська книга, 2010. 339 с. URL : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10030/1/53.pdf>; (дата звернення: 20.12.2019).
4. Наказ Міністерства транспорту України та Міністерства освіти України «Про затвердження Типової програми підготовки та підвищення кваліфікації фахівців» від 07.05.1998 № 172/244 / Міністерство транспорту України, Міністерство освіти України. 2007. 1 с. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0478-98>; (дата звернення: 20.12.2019).

*Іванчук О.С.  
Шевейко Ю.А.  
Курсанти факультету  
економіко-правової безпеки  
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Сучасні підприємства використовують у своїй роботі інформаційні технології, які вирішують різні задачі: від оперативного управління підприємством до допомоги в прийнятті управлінських рішень.

Актуальність даної тематики полягає в тому, що ефективне управління є цінним ресурсом організації, поряд з матеріальними, людськими, фінансовими та іншими ресурсами. Найбільш дієвий спосіб підвищення ефективності протікання трудового процесу це його автоматизація. Стрімкий розвиток та еволюція інформаційних та комп'ютерних технологій, щорічне вдосконалення технічної платформи та поява принципово нових класів програмних продуктів привів в наші дні до зміни підходів до автоматизації управління виробництвом. Динамічний розвиток світового ринку інформаційних технологій (ІТ) здійснює значний вплив на розвиток світового господарства, розробка та втілення нових інформаційних технологій оптимізує процеси виробництва, дозволяє більш ефективно використовувати ресурси, сприяє прискоренню обміну інформацією.

Питання застосування сучасних інформаційних технологій в управлінні підприємством і їх економічного обґрунтування отримали значного розвитку завдяки науковим доробкам таких авторів: С. В. Войтко, С. Г. Діордіци, А. Г. Литвак, Н. Б. Кирич, Н. С. Меджибовської, Т. В. Сакалош, З. М. Соколовської та інших.

У сучасному суспільстві бізнес, особливо найбільш динамічна його частина – малий бізнес, розглядається як ефективний інструмент розвитку ринкового господарства й форма економічної активності населення. Чим більше здібних і вмілих людей залучено до підприємницької діяльності, тим краще використовуються ресурси суспільства й інтенсивніший господарський розвиток. Ефективне ведення малого бізнесу потребує залучення сучасних технологій автоматизації. Для раціональної автоматизації малого бізнесу необхідна вдала декомпозиція задач, що потребують першочергової автоматизації [1, с.180].

Все частіше впроваджуються різноманітні інформаційні системи та частково застосовується автоматизація процесів керування. Мотивація подібних заходів достатньо різна: тут і вплив моди, і бажання «не відстати від конкурента», а найчастіше – це цілком зрозуміле прагнення керівництва підприємства впровадити ефективну й сучасну систему керування, яка:

повинна знизити транзакційні витрати, прискорити бізнес-процеси, збалансувати співвідношення між повноваженнями та відповідальністю у підлеглих, а також й самих партнерів;

не буде вимагати постійного контролю та відвертати увагу від виконання стратегічних завдань.

Необхідність оптимізації бізнес-процесів, використовуючи інформаційні технології, вкрай бажана, але при цьому слід пам'ятати, що будь-яка система автоматизації є тільки інструментом ефективного керування і ефективно буде працювати тільки в тих умовах, для яких вона створювалася.

Досвід впровадження та використання інформаційних технологій дає змогу говорити про великі потенційні можливості цієї сфери при розв'язанні проблем суспільства. Розглядаючи реальний стан із впровадження інформаційних систем і технологій в Україні, слід зазначити, що процеси використання інформаційних технологій істотно відстають від зарубіжних, зокрема це відноситься до малого підприємництва. Відкриваючи нові можливості, інформатизація потребує уважного і дбайливого ставлення [2, с.23].

Під час впровадження інформаційних систем на сучасних підприємствах необхідно побудувати певний алгоритм, за допомогою якого можна поетапно розписати процес впровадження. Інформаційні технології є важливим етапом на шляху до досягнення конкурентних переваг, які дозволяють:

- швидко, якісно і надійно виконувати отримання, облік, зберігання і обробку інформації;
- значно скоротити управлінський персонал підприємства, який займається роботою по збору, обліку, зберіганню і обробці інформації;
- забезпечити у потрібні терміни керівництво і управлінсько-технічний персонал підприємства якісною інформацією;
- своєчасно і якісно вести аналіз і прогнозування господарської діяльності підприємства;
- швидко і якісно приймати рішення по усіх питаннях управління підприємством.

На ринку ІТ - технологій існує великий вибір програмного забезпечення, будь-яка компанія може вибрати програмний продукт в залежності від своїх цілей. Вибір програмного забезпечення повинен базуватися на розумінні його можливостей і недоліків, чіткому усвідомленні цілей використання. Найбільш перспективним напрямом представляється все більш повний взаємозв'язок систем бізнес-моделювання і аналізу з комп'ютерними інформаційними системами для більш якісного управління всіма компаніями.

Звісно, ефективна інформатизація значно підвищує керованість процесами соціально-економічного розвитку підприємства, призводить до поліпшення якості і рівня прийнятих управлінських рішень, оперативності інформаційних процесів і послуг, які, у свою чергу, призводять до поліпшення соціально-економічних, науково-технічних, культурних та інших показників життя [3, с.265].

Таким чином, застосування різних методик та розробка алгоритму впровадження ІТ дозволить підприємству підвищити якість і ефективність керування в соціально-економічній сфері бізнесу та міста в цілому за рахунок впровадження сучасних інформаційних систем підтримки прийняття рішень,

погодженості і підвищенні якості, оперативності інформаційних процесів і послуг, які, у свою чергу, повинні привести до поліпшення соціально-економічних, науково-технічних, культурних та інших показників життя.

Отже, з проведеного нами аналізу, можна зробити висновок, що за допомогою інформатизації, шляхом створення цілісної взаємозалежної системи нормативних, інформаційних і інструментальних засобів для рішення завдань досягається інформаційно-аналітичне керування всіма відділами на підприємстві. Використовуючи сучасні технології, підприємства отримують можливості узгодити обсяг виробництва з попитом у режимі реального часу, виявляють нові канали продажів і розміщення, оптимізувати організаційну структуру, визначати структуру виробництва згідно з законами, покращити якість обслуговування і цим підвищити ефективність своєї діяльності.

#### Література

1. Байкарова О. Інформаційні технології – засіб оптимізації діяльності підприємств / О. Байкарова, Л. Тарасюк // Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво. – 2013. – № 11. – С. 177–182.
2. Жигалкевич Ж.М. Інформаційні технології в управлінні підприємством / Ж.М. Жигалкевич, А.С. Онопко // Сучасні підходи до управління підприємством: Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 28 квітня 2016 р. — К: Вид-во «Політехніка», 2016. — 104 с. — С.23
3. Новаківський, І. І. Вплив процесів інформатизації на організаційну структуру підприємств [Текст] / І. І. Новаківський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – № 425. – С. 285-286.

*Іванько А.  
студентка*

*Запорізький національний університет  
Малтиз В.В.  
к.е.н., доцент  
Запорізький національний університет*

## **МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВНА ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ**

Одним з найважливіших складових елементів менеджменту є управління персоналом як система ефективного управління працівниками і їхньою діяльністю. На даний момент найбільшою проблемою країн була і є недосконалість в сфері роботи з кадрами, персоналом. У багатьох підприємствах відсутнє положення про кадрову службу, не відпрацьовані технології, немає правильного підходу до працівників.

В умовах ринкової економіки управління повинно набувати системності і завершеності на основі комплексного вирішення кадрових проблем, упровадження нових і удосконалення існуючих форм і методів кадрової роботи. Особистий потенціал людини, її якості служать вихідними принципами розвитку

підприємства. У зв'язку з цим управління персоналом є універсальною задачею керівника, що управляє співробітниками, яким він дав повноваження, завдання. Управління кадрами можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників в межах інтересу підприємства. Робітники пов'язуються з його забезпеченням успішності для максималізації прибутку. Однак, ефективність повинна читатись не тільки в економічному плані, а й в більш широкому спектрі й поєднуватись з поняттями, як задоволеність кадрів своєю працею, участь у колективі підприємства, мотивація до роботи. У теорії та практиці виділяють наступні функції менеджменту персоналу:

- планування – формування цілей, стратегії та політики менеджменту персоналу;
- організаційно-розпорядча – забезпечення роботи всього персоналу як єдиного механізму;
- мотиваційна – зацікавлення працівників у підвищенні результатів трудової діяльності;
- контролююча – контроль за правильним та раціональним виконанням завдань;
- інформаційна – забезпечення керівництва, служби управління персоналом, найманих працівників необхідною інформацією;
- розвиваюча – управління з урахуванням розвитку персоналу з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В книзі «Менеджмент персоналу» В.М.Данюка та В.М.Петюха сказано, що для того, щоб підприємство було успішним, потрібно використовувати методи управління персоналом (способи впливу на колективи й окремих працівників з метою здійснення координації їхньої діяльності в процесі виробництва), що зазначені нижче .

#### 1. Адміністративні методи:

- формування структури й органів управління установами держзамовлень;
- твердження адміністративних норм і нормативів, видання наказів і розпоряджень;
- підбор і розміщення кадрів;
- розробка положень, посадових інструкцій і стандартів діяльності організації.

#### 2. Економічні методи:

- техніко-економічний аналіз;
- техніко-економічне обґрунтування;
- планування;
- матеріальне стимулювання;
- ціноутворення;
- додаткова система;
- економічні норми і нормативи.

#### 3. Соціально-психологічні методи:

- соціальний аналіз у колективі працівників;
- соціальне планування.



Отже, управління персоналом - це сукупність основних цілей, методів діяльності з кадрами, з урахуванням виду організаційної стратегії підприємства, потенціалу персоналу, особливостей працівників та принципів управління людьми. Немає організації, в якій управління персоналом не було б актуальним. Процес управління підприємством, зокрема його робітниками, становить чи не найважливіший його елемент. Адже саме від ефективності та раціональності управлінської діяльності залежать успіхи підприємства, міра розкриття його економічного потенціалу.

*Іщенко Я.В.*

*Костюченко Л.В.*

*Національний авіаційний університет  
м. Київ*

## **УКРАЇНСЬКІ ТЕНДЕНЦІЇ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВОДНИМ ТРАНСПОРТОМ**

Актуальність дослідження українських тенденцій контейнерних перевезень водним транспортом з огляду на світовий досвід полягає у високій їх частці від загального міжнародного та міжконтинентального вантажопотоку. Адже понад 80 % товарів світу транспортується за участі контейнерних морських перевезень, а Україна, у свою чергу, займає одну з передових позицій по обробці контейнерного вантажопотоку у Чорноморському регіоні.

Метою дослідження є аналіз структури і динаміки контейнерних перевезень водним транспортом та тенденції їх розвитку в Україні.

За даними проведених досліджень [4], обсяг світового ринку перевезень контейнерів досягає 500 млрд дол. США. Значна частина цих вантажопотоків зосереджена уздовж транспортних коридорів, що охоплюють кілька країн і, в більшості випадків, обслуговуються низкою великих компаній. Найбільшою з них є фірма «Maersk SeaLand», їй належить близько 16% загальносвітового ринку контейнерних вантажоперевезень. У MSC, другого за значенням контейнерного морського перевізника, в руках знаходиться менше 10% загальносвітового ринку, а останньому з двадцятки належить менше 2% світового ринку контейнерного судноплавства. Світовий лідер в сфері контейнерних перевезень датська компанія «A.P. Moller-Maersk», у 2009р. отримала чистий прибуток у розмірі 3,3 млрд. дол. [4]

Аналіз сучасного стану контейнерних перевезень в Україні показав, що за перших сім місяців 2018 року в Україні помітно зросли контейнерні перевезення [2]. Так, у січні-липні морські контейнерні перевезення збільшилися на 38,9% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Всього за цей час в портах України було прийнято 454 719 TEU (*twenty-foot equivalent unit* – умовна одиниця виміру місткості вантажних транспортних засобів). Імпортні контейнерні перевезення склали 221 680 TEU (зростання на 32,6%), експортні – 218 331 TEU

(збільшилися на 55,5%). Відзначена негативна тенденція в обороті транзитних контейнерів – оборот скоротився на 20,4%, всього в портах було прийнято 14 708 TEU [2].

Коефіцієнт контейнеризації вантажів у світових перевезеннях сягає 63%, його щорічне зростання за останні кілька років склав 1-2%, а граничне значення, на думку фахівців, дорівнює 70%. Зростання обсягів контейнерних перевезень обумовлений, в першу чергу, збільшенням обсягів зовнішньої торгівлі, тому пріоритетну роль в транспортуванні контейнерів виконує морський транспорт, на частку якого припадає до 80% світових відправок контейнерів [4]. У 2017 р. лідером контейнерообігу є Одеський морський порт, його частка склала 72,5% від усього контейнеропотоку, всього було оброблено 329 792 TEU. Це на 13,8% більше, ніж в минулому році. Після фактичного простою в минулому році, коли було оброблено всього 6 TEU, різко наростив морські контейнерні вантажоперевезення порт Чорноморську, які склали 68 616 TEU (імпорт – 25 121 TEU, експорт – 43 495 TEU) [6]. На частку порту припадає 15,1% від загального контейнерообігу. На третьому місці – порт «Південний», в якому було прийнято 56 022 TEU, зростання склало 49,1%, на частку порту припадає 12,3% від загального контейнеропотоку через морські порти України. Як і раніше незначною, менше 1%, залишається частка порту «Ольвія», в якому за 7 місяців минулого року було оброблено всього 289 TEU [3].

За даними державної служби статистики України [5] кількість перевезень вантажів морським транспортом в останні роки показано на графіку (рис. 1).

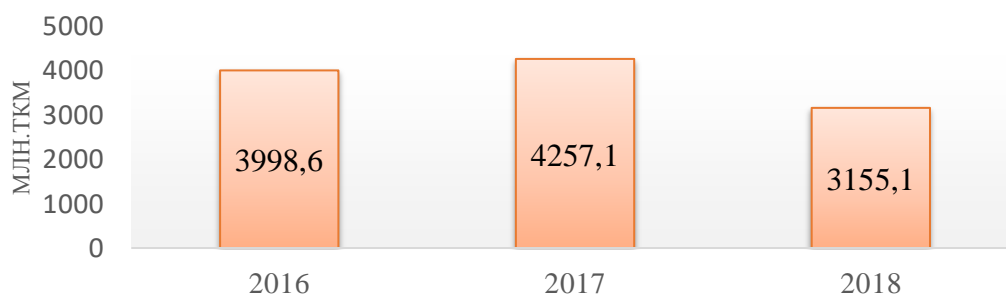


Рис. 1. Динаміка обсягів перевезень вантажів морським транспортом в Україні  
*Джерело: за даними [5]*

За результатами 2016 р. було визначено перші три місця в рейтингу терміналів-лідерів регіону за контейнерообігом: DP WORLD CONSTANTZA (RO) – 516 620 TEU; СТО (UA) – 281 928 TEU; АРМТ РОТІ (GE) – 273 690 TEU. Перші три місця в рейтингу терміналів-лідерів регіону за темпами зростання контейнерообігу зайняли: ІЛ'ЙІЧЕВСЬКІЙ МОРСЬКИЙ ПОРТ (UA) – зростання на 115,9 % (до 101 076 TEU); ВКР (UA) – зростання на 79,3 % (до 198 407 TEU); ТІС (UA) – зростання на 48,1 % (до 80 487 TEU) [7].

Отже, до 2017 р. український ринок морських контейнерних перевезень показує стабільну позитивну динаміку. Під час ХІ міжнародного Чорноморського контейнерного саміту було зазначено, що оскільки обсяги контейнерних перевезень, перш за все, корелюються зі зростанням ВВП, яке того

року прогнозувалося на рівні 2%, то це могло б дати зростання контейнерних перевезень приблизно на 7-8%. Також експерти припускали можливість зростання перевезень на 10-15% у 2018 р. [2].

Під час II Міжнародної транспортної конференції «Інтегровані транспортні коридори Європа – Азія» і XI «Чорноморського контейнерного саміту» було відзначено, що за прогнозами Адміністрації морських портів України, вантажообіг контейнерів через порти України до 2025 р. при найбільш ймовірному сценарії може зрости на третину – до 756 тис. TEU (у 2016 р. обіг контейнерів склав 579,5 тис. TEU) [1]. Проте, не зважаючи на оптимістичні прогнози, спостерігаємо помітний спад обсягів TEU вже з 2018 р. До того ж, сьогоднішній процес доставки вантажів в контейнерах українськими ділянками міжнародних транспортних коридорів характеризується низькою конкурентоспроможністю і значно поступається за ефективністю доставки продукції морським шляхом.

Для залучення додаткового обсягу перевезень контейнеро-придатної продукції до транзитного сполучення України необхідна реалізація комплексної програми розвитку транспортного транзитного потенціалу країни [2]. Реалізація транзитного потенціалу України шляхом сприяння діяльності транспорту, а саме в сфері перевезень транзитних вантажів, в умовах кризи є рятівним варіантом не лише для транспортного сектора економіки. Згідно з висновками провідних світових експертів, Україна має найбільший в Європі показник транзитності (коефіцієнт – 3,75, у Польщі – 2,92), але використовує його не повною мірою. Крім того, транспортна стратегія України на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України [7].

Позитивний вплив на розвиток контейнерних перевезень в Україні мають справити наступні кроки: 1) підписання угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, що дасть можливість розвивати транспорту систему України; 2) створення Україною власної контейнерної системи та забезпечення ефективного її використання на ринку транспортних послуг (обумовить розширення транспортно-експедиторських та сервісних послуг на зовнішньому та внутрішньому ринках); 3) створення єдиного оператора контейнерних перевезень на території України, який би мав у своєму розпорядженні свій власний контейнерний парк. Не варто також залишати поза увагою вигідне географічне положення України, її позиція як держави-транзитера між сходом та заходом та бурхливий розвиток контейнерних перевезень вимагає відповідного аналізу для утримання позицій на ринку контейнерних перевезень та подальшого збільшення вантажопотоків.

#### Література

1. Вантажообіг контейнерів через українські порти до 2025 року може зрости на третину, – АМПУ. URL– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uspa.gov.ua/ru/pres-tsentr/novini/noviniampu/15649-vantazhoobig-kontejneriv-cherez-ukrajinski-porti-do-2025-roku-mozhezrosti-na-tretinu-ampu>

2. Гаверський В. В. Правове забезпечення контейнерних перевезень: сучасний стан та розвиток в Україні.// LEX PORTUS № 3 (5) 2017. С. 123-134

3. Збільшення контейнерних перевезень в Україні – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.trans.eu/ua/blog/transportna-haluz/ukraina-zbilshyla-kontejnerni-perevezennia/>

4. Контейнерні перевезення: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://revolution.allbest.ru/transport/00255948\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/transport/00255948_0.html)

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/vp/vp\\_u/arh\\_vp2018.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/vp/vp_u/arh_vp2018.html)

6. Транспортна стратегія України на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 20.10.2010 р. № 2174-р // Офіційний вісник України. 2010. № 92. Т. 2. Ст. 32-80.

7. Черноморський контейнерний самміт 2017. URL – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://summit.portsukraine.com>

*Іщенко М.В., Мирошник В.С.  
здобувачі вищої освіти  
Воронько-Невіднича Т.В.  
к.е.н., доцент  
Полтавська державна аграрна академія*

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У наш час головними особливостями ринку можна назвати його стрімку змінюваність, економічну нестабільність, загострення конкуренції внаслідок збільшення кількості підприємств будь-яких форм господарювання. Ці та інші чинники змушують учасників ринку слідкувати за змінами попиту та пропозиції, моніторити та оптимізувати собівартість продукції, підвищувати якість послуг тощо. При цьому вагомий внесок у боротьбу за споживача має підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Підприємницька діяльність ведеться в умовах ринку, в середовищі, яке передбачає змагання за ринки, товари й ресурси для ефективного їх виробництва. Суб'єкти господарювання – підприємства, у тому числі сільськогосподарські, взаємодіють у ринковій економічній системі для одержання прибутку. Економічні відносини підприємств побудовані на засадах конкуренції, тобто боротьби за ресурси й ринки, а забезпечувальним фактором у результативності цієї боротьби є конкурентоспроможність [4, с. 110].

Як зауважують дослідники, в Україні також присутня інноваційна модель підприємництва, яка передбачає активне використання будь-яких і насамперед нових управлінських рішень для підприємницької діяльності, особливо коли бракує власних природних ресурсів. Схема дій за цієї моделі підприємницької діяльності така: формулювання головної мети; вивчення зовнішнього середовища з метою пошуку альтернативних можливостей; порівняльна оцінка власних ресурсів і знайдених можливостей; пошук зовнішніх додаткових джерел

ресурсів; аналіз можливостей конкурентів; реалізація завдань згідно з вибраною концепцією. Для започаткування і тривалого здійснення підприємництва необхідні самі підприємці. Останніх небезпідставно вважають центральними особами у бізнесі. Перехід до інноваційної моделі підприємницької діяльності породжує нові її форми: венчурне підприємництво (бізнес); інжиніринг; лізинг; технопарки; торговельну мережу; франчайзинг та ін [3, с. 60].

Крім того, підприємницька діяльність сприяє прогресу внутрішньої конкуренції, збільшенню відкритості української економіки, створює механізми для підтримки постійного розвитку економіки країни. Слід зазначити, що підприємницький сектор є платформою не лише для економічного прогресу країни, а й соціального. Свою соціальну місію суб'єкти підприємницької діяльності здійснюють, відтворюючи робочі місця, забезпечуючи доходами робочу силу, здійснюючи відрахування до позабюджетних фондів з тим, щоб надати державі можливості виплати пенсій та соціальних допомог.

Наразі конкурентоспроможність є характеристикою різних об'єктів: товарів, фірм, галузей, регіонів, країн. Як підсумував І. Вініченко, нині в теоретичному плані слід розрізняти споживчу та виробничу конкурентоспроможність залежно від об'єкта її представлення в ринковій системі економічних відносин [1, с. 3].

Поняття «конкурентоспроможності» застосовується до різних об'єктів з урахуванням їх особливостей. Під конкурентоспроможністю галузі розуміють ефективність роботи окремих галузей національного господарства, що оцінюється, окрім традиційних критеріїв, за показниками, що характеризують і описують міру живучості та динамічності галузі при різних варіантах розвитку економіки даної країни і всього світу в цілому. Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, цінами, встановлюваними продавцями товарів; перевагами в гарантійному і післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку, коливання попиту [6].

Конкурентоспроможність визначає активне використання потенціалу підприємства, його здатності випередити конкурентів як в даний час, так і в майбутньому. Конкурентоспроможність не являється постійною характеристикою підприємства, тобто зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі. Можна вважати, що конкурентоспроможність підприємства – це поняття відносне, оскільки його можна визначити лише порівнявши окремі характеристики підприємства з характеристиками інших підприємств однієї галузі. Основні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, умовно можна розділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх факторів відносять: політичну ситуацію в державі, законодавчу базу, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, систему управління промисловістю, концентрацію виробництв.

Внутрішніми факторами є: система та методи управління фірмою, рівень технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, система довгострокового планування, орієнтація на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва [2].

Конкурентна боротьба підприємств на ринку здійснюється через ефективне використання ними комплексу своїх конкурентних переваг, рівень яких визначає поняття «конкурентоспроможності підприємства». На сьогодні відсутня єдина загальноприйнята методика визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства. Серед найбільш застосовуваних методів можна назвати метод, що базується на теорії ефективної конкуренції. Відповідно до теорії ефективної конкуренції, найбільш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб. В свою чергу на ефективність діяльності кожної зі служб впливає велика кількість факторів – ресурсів підприємства; а оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ними цих ресурсів. Конкурентоспроможність підприємства за цим методом може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства по відношенню до сукупності показників конкурентів. До узагальнюючих факторів конкурентоспроможності підприємства слід віднести такі: товар; положення підприємства на ринку (ємність ринку); можливості збуту товару; методи товароруху; виробничий потенціал підприємства та інші, які в свою чергу на нашу думку треба доповнити складовими індексу КРІ. Це дозволить в аналізі визначити рівень розвитку виробництва та відповідно і його конкурентоздатності [5].

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на сучасному етапі економічного розвитку є надзвичайно важливим, вкрай необхідним і безумовно, нагальним завданням України. Щоб стати конкурентоспроможними, вітчизняним підприємствам потрібні не тільки фінансові ресурси, але й передусім, політична воля. Насамперед, їм потрібно звільнитися від віджилих себе форм ведення господарської діяльності та змінити існуючу інституційну організацію виробництва. Прагнення до здобуття конкурентоспроможності демонструють не встановленням політичних зв'язків із владою та вибудовуванням на ринку перешкод для появи нових конкурентів, а, насамперед, використанням справді ринкових методів здобуття конкурентних переваг – активізацією інноваційної активності, оптимізацією системи управління та організації виробництва тощо [7, с. 7].

Загалом управління конкурентоспроможністю повинно охоплювати підвищення демократизації прийняття рішень, попередження та швидку ліквідацію негативних ситуацій, впровадження інноваційних технологій, підвищення кваліфікації персоналу та відстеження тенденцій ринку тощо.

#### Література

1. Вініченко І. І. Еволюція підходів у дослідженнях конкурентоспроможності. *Агросвіт*. 2012. № 8. С. 3–6.
2. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

3. Лук'янчук О., Капелюшна А. Види підприємницької діяльності: суть та особливості використання. *Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту* : зб. матеріалів доп. учасн. IV Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса, 2017. С. 60-62. URL: <https://economics.opu.ua/files/science/men/2017/60.pdf>.

4. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. No. 2. Pp. 97–114. URL: [www.are-journal.com](http://www.are-journal.com).

5. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах: колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Шарко М. В. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2016. 177 с.

6. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва та ін. К. : КНЕУ, 2006. 527 с.

7. Филюк Г. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. Київ, 2013. Вип. 10 (151). С. 5–8.

*Каменчукова Д.О.  
студентка*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»  
Абрамович Э.В.*

*старший преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

## **ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

В современных условиях для успешного функционирования организаций, достижения конкурентоспособности и платежеспособности достаточное внимание должно быть уделено системе финансового планирования.

Для многих организаций реального сектора экономики Республики Беларусь актуальна проблема формирования системы финансового планирования, что связано с изменением самого содержания финансового планирования и в рамках организаций, и в рамках финансовой системы государства.

Рассмотрим основные проблем, которые возникают при формировании и реализации системы финансового планирования в организациях.

1) Внедрение финансового планирования. Составление финансового плана не является сложным процессом, сложность состоит в реализации самого плана, так как они должны отражать в себе реальные экономические желания и возможности для их реализации.

2) Неорганизованность процесса планирования. Основными причинами данной проблемы являются: ориентированность не на конечные результаты деятельности, а на промежуточные; потеря информации и ее искажение при

передаче между функциональными отделами и подразделениями; длительные процедуры согласования и утверждения принятых решений.

3) Применение общепринятого стандарта, принципов и форматов финансового планирования, критериев их эффективности, методов контроля данного процесса для всех организаций без учета отдельных особенностей экономического региона, видов деятельности и т. д.

4) Нереальность финансовых планов, которая обусловлена необоснованностью и погрешностями в расчетах плановых показателей, что приводит к субъективности распределения финансовых ресурсов организации. Одной из ключевых причин этого факта является функциональная разобщенность подразделений и низкая квалификация работников, участвующих в составлении финансовых планов.

5) Низкая оперативность составления планов заключается в отсутствие четкой системы подготовки и передачи плановой информации между подразделениями и отделами, длительность процедур по повторному согласованию планов, а также недостаток и недостоверность информации.

6) Отсутствие последовательности операций, проходящей через все отделы, что приводит к существенному отставанию долгосрочных финансовых планов от краткосрочных.

7) Реализуемость планов зависит от обеспечения организации необходимыми финансовыми и материальными ресурсами, а также отсутствием дефицитов.

8) Комплексность финансовых планов. Финансовые планы должны составляться в разных видах и формах, что будет более удобно для всех пользователей, а не только руководителей. Необходимо применять инструменты факторного анализа для оценки возможных вариантов развития событий при изменении ключевых плановых показателей (выручка, цена, стоимость сырья и другие).

9) Длительный цикл планирования делает его малоприменимым для принятия быстрых (оперативных) управленческих решений;

10) Высокая трудоёмкость в процессе формирования плана. Процесс финансового планирования является трудоёмким и недостаточно предсказуемым. В условиях нестабильной экономики невозможно достоверно проводить анализ финансовой устойчивости предприятия к изменяющимся условиям хозяйствования.

11) Проблемы консолидации плана и контроля за его исполнением. Все действия персонала должны осуществляться в рамках исполнения финансового плана [1].

В условиях возрастания роли и значимости финансового планирования в современных условиях хозяйствования предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь необходимо предпринять ряд действий по улучшению данной системы:

– составление обоснованных финансовых планов, отражающих возможности организации путем привлечения специалистов разных



структурных подразделений организаций, внешних экспертов и консалтинговых фирм, которые помогут сделать планы реализуемыми или приведут доводы обратного;

- использование многовариантных расчетов и моделирование развития ситуаций с помощью составления пессимистического, реального и оптимистического планов;

- повышение оперативности управления, что позволит руководству реагировать на изменения внешней и внутренней среды вплоть до ежедневной оценки прогнозов выполнения планов;

- внедрение персональной ответственности за выполнение самого финансового плана и его отдельных элементов, что будет способствовать эффективной консолидации;

- внедрение системы контроллинга, которая является одним из современных способов повышения эффективности работы организации в условиях кризиса, позволит определить будущие цели, принципы и методы их достижения, а также будет способствовать решению проблем, возникающих в процессе работы организации;

- применение новых методов и информационных технологий, например, системы сбалансированных показателей, которая предполагает детализацию стратегических целей в области краткосрочного финансового планирования;

- применение зарубежного опыта системы финансового планирования в отечественных компаниях.

В зарубежных странах организация системы финансового планирования основывается на применении новых концепций и методик. К примеру, корпоративное финансовое планирование рассматривают как процесс, включающий в себя четыре цикла: цикл стратегического анализа; цикл прогнозирования принимаемых решений; операционный цикл; цикл бюджетирования. Также на сегодняшний день особое внимание уделяется внедрению концепции Beyond Budgeting (безбюджетное управление), стратегической форме методов финансового планирования, а именно системе сбалансированных показателей (ССП) и применению механизма моделирования, включающих в себя систему алгебраических уравнений (модель FINPLAN Уоррена-Шелтона), метод линейного программирования в модели Карлетона, модель планирования инвестиций Р. Спайса.

Преодоление вышеуказанных проблем возможно также с помощью соблюдения основных принципов, таких как, определение приоритетов, прогнозирование, обеспечение финансовой безопасности, оптимизации, координации и интеграции, контроль, непрерывность и документирование. Все они помогут избежать некоторых ошибок при внедрении системы [2].

Таким образом, для того, чтобы внедрение системы финансового планирования являлось действенным инструментом эффективной деятельности

организации необходимо начинать работу с выявления существующих проблем и факторов, которые ее сдерживают, вести контроль за выполнением процесса планирования и исполнением планов, так как это поможет решить задачи управления финансовыми ресурсами с наибольшей эффективностью.

#### Литература

1. Проблемы финансового планирования на предприятии, их причины и пути решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-finansovogo-planirovaniya-na-predpriyatii-ih-prichiny-i-puti-resheniya/viewer>. – Дата доступа: 12.01.2020.

2. Финансовое планирование как основа успешного управления в организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://docviewer.yandex.by/view/0/?page=1&\\*=QwY1BgVgSBH8kmS9ShTuMpy8MjR7InVybCI6Imh0d](https://docviewer.yandex.by/view/0/?page=1&*=QwY1BgVgSBH8kmS9ShTuMpy8MjR7InVybCI6Imh0d). – Дата доступа: 12.01.2020.

*Каминская А.В.*

*Дыдышко Ж.Л.*

*Барановичский Государственный Университет*

## ОБЗОР ПРОДУКТОВ BUSINESS INTELLIGENCE

На сегодняшний день появилось несколько принципиально новых для бизнеса терминов – Data Mining, Big Data, Business Intelligence. Все они заключаются в работе с гигантскими объемами данных, которые стали появляться в больших количествах в условиях объединения мира через сеть Интернет и развития цифровой экономики. Все три термина выходят на передний край развития информационных технологий; предприятие, использующее их в ведении бизнеса, получает серьезное конкурентное преимущество.

Тема данной статьи высоко актуальна, в связи с высокой скоростью цифровизации всех сфер жизни современного общества и благодаря недавнему Декрету Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. №8 «О развитии цифровой экономики» [1].

В данной статье будет рассмотрен термин Business Intelligence и программные продукты на основе его концепции. Но, для начала, нужно понять различия между этими тремя нововведениями.

Data Mining и Big Data заключаются в аналитической обработке массивов данных. При помощи данных методов из большого количества информации можно получить неожиданную, до этого неизвестную, но полезную информацию, выявить неочевидные взаимосвязи. Но все программные продукты, построенные на идеях Data Mining и Big Data, работают с уже подготовленной информацией, собранной в один массив. Важно понимать, что, не смотря на все усилия предприятий по стандартизации, никогда не получится заставить всех подрядчиков, сотрудников предоставлять однотипную информацию в одном, едином формате. И если на сотрудников и подрядчиков можно оказать какое-то влияние, любое предприятие желает получать

аналитические данные и о своих конкурентах, которые совершенно определённо не будут облегчать сбор данных своим соперникам по рынку. В результате, при желании анализа собранных массивов данных, бизнес сталкивается с разными форматами таблиц, содержащих однотипные данные, пример можно увидеть на Рис. 1, и даже с файлами разных расширений, использующих разное программное обеспечение для чтения и редактирования [2, с.3]

Для решения задачи приведения необработанных данных в читаемый машинный формат, для последующего их анализа инструментами Data Mining, и существуют программы Business Intelligence (BI). Вкратце, цель BI – очистка, преобразование и консолидация данных.

Отчет первого магазина

Товар	Количество	Примечания
Бум Тул	100 шт.	Договор 100500
Кока-кола литровая	84 шт.	Закупить ещё
Кока-кола полу-литровая	12 шт.	-
Щетки зуб	145 шт.	-
Прочее	134 шт.	-

Отчет второго магазина

Продукция	Кол-во	Комментарии
Бумага туалетная		105 Обсудить скидки
Соса-cola 1л		14 Нет
Соса-cola 0.5л		12 Нет
Зубные щётки		54 Нет
Другое		42 Разобрать

Отчет третьего магазина

Изделие	Продано	Примечание
Туалетная бумага	49 рулонов	Закупить двуслойные
Кола литровая	14 бутылок	Обсудить опт
Кола поллитра	12 бутылок	
Щетка зубная	54 упаковок	
Остальное	42 штук	

Рис. 1 «Сырые» входные данные

*Примечание:* Источник – собственная разработка

Выходным результатом – очищенными данными из таблиц, приведенных на Рисунке 1 является таблица на Рисунке 2

Сводная таблица

Товар	Магазин 1	Магазин 2	Магазин 3
Туалетная бумага	100	105	49
Кола 1л	84	14	14
Кола 0.5 л	12	12	12
Зубные щётки	145	54	54
Прочее	134	42	42

Аналитика по сводным данным

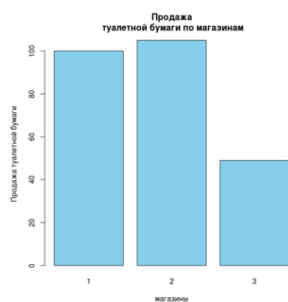


Рис. 2 результат обработки входных данных BI системой

*Примечание:* Источник – собственная разработка

Аналитический график – результат прохождения очищенных данных через инструменты Data Mining. На основе аналитически по сводным данным человек, принимающий решения о деятельности предприятия, решает, как компании нужно изменить свою бизнес-стратегию, какие действия предпринимать в отношении конкурентов и ситуации на рынке.

Современные программные продукты содержат в себе инструменты и BI и Data Mining. В данной статье будут рассмотрены три наиболее популярных BI-инструмента. Их главная задача не просто подготовка данных к анализу, но и создание дашборда, основного источника информации о компании. Можно провести аналогию: если ваш бизнес — это машина, то дашборд – ее приборная панель, на основании которой можно принимать решения о дальнейшем поведении компании [3, с.4]

Tableau — данная BI система нацелена на облачные источники данных, и способна подключиться практически к любому облачному сервису хранения информации. Данная система обладает широким функционалом, но среди трех наиболее популярных обладает наиболее понятным и простым интерфейсом. Также, она поддерживает мобильные платформы.

Power BI — инструмент бизнес-аналитики от компании Microsoft, как следствие, программа глубоко интегрирована в операционную систему Windows и все продукты Microsoft Office. Кроме того, программа обладает открытым API, значит, ее можно вручную интегрировать в любое другое приложение. Также сервис работает в реальном времени и постоянно показывает актуальную информацию. К сожалению, его функционал ограничен, относительно остальных наиболее используемых программ.

Qlik — обладает уникальным методом анализа входящих данных, который можно выполнять в оперативной памяти компьютера, а не на удаленных серверах. Также это одна из наиболее защищенных программ на рынке. Остальные программы предлагают набор шаблонов для визуализации исходящих данных; Qlik оснащена библиотеками визуализации, при помощи которых можно с нуля настроить интерфейс дашборда. Qlik оснащена самым широким функционалом, но трудным для понимания интерфейсом.

#### Литература

1. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]: Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 №8. // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 27.12.2017. — 1/17415.

2. Петров Е.П. Business Intelligence: просто о сложном [Электронный ресурс] // КЭ. 2010. №10. 13.01.2020. Режим доступа – <https://cyberleninka.ru/article/n/business-intelligence-prosto-o-slozhnom>.

3. Харченко А. Ю. Интеллектуальное ведение и сопровождение бизнеса - Business Intelligence [Электронный ресурс] // Вопросы науки и образования. 13.01.2020. Режим доступа – <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnoe-vedenie-i-soprovozhdenie-biznesa-business-intelligence>.

*Карамушко А.С.*  
*студентка факультету менеджменту*  
*Запорізький національний університет*  
*Павлюк Т.С.*  
*к. е.н., доцент*  
*Запорізький національний університет*

## **ПОНЯТТЯ ТА УПРАВЛІННЯ СКЛАДСЬКОЮ ЛОГІСТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сучасного розвитку світової економіки організація логістичних процесів на підприємстві неможлива без постійного удосконалення, що зумовлює збільшення потреб компаній у складах, на яких забезпечене приймання, накопичення, розміщення та зберігання різноманітних запасів, матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва та готової продукції.

У сучасній літературі зустрічається багато визначень щодо поняття терміну «склад». Основні визначення поняття відображені у табл.1.

Таблиця 1

### Теоретичне визначення поняття склад

Тлумачення поняття «склад»	Автор визначення
Склад – це ланка логістичного процесу, організаційно-функціональна структура, що здійснює складування матеріальних благ (запасів), які тимчасово вилучені з ужитку, розпоряджається для цього простором, а також технічними засобами, які призначені для руху запасів, їх обслуговування, а також підтримування певного стану запасів	Є.В. Крикавський
Склад – це нежитлове приміщення, призначене для зберігання сировини, продукції, товарів та інших вантажів, що забезпечує дотримання необхідних умов зберігання та оснащене обладнанням для зберігання та зручними для розвантаження-навантаження конструкціями та спорудами.	Міжнародна консалтингова компанія Knight Frank
Склади – це будівлі, споруди та різноманітні пристрої, призначені для приймання, розміщення і зберігання, часткової переробки і пакування товарів, які надійшли до них, підготовки їх до споживання і реалізації споживачам	А.М. Гаджинський

Склад – це складна технічна споруда, яка складається із взаємопов’язаних елементів, що має певну структуру та виконує ряд функцій з перетворення матеріальних потоків, а також накопичення, переробки та розподілу вантажів між споживачами.	Б.О. Анікін
--	-------------

Формування основних функцій та вимог щодо складської системи відбуваються на рівні логістичних ланцюгів. Заради досягнення високого рівня рентабельності потрібно розглянути склад як інтегровану складову логістичного ланцюга. Складська логістика стає рентабельною лише за умов особливого підходу до її створення, з урахуванням усіх факторів впливу. Для цього підприємство має розуміти та визначати чіткі функції.

Основними функціями складів є:

- перетворення виробничого процесу в споживчий відповідно до попиту;
- складування та зберігання;
- унітизація та транспортування вантажів;
- надання послуг, що передбачає операції з інформаційного забезпечення складу та контролю за виконанням замовлень;
- операції з надання різних послуг, що забезпечують високий рівень обслуговування споживачів.

Розуміння функції складів дає можливість трактувати зміст складської діяльності- це діяльність, яка полягає у здійсненні операцій із зберігання, переробки та відвантаження матеріальних цінностей, забезпечення взаємозв’язку роботи складу зі службами, які забезпечують постачання, транспортування та відправлення матеріальних цінностей зі складу, а також утримання в належному стані складських приміщень та обладнання.

Для вибору певної системи складування необхідно здійснити наступні дії:

- 1) визначити функціональну мету створення складської мережі;
- 2) визначити загальну спрямованість складської системи, а також конструктивних особливостей складських приміщень;
- 3) визначити елементи кожної підсистеми складування, тобто узгодження технічних можливостей приміщення, призначеного під складування;
- 4) розроблення різних комбінацій елементів системи складування з урахуванням їх сумісності;
- 5) проведення техніко-економічної оцінки кожного конкурентоздатного варіанта організації системи складування на основі аналізу показників ефективності використання складських площ й об’ємів і величини наведених загальних логістичних витрат;
- 6) вибір раціонального варіанта системи складування.

Склад є частиною логістичного ланцюга, який у свою чергу формує основні та технічні вимоги до складської системи, встановлює цілі та критерії її оптимального функціонування. Основні показники роботи складу діляться на 2 групи: ті показники, що характеризують інтенсивність роботи складу (матеріалопотік, вантажооборот) та ті, що характеризують ефективність

використання складських приміщень (коефіцієнт використання вантажної площі складу, вантажонапруженість складу).

Як висновок, можна сказати, що значення складського господарства для суб'єктів господарювання визначено, що наявність складів є необхідною запорукою для проведення нормальної господарської діяльності. Управління складом є складним процесом, ефективно керувати яким намагаються за допомогою таких показників, як показники складських витрат, використання складської поверхні.

#### Література

1. Качуровський В. Є. Логістика : конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання. Вінниця : ВВ ВНАУ, 2010. – 144 с.
2. Крикавський Є.В. Логістика для економістів: підручник. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2004. - 448 с.
3. Шкодін О.С. Стан сучасного ринку складської нерухомості. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Логістика. Львів, 2008. № 623. С. 279–274. URL : [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008\\_623/40.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008_623/40.pdf) (дата звернення 12.11.2019)
4. Солодка О. В. Логістичний та операційний менеджмент: взаємозв'язок та субординація /О.В. Солодка. - Вісник національного університету. Логістика. Львів : «Львівська політехніка», 2008, №623. - С. 242-249.
5. Тюріна Н. М. Логістика [Текст]: Навч. посіб. / Н. М.Тюріна, І. В. Гой, І. В. Бабій. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. – 392 с.

*Карпенко О.О.*

*д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування*

*Державний університет інфраструктури та технологій*

*Донецький Я.О.*

*здобувач першого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти*

*Державний університет інфраструктури та технологій*

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРСЬКИХ ПОРТІВ УКРАЇНИ**

Аналіз найважливіших проблем функціонування різних видів транспорту, які вимагають невідкладного розв'язання, свідчить про їх масштабність, складність і важливість для загального розвитку економіки України. Водночас їх реалізація потребує великих інвестицій і непростих управлінських рішень. Одним з таких видів транспорту є морський транспорт. Він є порівняно дешевим і відіграє надзвичайно важливу роль у формуванні зовнішньоекономічних зв'язків України, особливо з країнами далекого зарубіжжя.

Конкурентоспроможність є однією з основних категорій, що широко використовується в теорії та практиці економічних наук, багатоаспектним

поняттям, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьба за досягнення найкращих результатів [1, с. 28].

Виділяють три основні рівні, на яких здійснюється управління конкурентоспроможністю (табл. 1).

Таблиця 1. Рівні управління конкурентоспроможністю

Макрорівень	управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств
Мезорівень	управління конкурентоспроможністю галузей, кластерів
Макрорівень	конкурентоспроможністю територій, регіонів, країн

Джерело: складено на основі [2].

Дослідження конкурентоспроможності країни, підтримання її високого рівня на сучасному етапі розвитку набуває кардинально нового змісту. Визначаючи конкурентоспроможність як набір інститутів, політичних заходів і чинників, що визначають рівень продуктивності країни, Всесвітній економічний форум (WFI) розраховує Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI), який складається з 113 змінних, котрі, в свою чергу, об'єднані в 12 контрольних показників, які визначають конкурентоспроможність країни [3]. Динаміка індексу GCI України та кількості країн наведена у табл. 2.

Таблиця 2. Динаміка індексу GCI

Показники	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Індекс GCI України	73	84	76	79	85	81	83	85
Всього країн	144	148	144	140	138	137	140	141

Джерело: складено на основі [3].

Україна в 2019 році втратила дві позиції в Індексі глобальної конкурентоспроможності й опустилася на 85-те місце з 141 країни. Так, для України, необхідною є зміна пріоритетів національного економічного розвитку в глобальній конкуренції та традиційного набору чинників, здатних забезпечити конкурентні переваги України довгостроковій перспективі.

На сучасному етапі розвитку України особливого значення набуває фактор утвердження її як дієздатної морської держави.

Морський транспортний комплекс є багатофункціональною структурою, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні, сприяє розвитку міжнародної торгівлі та реалізує зобов'язання України як морської держави. Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави з огляду на їх розташування на шляхах міжнародних транспортних коридорів. Від ефективності функціонування морських портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності системи управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку [4].

Конкурентоспроможність морських портів залежить від багатьох взаємопов'язаних чинників макро- і мікроекономічного середовища (сила конкуренції, ринкова інфраструктура, менеджмент підприємств тощо),



відсутність гармонійного впливу на які в системі державного регулювання унеможлиблює отримання ефекту синергії. Морський порт є складною системою, стан та розвиток якої залежить від характеру та інтенсивності протікання різних економічних процесів, дії багатьох факторів як внутрішніх, так і зовнішніх. Отже, для адекватного описання та оцінки рівня конкурентних переваг морського порту необхідно застосовувати сукупність показників, які можуть характеризувати порт, що аналізується, за різними аспектами його функціонування [5].

У глобальному рейтингу конкурентоспроможності за 2019 р. (WEF) наша країна за ефективністю роботи морських портів посіла 78 місце зі 141 [6]. Динаміка конкурентоспроможності України загалом, а також портів наведена на рис. 1.

Як видно, порти України в 2019 році втратили одну позицію в Індексі глобальної конкурентоспроможності й опустилася на 78-те місце з 141 країни.

Рівень конкурентоспроможності порту є комплексним показником, оцінити який можливо лише з використанням методики багатовимірного вимірювання та побудови відповідної інтегральних оцінок.

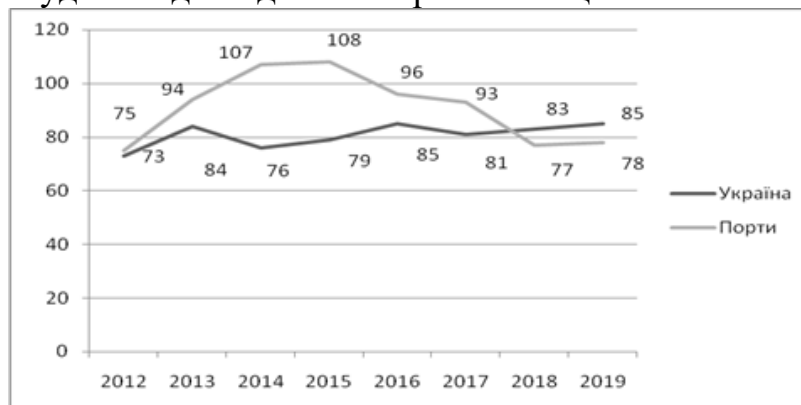


Рис. 1. Місце в рейтингу конкурентоспроможності  
Джерело: побудовано за даними [6].

Конкурентними перевагами портової галузі України є: вигідне географічне розташування морських портів на перетині транспортних коридорів морських портів для забезпечення транзитних вантажопотоків у напрямку Європи, Азії та Близького Сходу; близькість морських портів до центрів споживання і виробництва продукції та формування масових вантажів; наявність вільних територій для перспективного розвитку морських портів; - наявність глибоководних підходів та достатніх потужностей з обробки та зберігання вантажів широкої номенклатури в режимах експорту, імпорту, транзиту і каботажу; пряме залізничне сполучення із сусідніми країнами; наявність нормативно-правової бази щодо можливості залучення приватних інвестицій для розвитку портової галузі; наявність кваліфікованих спеціалістів та робітників портової галузі.

Щоб підвищити конкурентоспроможність морських портів потрібно впливати на три основні складові: інфраструктуру, ефективність управління (на державному та локальних рівнях), а також законодавче поле, яке може як стримувати, так і давати поштовх для розвитку галузі.

Реалізація концепції конкурентоспроможного розвитку морських портів України вимагає постійного моніторингу детермінант внутрішнього та зовнішнього середовища із застосуванням науково обґрунтованих підходів з метою найбільш повного використання наявних можливостей і переваг для забезпечення постійного зростання якості послуг, що надаються підприємствами портової галузі. Зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних морських портів дозволить Україні на належному рівні конкурувати з іншими державами на світовому ринку, а отже, сприятиме розвитку усієї транспортної галузі і підвищенню конкурентоспроможності економіки України в цілому.

#### Література

1. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.

2. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства / Ю. М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - № 4. - С. 274-282.

3. Україна опустилася на 85-те місце в щорічному рейтингу конкурентоспроможності WEF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/617843.html>

4. Про затвердження Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11 липня 2013 р. № 548-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-%D1%80#n11>

5. Шемаєв В.В. Стратегічні пріоритети розвитку морських портів України. /В.В. Шемаєв/ Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільнодорожнього університету. – №3 (18), том 2 – 2017. – Харків: ХНАДУ, – С. 9-18.

6. «Морський» інвестор для України, або як інтегрувати країну в транс'європейську транспортну мережу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/morske-pravo/morskiy-investor-dlya-ukrayini-abo-yak-integrivati-krayinu-v-transevropeysku-transportnu-merezhu.html>

*Карпович Н. В.*

*к.э.н.*

*Глушаков, Д. С.*

*м.э.н.*

*ГП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси», Республика Беларусь, г. Минск*

## **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКСПОРТА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ БЕЛАРУСИ**

Расширение и придание разнообразия внешним экспортным поставкам является одним из главных приоритетов политики государства, а от эффективной реализации экспортного потенциала напрямую зависит его экономический рост.

Вопросы развития экспорта нашли отражение в основных программных документах страны: Национальная программа «Поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 годы»; Государственная программа «Развитие аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы»; Директива Президента Республики Беларусь «О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства»; Доктрина национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года. Практика свидетельствует, что эффективная диверсификация внешних поставок страны, а так же наращивание экспортного потенциала не возможно без вмешательства государства и применения мер и инструментов, содействующих экспорту [1].

Институциональную основу составляют ряд компетентных государственных органов и специализированных институтов поддержки [2]. Так Министерство иностранных дел осуществляет Координация внешнеэкономической и политической деятельности страны, проведение государственной политики в области внешних связей, координация развития ТПС за рубежом и содействие национальным предприятиям в экспорте через систему диппредставительств РБ;

Министерство сельского хозяйства и продовольствия координирует развитие товаропроводящих сетей за рубежом для эффективного осуществления экспортной деятельности, создание необходимых условий для наращивания объемов внешних поставок и увеличение их конкурентоспособности. В ведомство министерства входит экспортная компания ЗАО «Мясо-молочная компания»; Белорусское республиканское унитарное предприятие экспортно-импортного страхования (БРУПЭИС) Белэксимгарант» специализируется на страховании экспортных рисков с привлечением необходимых сумм для выплат из государственного бюджета, решение по данным выплатам коммерческим банкам принимают Правительство РБ или Министерство финансов ОАО «Промагролизинг» занимается созданием и реализацией эффективного механизма международного лизинга и продвижение продукции, произведенной в Республике Беларусь, на внешний рынок на условиях лизинга. Основными целями являются: продвижение и наращивание экспортных поставок отечественной техники и иных средств производства за рубеж на условиях лизинга. Так же данная организация предоставляет в лизинг технику в рамках реализации государственных программ.

Информационное республиканское унитарное предприятие (ИРНП) «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» осуществляет информационную и маркетинговую поддержку в развитии внешней торговли и продвижения товаров. Работа центра ведется в таких направлениях как: маркетинговые исследования, международное сотрудничество, издательская деятельность портал Export.by;

Белорусская торгово-промышленная палата выполняет комплексное и многоплановое содействие развитию экспорта и увеличению его объема, путем распространения коммерческих предложений, поиска бизнес-партнеров, заключения внешнеэкономических контрактов;

Так же содействие в развитии экспорта оказывают: Правительство Республики Беларусь, Совет министров Беларуси, Межведомственный совет по внешнеторговой политике; межправительственные комиссии и советы делового сотрудничества с зарубежными странами.

Следует отметить, что ряд государственных институтов поддержки экспорта оказывают услуги участникам внешнеэкономической деятельности на платной основе. Например, Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен, который является структурой МИДа, оказывает услуги на договорной основе согласно прейскуранту (консультации, маркетинговые исследования, организация участия в выставках).

Банк развития Республики Беларусь – это единственный финансовый институт, предоставляющий экспортные кредиты с поддержкой государства для нерезидентов согласно перечню, а «Белэксимгарант» является государственной структурой, обладающей исключительным правом на страхование экспортных рисков при поддержке государства. На эти цели в республиканском бюджете предусмотрено финансирование в пределах, устанавливаемых на каждый год лимитов. На 2019 г. предельный размер обязательств по договорам страхования экспортных рисков с поддержкой государства установлен на уровне 1,9 млрд долл. США; на такую же сумму определены бюджетные ссуды для выплаты (при необходимости) страховых возмещений. Средства на компенсацию потерь банкам от предоставления экспортных кредитов и экспортного факторинга находятся на уровне 33,5 млн руб. [3]. Так, к основным мерам и инструментам поддержки экспорта в Беларуси относятся: предоставление экспортных кредитов; страхование экспортных рисков с поддержкой государства; предоставление бюджетных ссуд для выплаты страховых возмещений по договорам страхования экспортных рисков с поддержкой государства; применение срока завершения внешнеторговой операции в течение 180 дней, в отличие от импортной (90 дней); информационно-маркетинговая поддержка внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий и организаций (рис. 1).

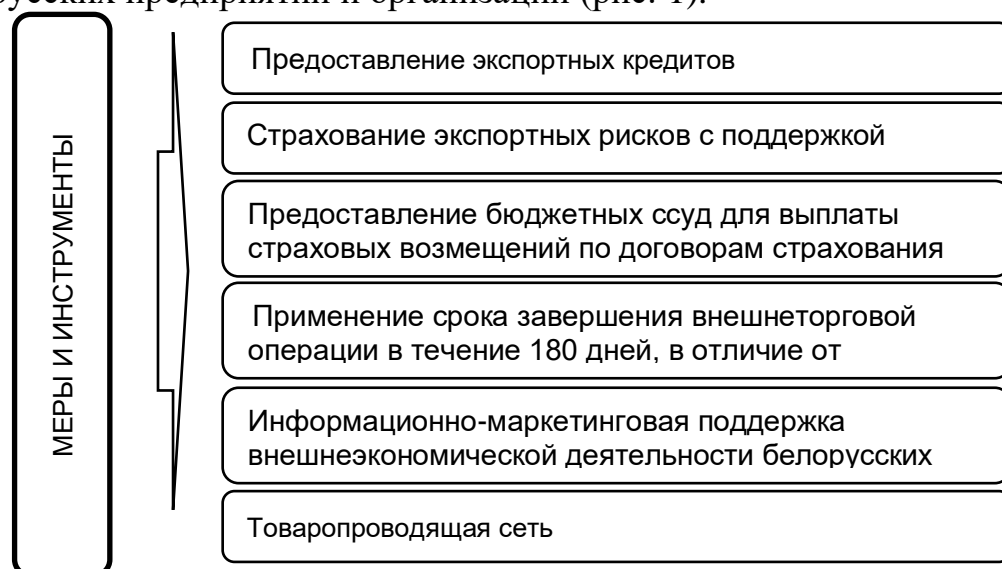


Рис.1 Основные меры и инструменты диверсификации экспорта в Республике Беларусь

Применение вышеперечисленных мер способствует повышению сбалансированности, устойчивости и эффективности внешней торговли, обеспечивает диверсификацию экспортных поставок по географической и товарной направленности.

Таким образом, в Республике Беларусь механизмам поддержки экспорта уделяется повышенное внимание, так как экспорт является одним из основных приоритетов развития экономики. Система стимулирования и поддержки экспорта постоянно развивается и совершенствуется, создаются условия для введения новых эффективных механизмов. Сформирована институциональная и законодательная база, регулирующая механизм поддержки экспорта. Принят ряд программных документов, целью которых является наращивание и эффективная реализация экспортного потенциала, его товарная и географическая диверсификация.

#### Литература

1. Обзор национальных программ и стратегий поддержки экспорта сельскохозяйственных товаров в постсоветских странах. – Рим. ФАО, 2018. – 71 стр.

2. Сводный обзор о мерах и механизмах поддержки экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия, применяемых в государствах-членах Евразийского экономического союза и ведущих странах-экспортерах сельскохозяйственной продукции и продовольствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom\\_i\\_agroprom/dep\\_agroprom/export/Documents/Сводный%20обзор%20о%20мерах%20и%20механизмах%20поддержки%20экспорта%202018.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_agroprom/export/Documents/Сводный%20обзор%20о%20мерах%20и%20механизмах%20поддержки%20экспорта%202018.pdf) – Дата доступа: 09.09.2019.

3. Жишкевич, А.К. Поддержка экспорта Банком развития [Электронный ресурс] / «Кастрычніцкі эканамічны форум – 2019». – Минск, 2019. – Режим доступа: [http://kef.by/upload/iblock/310/day2\\_panell\\_Zhishkevich.pdf](http://kef.by/upload/iblock/310/day2_panell_Zhishkevich.pdf). – Дата доступа: 15.11.2019.

*Карпович Н. В.*

*к.э.н.*

*Макуценья Е. П.*

*ГП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси», Республика Беларусь, г. Минск*

## **ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ РИСКИ И БАРЬЕРЫ МИРОВОГО АГРАРНОГО РЫНКА: СУЩНОСТЬ И МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Предприятия и другие субъекты хозяйствования любой страны, осуществляющие внешнеторговую деятельность, сталкиваются с большим количеством рисков, а турбулентность современной экономики, выражающаяся в крайней степени нестабильности, увеличивает степень их влияния. Белорусские экспортеры также испытывают трудности, обусловленные не только недостаточным уровнем ценовой конкурентоспособности отечественной

продукции на мировом рынке, но и сложившейся в международной практике системой регулирования внешнеторговых операций.

В экономической теории под риском понимается чрезвычайно широкий спектр как достаточно определенных с точки зрения их финансовых последствий событий, так и событий, лишь косвенно отражающихся на денежных потоках. В классической интерпретации риск отождествлялся только с математическим ожиданием потерь, которые могут произойти в результате реализации запланированного действия. Риск рассматривается как ущерб, который наносится в результате осуществления той или иной операции [3]. В основу неоклассической теории риска положено утверждение о риске как об амплитуде колебаний возможной прибыли. В количественном отношении неопределенность подразумевает возможность отклонения результата от ожидаемого значения [1, 3]. Эта теория получила свое дальнейшее развитие и выразилась в наличии точки зрения, согласно которой риск определяется как потенциальная угроза отклонения от цели, ради достижения которой предпринималось то или иное действие.

Практика свидетельствует, что риск – категория воспроизводства, всех его этапов – от покупки необходимых средств производства до изготовления товаров и их реализации, в том числе на внешний рынок. Изучение мнений отечественных и зарубежных ученых свидетельствует, что внешнеторговый риск в макроэкономическом контексте – это система экономических отношений по реализации способности экспортера эффективно использовать элемент неопределенности в процессе реализации товаров на международном рынке для получения экспортного дохода; в микроэкономическом – это потери экспортером части своих ресурсов, недополучение экспортного дохода или появление дополнительных затрат в результате осуществления внешнеэкономической деятельности [1, 2].

Внешнеторговые риски связаны с тем, что операции осуществляются в партнерстве с зарубежными контрагентами, чья деятельность предопределяется особенностями внешней среды их стран. При этом, кроме культурных различий, различий в государственном устройстве, законодательстве, финансовых механизмах, источниках информации и др. могут иметь место и другие сложности, такие как дополнительные транзакционные издержки, дискриминационное налогообложение, различные санкции, запреты и ограничения. Вовлеченность стран в международный обмен, с одной стороны, позволяет использовать преимущества международного разделения труда, с другой – высокий уровень взаимозависимости делает страну уязвимой к циклическим колебаниям конъюнктуры международных рынков, включая инфляцию, скачки валютных курсов. Поэтому риски оказывают влияние даже на экономически развитые страны [1, 4].

Различные варианты классификации внешнеторговых рисков строятся на базисных экономических принципах, обуславливающих различное отношение к некоему результату, который воспринимается как риск. К таким принципам относятся: свобода потребительского выбора, профессиональной деятельности и предпринимательства; рациональное поведение всех участников рынка;

максимизация усилий общества на такой организации экономической среды, при которой все субъекты рынка стремятся к эффективному использованию ограниченных ресурсов. На рисунке 1 представлена систематизированная и уточненная классификация внешнеторговых рисков.

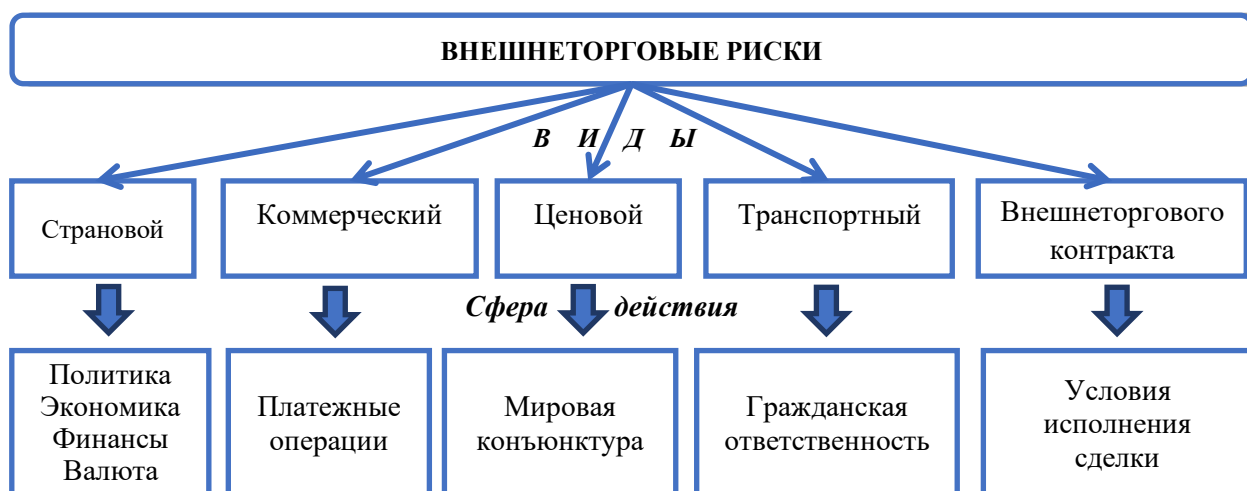


Рисунок 1 – Виды и сфера действия внешнеторговых рисков

Представленный структурный состав подтверждает комплексный и многоуровневый характер рисков, требующих дифференцированного подхода при изучении их предпосылок и прогнозировании. По оценкам, в настоящий период только 55 % прибыли от ВЭД компании-экспортеры получают за счет безрисковых торговых операций гарантированной суммы экспортной выручки. При этом 25 % приходится на наиболее рискованные экспортно-импортные сделки и 20 % – на операции среднего и низкого уровня риска.

Республика Беларусь в обновленной классификации страновых кредитных рисков ОЭСР от 18.10.2019 г. находится в шестой группе. Стоит отметить, что позиция республики в 2018 г. улучшилась впервые с 1999 г. – на протяжении 19 лет с момента первой оценки Беларусь неизменно была представлена в группе стран с самым высоким, седьмым, уровнем риска. Перевод в шестую группу позволит Беларуси сократить размеры страховых премий по экспортным кредитам, предоставляемым иностранными банками белорусским предприятиям-импортерам, что, в свою очередь снизит для них, стоимость кредитных ресурсов.

Однако, при выходе на международные рынки на экспортеры должны учитывать не только потенциальные последствия разнообразных рисков, но и существующие на этих рынках торговые барьеры – ограничения свободного обмена товарами и услугами между странами через механизмы таможенно-тарифного и нетарифного регулирования. Именно торговые барьеры во многом определяют возможности страновой и товарной диверсификации экспорта (рис. 2).

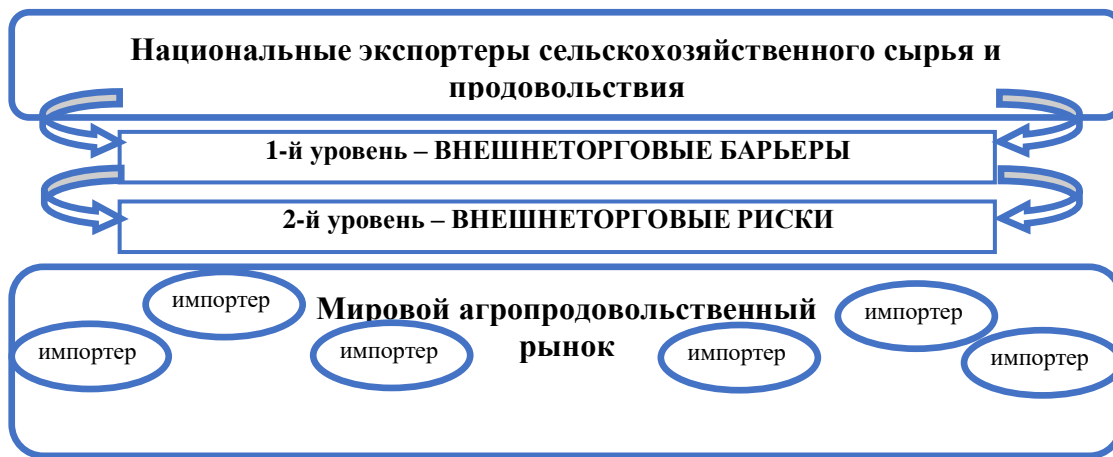


Рисунок 2 – Структурно-логическая взаимосвязь рисков и барьеров в мировой торговле агропродовольственными товарами

Важно учитывать то обстоятельство, что если внешнеторговые барьеры на пути экспорта в какую-либо страну являются весьма затруднительными для их преодоления продавцом, то внешнеторговые риски на рынке данной страны практически не окажут никакого влияния на принятие решения о развитии торговли в данном географическом направлении.

#### Литература

1. Гулиева, М. С. Характер рисков в международной торговле и механизмы их предотвращения: автореф. дис ... канд. экон. наук: 08.00.14 / М. С. Гулиева; ФГБОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет». – М., 2011. – 25 с.
2. Евтеев, А. М. Системное управление рисками во внешнеэкономической деятельности / А. М. Евтеев // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ». – 2006. – № 1. – С. 94-101.
3. Ильинова, В.В. Управление рисками в экспортной сфере / В. В. Ильинова // Журнал научных и прикладных исследований. – 2016. – № 4-2. – С. 65-68.

*Катасонов Д.О.*  
студент факультету менеджменту  
Запорізький національний університет  
*Онищенко О.А.*  
к.держ.упр., доцент  
Запорізький національний університет

## РОЗВИТОК ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА, ЩО ЗМІНЮЄТЬСЯ

Сучасні інструменти реалізації менеджменту, логістики і підприємництва вимагають постійного оновлення через мінливість підходів до управління в



організаціях. Для успіху підприємства, потрібно: чітке планування цілей, методи і стратегії їх досягнення, послідовно збудовані пріоритети, а також грамотний набір персоналу, в тому числі менеджерів, здатних адаптуватися до різних новацій в будь-якій сфері діяльності для максимально ефективного управління і досягнення мети в конкретній галузі функціонування та цілій системі організації загалом.

Менеджер повинен дотримуватися структури адміністративної та підприємницької діяльності, його діяльність в першу чергу проявляється у вмінні оперувати механізмами дослідження зовнішніх і внутрішніх факторів, а також у самоорганізації власних дій по відношенню до всіх аспектів організації. Також не варто забувати про постійний аналіз всіх процесів як зовні так і всередині організації для пошуку і оптимального вирішення проблем, як тих що тільки зароджуються, так і постійно існуючих з метою успішного функціонування організації.

Сучасні умови створюють нові виклики для менеджерів і бізнесменів, викликаючи більш важку напруженість їх праці, вміння цінувати час і капітал, необхідність володіти комплексом організаційних і психологічних якостей, привносити елемент творчості в роботу [1]. Половина успіху будь-якого бізнесу залежить від правильного формування організаційної структури підприємства, і оскільки кожна організація повинна мати перед собою цілі – як комерційні так і суспільно корисні – проектування своєї організаційної структури вона повинна проводити у відповідність з ними.

Слідом за проектуванням організаційної структури, підприємство повинно розробляти свою особисту стратегію, яка зможе максимально ефективно реалізувати наперед задані цілі для організації і створити для неї концепцію подальшого розвитку.

Розглядаючи основні інструменти логістики, необхідно зазначити, що логістика на підприємстві є нічим іншим як логістичним менеджментом і заснована вона на п'яти основних законах: системного підходу; пріоритету побудови цілей; ефективного управління матеріалами і персоналом; єдності матеріальної і інформаційної логістики; використання електронних технологій (що в наш час набирає великий оборот). Логістика є інструментом зниження сукупних витрат на виробництво і рух товару, збільшення швидкості на проходження матеріального потоку через підприємство.

Одним із найбільш дієвих інструментів сучасної логістики є аутсорсинг. Наприклад, транспортний аутсорсинг, послуги якого пропонуються найбільшим перевізником в Україні – компанією «Нова пошта», яка є прикладом успішної поштово-логістичної компанії в нашій країні. Аутсорсинг логістики став ключовою відмінністю компанії, що дозволило їй вигідно відрізнитися від конкурентів. Сьогодні у всьому світі аутсорсинг є значущою частиною процесу управління великої кількості підприємств великого та малого бізнесу. Розподіл окремих функцій, а іноді і цілих напрямків управління, дозволяє компаніям сконцентруватися на своїй основній меті діяльності і допомагає знизити операційні витрати.

Також доцільно звернути увагу на відому концепцію управління виробництвом, розроблену в корпорації Motorola в 1986 році: принцип управління якістю «Шість сигм» – свого часу революційна методика якісної настройки комерційних підприємств і бізнес-проектів, що застосовується з метою мінімізації ймовірності виникнення різноманітних проблем в управлінській діяльності. Метод ґрунтується на шести базових принципах: щирий інтерес до клієнта; управління на основі даних і фактів; орієнтованість на процес, управління процесом і вдосконалення процесу; про-активне управління; співпраця без кордонів (прозорість бар'єрів між підприємствами); прагнення до досконалості, поблажливості до невдач. При реалізації проектів за даним принципом використовується наступна послідовність етапів – виявлення, вимірювання, аналіз, вдосконалення, контроль, але також слід приділити увагу кільком важливим етапам: визначення цілей проекту і запитів споживачів (внутрішніх і зовнішніх); вимір процесу для визначення поточного виконання; аналіз і визначення корінних причин дефектів; поліпшення процесу, скорочення дефектів; контроль подальшого перебігу процесу [2].

В підсумку можна з упевненістю зауважити, що успіх будь-якому підприємству принесе лише грамотний керівник який зуміє створити чітку оцінку ситуації на підприємстві і зумівши взяти на себе всю ініціативу для створення якісних (а що найголовніше – здатних тривалий час працювати на благо) стратегії і апарату управління підприємством. Управління, спрямоване на успіх, завжди вимагає інтегрованого підходу до управління проектами та ризиками.

#### Література

1. Н.Я. Сацков. Практический менеджмент. Методы и приемы деятельности руководителя URL: <http://www.smartcat.ru/Referat/Management/MethodsAndTechniques.shtml> (дата звернення: 01.12.2019)
2. Концепция «Шесть сигм». Управление качеством. URL: <https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php> (дата звернення: 01.12.2019).

*Кафлевська С.Г.*

*к.е.н., доцент*

*Вінницький кооперативний інститут*

## **ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Питання ефективного формування товарної політики підприємства є актуальним, оскільки саме товар є результатом діяльності підприємства, джерелом його прибутків, основою подальшого функціонування та розвитку.

На ринку України та Вінниччини зокрема, останнім часом, спостерігається постійне зростання попиту на плодово-ягідну продукцію, передусім, як з боку переробних підприємств, так і спричинене збільшенням обсягів споживання цієї групи продуктів населенням. Так, починаючи з 2005 р., по 2017 р. споживання фруктів, ягід і винограду жителями України зросло з 19,4 кг на одну особу на рік

до 53,5 кг, тобто у 2,8 рази така ж тенденція і на Вінниччині. Слід зазначити, що ця позитивна тенденція є, крім того, одним з індикаторів підвищення рівня життя населення Вінниччини [1].

Всі продукти переробки плодів та ягід можна умовно поділити на дві основні групи: проміжна продукція (так звані напівфабрикати, які ще потребують додаткової обробки чи використовуються для подальшої переробки) та безпосередньо готова до споживання кінцева продукція. До останньої належать, у першу чергу, вже згадувані різноманітні повидла, джеми, конфітури, сиропи тощо. Переробні підприємства виготовляють також заморожену та асептичну ягоду.

Лідером серед плодопереробних підприємств Вінницької області вже багато років поспіль залишається товариство з обмеженою відповідальністю «АгрANA Фрут Україна», яке здійснює переробку плодово – ягідної продукції за сучасними технологіями.

Головний лозунг діяльності товариства: «Здорове харчування – здорове життя». Кінцева ціль – запропонувати клієнтам продукцію ідеальної якості за оптимальними цінами через постійне удосконалення технологій.

ТОВ «АгрANA Фрут Україна» створено 26.05.2000 р. Австрійським акціонерним товариством "Штайреробст" та Українською фірмою "Адоніс ВВТ".

Підприємство в першу чергу орієнтовано на внутрішній ринок, тобто метою діяльності є співпраця з національним виробником сільгосппродукції, а також є виробником високоякісної кінцевої продукції. Підтвердженням цього є те, що підприємство співпрацює з багатьма сільгоспвиробниками з багатьох областей України, а саме: Вінницької, Хмельницької, Житомирської, Черкаської, Київської, Миколаївської та ін.

Напрямами діяльності підприємства є:

- виробництво концентрованих фруктових та овочевих соків;
- виробництво пюре в асептичній упаковці без будь-яких консервантів;
- виробництво фруктових наповнювачів до йогуртів з частинками фруктів і ягід.

Технологія та організація виробництва будується на передових технологіях зарубіжних фірм та забезпечується високоефективним обладнанням швейцарського виробництва. На підприємстві широко застосовуються прогресивні західні технології та якісний посадковий матеріал з Австрії, Німеччини, Голландії, Чехії, що в свою чергу забезпечує високу якість і конкурентоздатність продукції [2].

Ефективне управління асортиментною політикою підприємства передбачає використання відповідних методів формування продуктового набору, застосування яких дасть змогу прийняти оптимальні управлінські рішення щодо якісної і кількісної структури асортименту, частоти оновлення та інших аспектів забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності.

Тому однією із актуальних проблем сучасного маркетингу є використання методів формування асортименту продукції, що є оптимальними в сучасних умовах господарювання вітчизняних підприємств.

Аналіз асортименту продукції дає можливість вирішити проблему вибору номенклатури продукції. Основними показниками аналізу асортиментної політики для ТОВ «Агрона Фрут Україна» є чистий дохід від реалізації продукції та прибуток.

Для аналізу товарного асортименту ТОВ «Агрона Фрут Україна» доцільно використати метод АВС аналізу, який дає можливість розрахувати внесок кожної товарної групи в чистий дохід від реалізації продукції та прибуток підприємства. (табл. 1).

Таблиця 1

АВС аналіз рейтингу продукції ТОВ «Агрона Фрут Україна», 2018 р.

Товарна група	Виручка від реалізації, тис. грн.	Частка у виручці, %	Частка у виручці, % накопичувальним підсумком	Група
Всього	723878	100		
Фруктово-ягідне пюре в асептичній упаковці	228745	31,6	31,6	А
Ягоди свіжі	177350	24,5	56,1	
Фруктові наповнювачі	133183	18,4	74,5	
Плодова продукція	91209	12,6	87,1	В
Концентровані фрукто-ві та овочеві соки	78179	10,8	97,9	
Інша продукція	15212	2,1	100	С

У ТОВ «Агрона Фрут Україна» в 2018 році до стратегічної групи виробництва – група А – увійшли такі види продукції, як фруктово – ягідне пюре в асептичній упаковці, ягоди свіжі, фруктові наповнювачі. Приведена група продукції приносить 74,5 % виручки в товаристві, що становить 539278 тис. грн. Ця товарна група завжди повинна бути в наявності на полицях магазину, тобто необхідно створювати значний страховий запас. Ці товари потребують детального планування, постійного обліку та контролю.

До товарної групи В, товарів середньої важливості, відносять плодову продукцію та концентровані фруктові соки. Дана група приносить підприємству 23,4 % від загальної виручки. Ці товари доповнюють асортимент підприємства, дозволяють привернути нових покупців. За товарами цієї групи необхідно мати достатній страховий запас. Облік і контроль на тому ж рівні, що й за товарами групи А, але можливі деякі пропуски (наприклад рідше проводити інвентаризації).

Останні види продукції, котрі входять до групи С, найменш важливі товари, які суттєво не впливають на загальну виручку від реалізації. Це претенденти на виключення з асортименту чи товари-новинки; до їх замовлення необхідно підходити з обережністю, встановлювати незначну націнку, організовувати заходи зі стимулювання збуту. Якщо ж товари не переходять в іншу групу після акції, то необхідно від них звільнитися.

До 37 % усієї виробленої продукції експортується до Білорусі, Грузії, Молдови, Румунії, Словенії, рис. 1. Минулого року підприємством було виготовлено 16,2 тис. тонн продукції, в той же час товариство має потенціал нарощувати виробництво до 20 тис. тонн на рік

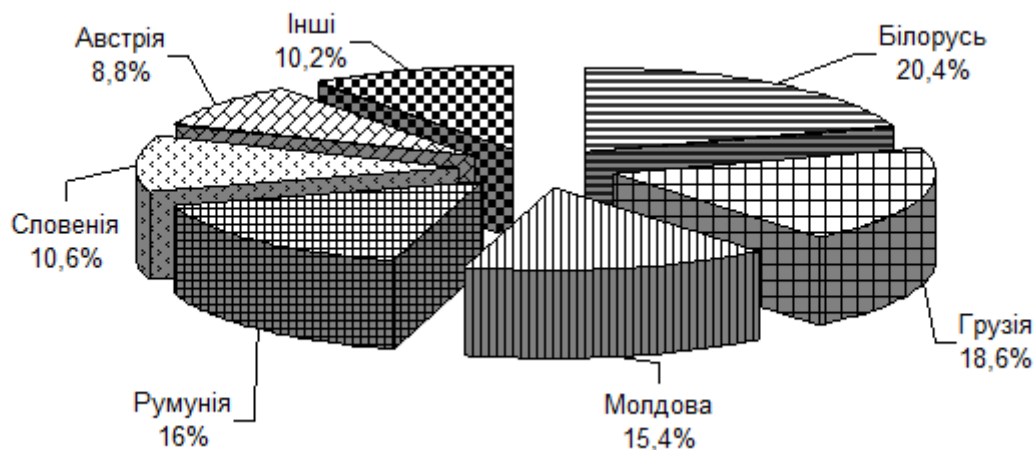


Рис. 1 Структура експорту продукції ТОВ «Аграна Фрут Україна» у 2018 р.

Нещодавно підприємство розпочало виробництво наповнювачів для пекарських виробів, а також сиропи та топінги для громадських закладів харчування. Загалом, потужності підприємства дозволяють переробити 280 тис. тонн ягідних культур, а товарооборот складає понад 800 млн грн/рік.

Розширення асортименту являється важливим фактором зростання прибутку. Від складу і своєчасного оновлення асортименту товарів на підприємстві, в значній мірі, залежить ступінь задоволення попиту, витрати потреб населення, які пов'язані з придбанням товарів. Відсутність окремих товарів, їх вузький або нестабільний асортимент, що не відповідає запитам покупців, породжують незадоволений попит, збільшуючи витрати часу населення на пошук необхідних товарів, негативно відбивається на економічній ефективності.

#### Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Товариство з обмеженою відповідальністю «Аграна Фрут Україна»: веб-сайт. URL: <https://ua.agrana.com/pro-nas/agrana-v-ukrajini/>

*Кобілов Анвар  
докторант*

*Каршинский инженерно-экономический институт  
Республика Узбекистан*

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Прямые иностранные инвестиции являются одной из экономических концепций, которые рассматриваются как детерминанты экономического развития стран в контексте рыночной экономика. Вот почему он широко рассматривается в различных экономических исследования. Большая часть

исследований основана на изучении прямые иностранные инвестиции ( ПИИ) в качестве ключевого с детерминанта экономического роста и технологического развития, в связи с тем, что «самой сущностью экономического развития является быстрый и эффективный и принятие «лучшей практики» через границы »(Kok&Ersoy ).

Большая роль прямых иностранных инвестиций в стимулировании благосостояния частое изучение факторов, которые стимулируют сдерживают привлечение прямых иностранных инвестиций в экономики стран, чтобы объяснить местонахождение прямых иностранных инвестиций по всему миру. Большинство исследований сосредоточено на экономических детерминантах потоков ПИИ, в то время как другие группы факторов часто игнорируются или сводятся к простому упоминанию. Когда исследования исследуют неэкономические факторы, списки факторов, подходы и результаты настолько разные, что возникает вопрос о актуальность факторов и достоверность результатов. Исследование экономических факторы необходимы из-за очевидной связи ПИИ с экономическими явлениями, хотя это не должно приводить к снижению важности других факторов.

Sparks и др. приходит к выводу, что только 22,46% вариации ПИИ стран можно объяснить экономическими факторами. Даже если есть вопросов актуальности индекса ликвидности страны, используемого в качестве прокси для экономического факторы, утверждение, что экономические детерминанты не являются достаточными для объяснение местонахождения ПИИ представляется правильным.

Очевидно, что экономические факторы играют очень важную роль в объяснение потоков ПИИ в связи с тем, что ПИИ сами по себе являются экономической концепцией.

Вероятно, именно поэтому большинство исследователей учитывают эти факторы при анализе ПИИ. Тем не менее, сосредоточение внимания на экономических вопросах часто связано с относительно незначительный акцент на влияние других факторов на ПИИ. Большинство исследователей фокусируются на макроэкономических концепциях в качестве основных стимулов приток ПИИ, среди которых объем рынка (с точки зрения ВВП) является наиболее упоминается. Большие рынки (экономики) будут привлекать больший объем прямых иностранных инвестиций из-за влияние эффекта масштаба в контексте поиска рынка вложения. В некоторых случаях этот фактор может быть ключевым фактором, определяющим инвестиции (Шарма и Бандара).

Хотя название этого фактора для каждого исследования отличается, все исследования обратитесь к валовому внутреннему продукту, который называется «Размер рынка» (Mateev, ; Riedl, ; Sharma and Bandara, ; Khacoo&Khan, ), Экономический размер (Tang), Размер экономики (Jurcau et al.), Размер внутреннего рынок (Arbatli) или непосредственно ВВП (Hayakawa et al.; Kersan-Skabic). Тем не менее, методология отличается, как, например: Шарма и Bandara и Riedl применяют уровень ВВП в денежных единицах, Mateev и Kersan-Skabic используют ВВП на душу населения, другие

исследователи используют логарифм ВВП (Tang Jurcauetal.). Почти все исследования обнаружил положительное значительное влияние размера рынка на потоки ПИИ. Только Arbatli предоставил исследование, результаты которого показывают существенный отрицательный взаимосвязь между ВВП на душу населения и потоками ПИИ. Автор предполагает, что это переменная связана с отношением капитала к труду и, следовательно, производительности столица; страны с более низким уровнем дохода на душу населения могут привлечь больше притоков, в соответствии с более высокой предельной производительностью капитала. Хотя эти результаты не подтверждены другими исследованиями и не могут считаться актуальными. Таким образом, подавляющее большинство исследований доказывают, что размер рынка является одним из наиболее важных стимулы, влияющие на решения инвесторов.

Являясь показателем высокой производительности в экономике, рост объема рынка может стимулировать привлечение прямых иностранных инвестиций. Каждый автор предлагает другое название для этого фактора, но все они относятся к росту ВВП. Тем не менее, только несколько исследований получили значительные результаты: Noorbakhsh&Paloni, Kok&Ersoy и Pearsonetal. Все эти исследования подчеркивают положительное влияние роста ВВП на ПИИ. Однако, учитывая эмпирические результаты, мы не можем подтвердить существование надежных отношений между этим фактором и ПИИ.

Еще одним макроэкономическим фактором, который, как считается, влияет на потоки ПИИ, является инфляция, которая предназначена для измерения нестабильности на макро уровне Kersan-Skabic. Однако только два из четырех выявленных исследований получены статистически значительные результаты, хотя они были противоположны и не дают достоверных предположения: Kok&Ersoy утверждают, что инфляция негативно влияет на потоки ПИИ, в то время как Kersan-Skabic получил положительный знак отношения, вопреки ожидания. Широко известно, что открытость для торговли может стимулировать привлечение иностранных инвестиций. Таким образом, торговля в разных ее аспектах является определяющим фактором для иностранных инвестиций. Только половина обнаруженных исследований получены статистически значимые результаты: Kok&Ersoy, Kersan-Skabic и Noorbakhsh&Paloni утверждают, что торговля оказывает положительное влияние на ПИИ поступают, как и ожидалось.

Затраты на оплату труда, отраженные в уровне заработной платы, часто рассматриваются как одна из основных детерминанты притока прямых иностранных инвестиций, низкая заработная плата рассматривается как преимущество в привлечение иностранных фирм из-за уменьшения себестоимости продукции. Тем не менее методология формирования переменной отличается: Du и соавт. и Науакawa и соавт. использовать среднюю оплату для производственных рабочих, Mateev использует процентное изменение общей стоимости рабочей силы, Khachoo&Khan применяет натуральный логарифм ставки заработной платы, тогда как Riedl использует реальные удельные затраты труда. Все упомянутые исследования получили значительные результаты, с преимущественно отрицательным признаком

отношений, как и ожидалось. Поэтому мы можем легко вывести потенциальную рабочую гипотезу на основе связи между затратами на рабочую силу и ПИИ. Фактором влияния на потоки ПИИ, тесно связанным с заработной платой, является доход. Это не часто упоминается в специальной литературе, хотя мы определили два автора, которые получили значительные результаты в анализе различных аспектов дохода в контексте ПИИ. Однако результаты неоднозначны и не приводят к конкретному и актуальному выводу.

Макроэкономический фактор обменного курса также считается влиятельным фактором при изучении иностранных инвестиций. Arbatli предлагает два переменные, чтобы исследовать это: реальный обменный курс и классификация валютных курсов. Первый не имеет статистически значимой связи с ПИИ. За классификацию курсов валют автор вводит фиктивные переменные на основе фактической классификации МВФ соглашений об обменном курсе и получает значительные результаты, утверждающие, что фиксация обменного курса или волатильность влияет на приток иностранного капитала.

Kok & Ersoy используют в своих исследованиях две переменные для измерения влияния долга на иностранные инвестиции: общий внешний долг, который является задолженностью нерезидентам, а общий объем обслуживания долга в процентах от ВВП. Авторы получают значительный результат только для обслуживания общего долга, что делает актуальность долга фактором неясен в контексте будущих исследований.

Анализ специализированной литературы показывает, что группа экономических факторов наиболее часто изучаются, что ожидалось из-за экономической сущности концепции прямых иностранных инвестиций. Следовательно, существует много эмпирических данных о влиянии этой группы детерминант на трансграничные инвестиции. Тем не менее, только некоторые из выявленных факторов могут претендовать (в рамках данного исследования) иметь четкую и значимую связь с ПИИ, по которым мы могли бы сформулировать несколько рабочих гипотез.

H1: Размер рынка оказывает значительное положительное влияние на привлечение ПИИ.

H2: уровень заработной платы отрицательно коррелирует с объемом притока прямых иностранных инвестиций.

#### Литература

1. Arbatli, E. (2011), Economic Policies and FDI Inflows to Emerging Market Economies. International Monetary Fund Working Paper.
2. Du, J., Lu, Y., & Tao, Z. (2012), Institutions and FDI location choice: The role of cultural distances. *Journal of Asian Economics*, Vol. 23, pp. 210-223.
3. Hayakawa, K., Lee, H.-H., & Park, D. (2013), The Role of Home and Host Country Characteristics in FDI: Firm-Level Evidence from Japan, Korea and Taiwan. *Global Economic Review*, Vol. 42, No. 2, pp. 99-112.
4. Jurcau, A.-S., Andreicovici, I., & Matis, D. (2011), The macroeconomic determinants of Romanian cross-border mergers and acquisitions. *International Journal of Business Reserch*.



5. Kersan-Skabic, I. (2013), Institutional development as a determinant of FDI attractiveness in Southeast Europe. *Drustveja Istraživanja – Journal of General Social Issues*, Vol. 22, pp. 215–235.
6. Khachoo, A., & Khan, M. (2012), Determinants of FDI inflows to developing countries: a panel data analysis. MPRA Paper No. 37278.
7. Kok, R., & Ersoy, B. (2009), Analyses of FDI determinants in developing countries. *International Journal of Social Economics*, Vol. 36, pp. 105-123.
8. Mateev, M. (2008), Determinants of Foreign Direct Investment in Central and Southeastern Europe: New Empirical Tests. 8th Global Conference on Business & Economics.
9. Noorbakhsh, F., Paloni, A., & Youssef, A. (2001), Human Capital and FDI Inflows to Developing Countries: New Empirical Evidence. *World Development*, Vol. 29, pp. 1593- 1610.
10. Pearson, D., Nyonna, D., & Kim, K.-J. (2012), The Relationship between Economic Freedom, State Growth and Foreign Direct Investment in US States. *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 4, pp. 140-146.
11. Riedl, A. (2010), Location factors of FDI and the growing services economy. *Economics of Transition*, Vol. 18, No. 4, pp. 741 -761.
12. Sharma, K., & Bandara, Y. (2010), Trends, Patterns and Determinants of Australian Foreign Direct Investment. *Journal of Economic Issues*, Vol. 44, No. 3, pp. 661 -676.
13. Sparks, R., Desai, N., & Thirumurthy, P. (2014), An Examination Of The Country Liquidity Index To Predict A Country's Foreign Direct Investment. *International Business & Economics Research Journal*, Vol. 13, pp. 359-370.
14. Tang, L. (2012), The direction of cultural distance on FDI: attractiveness or incongruity? *Cross Cultural Management* , pp. 233-256.

*Коваленко В. С.  
аспірант*

*Запорізький національний університет*

*Маркова С. В.*

*к. е. н., доцент*

*Запорізький національний університет*

## **ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Мале підприємництво є структурним елементом ринкової економіки будь-якої країни.

В системі ринкових відносин розвиток малого підприємництва вважається одним із вагомих умов економічного зростання, важливим чинником оптимізації та структуризації ринків, забезпечення еластичності попиту і пропозиції, мобілізації основної маси національних ресурсів, збереження національного відтворювального ринкового потенціалу.

Зарубіжний досвід ведення підприємництва свідчить, що в структурі економік країн із ринковою економікою вагоме місце належить сектору малого підприємництва як найбільш масової, гнучкої та динамічної форми господарювання. Так, за даними ООН, тільки у виробничій сфері малі та середні підприємства створюють від 30 % до 70 % національного продукту, забезпечують зайнятість близько 50 % працездатного населення. На частку малого бізнесу припадає майже половина приросту нових робочих місць [1].

Експерти постійно наголошують, що мале підприємництво є одним із основних інструментів розвитку національної економіки з ринковим механізмом господарювання. Малий бізнес становить основу дрібнотоварного виробництва; встановлює темпи зростання економіки, структуру та якісну характеристику внутрішнього валового продукту, ступінь демократизації суспільства; сприяє структурній перебудові економіки, швидку окупності витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління; формує соціальний прошарок підприємців-власників, основу середнього класу; сприяє ослабленню монополізму, розвитку конкуренції. Тобто розвиток, становлення та підтримка малого підприємництва – це важливий, навіть, головний елемент існування економіко-соціально розвинутої країни, що займає в просторі міжнародного ринкового середовища лідируючу позицію.

Згідно статистичних даних за 2012-2017 роки малі підприємства складають абсолютну більшість (у кількості) на рівні 95% від всіх суб'єктів підприємницької діяльності (табл. 1), тобто активізація малого бізнесу в Україні створить передумови для економічного розвитку держави.

Таблиця 1. Кількість підприємств за їх розмірами у 2012 – 2017 роках [1]

Рік	Усього, одиниць	У тому числі							
		Великі підприємства		Середні підприємства		Малі підприємства		з них мікропідприємства	
		одиниць	у % до загальної кількості підприємств відповідного виду діяльності	одиниць	у % до загальної кількості підприємств відповідного виду діяльності	одиниць	у % до загальної кількості підприємств відповідного виду діяльності	одиниць	у % до загальної кількості підприємств відповідного виду діяльності
2012	364935	698	0,2	20189	5,5	344048	94,3	286461	78,5
2013	393327	659	0,2	18859	4,8	373809	95,0	318477	81,0
2014	341001	497	0,1	15906	4,7	324598	95,2	278922	81,8
2015	343440	423	0,1	15203	4,4	327814	95,5	284241	82,8
2016	306369	383	0,1	14832	4,9	291154	95,0	247695	80,8
2017	338254	399	0,1	14934	4,4	322921	95,5	278114	82,2

Сьогодні для розвитку власної справи держава, політичні та економічні умови створюють сприятливий клімат, але як демонструє динаміка розвитку кількості підприємств у 2019 році (динаміка має негативну тенденцію). Причиною відсутності зацікавленості у розвитку малого підприємництва є також існування «сірих» підприємств.

Для того, щоб активізувати діяльності підприємств малого бізнесу для цього потрібно налагодити фактори внутрішнього середовища. Головним – є персонал та його постійний розвиток.

Розглядаючи поняття «розвитку персоналу», О.А. Грішнова [2] зазначила, що це сукупність всіх організаційно-економічних заходів підприємства у сфері навчання персоналу, його перепідготовки і перекваліфікації. А в ширшому розумінні розвиток персоналу також охоплює питання професійної адаптації, оцінки кандидатів на вакантні посади, поточного періодичного оцінювання персоналу, планування ділової кар'єри, службово-професійного просування та багато інших.

Розвиток персоналу повинен знаходитися в площині сукупності принципів до яких слід віднести: основні та спеціальні принципи (рис. 1).

Принципи розвитку персоналу	
Основні	Спеціальні
1. Принцип справедливості	Принцип індивідуальності. Організуючи професійне навчання персоналу, слід звертати увагу на їх професійні та особисті особливості кожного працівника.
2. Принцип економічної ефективності	Принцип інноваційності полягає у тому, що стратегія розвитку персоналу має включати техніко-технологічні досягнення та орієнтуватись на перспективу їх впровадження як умови підвищення конкурентоспроможності організації.
3. Принцип демократії	Принцип інноваційності полягає у тому, що стратегія розвитку персоналу має включати техніко-технологічні досягнення та орієнтуватись на перспективу їх впровадження як умови підвищення конкурентоспроможності організації.
4. Принцип системності	Принцип визначальності зводиться до того, що процес розвитку має не хаотичний, а точно визначений характер, тобто відбувається з прив'язкою до індивідуальних та групових програм..
5. Принцип відповідальності	Принцип релаксу та задоволення. З метою психологічної розрядки та знаття напруги під час навчального процесу слід задіяти такі прийоми, що дозволяють релаксувати та найбільш ефективно сприймати потік інформації.
6. Принцип мотивації	Принцип зворотного зв'язку. Розвиток працівників має бути забезпечений якісним та вчасним зворотним зв'язком, що дозволить зацікавити та стимулювати останніх.

Рис. 1 Принципи розвитку персоналу

Основні принципи розвитку пов'язані з справедливістю, економічною ефективністю (сума витрат на розвиток персоналу повинна бути меншою за економічний ефект від результатів розвитку) Так, принцип системності, наприклад, полягає у взаємозв'язку та взаємодоповненні кожного елемента системи розвитку персоналу, тобто розвиток персоналу підприємств малого бізнесу має постійний взаємозалежний характер від всіх елементів системи. Принцип мотивації спрямований на те, щоб працівники максимально отримували задоволення від професійного розвитку, що є передумовою успішного засвоєння знань та навичок.

Зростання числа малих підприємств може вирішити проблему безробіття і сприяти підвищенню рівня життя, якщо його буде супроводжувати модернізація і зростання продуктивності підприємств, у тому числі великих. Тому розвиток малого бізнесу слід розглядати не тільки як складову частину всього комплексу заходів економічних реформ, а й як свого роду «соціальний амортизатор», що дозволяє нівелювати негативні наслідки реструктуризації економіки і поглинути значну частину вивільненої робочої сили [3]. Підприємства малого бізнесу потрібно розвивати за рахунок вдосконалення знань та практичних навиків роботи їх персоналу.

#### Література

1 Воронич К. М. Міжнародний досвід організації малого бізнесу та можливість його впровадження в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України* . 2011. Вип . 21.10. С.184-189.

2. Грішнова О. А., Міщук Г. Ю. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2013. № 2. С. 167-178. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/dse\\_2013\\_2\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dse_2013_2_18) (дата звернення: 05.12.2019).

3. Міца В. В. Роль малого підприємництва у економічному і соціальному розвитку громад. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 15. С. 23-27.

*Кожухівська Р.Б.*

*к.е.н., доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ**

Туристична індустрія, на сьогодні, є тією галуззю, яка динамічно розвивається у сфері світової економіки. З урахуванням жорсткої конкуренції на світовому ринку для підприємств туристичної сфери залишається актуальним питання стратегічного планування їх діяльності та формування маркетингової стратегії управління підприємством. Ефективна маркетингова стратегія туристичного підприємства забезпечує успіх його комерційної діяльності, прибутковості і стає запорукою економічного розвитку.

Серед дослідників, які зробили вагомий внесок у вивчення теоретичних питань розвитку маркетингу в туризмі, слід виділити роботи: Балабаниць А.В.

[1], Бріггс С. [2], Кулішова Н. [4] та ін. Проте теоретичні позиції та практичні рекомендації щодо формування ключових принципів формування маркетингової стратегії підприємств туристичної галузі залишаються малодослідженими. Релевантність указаних проблем призвела до вибору теми дослідження.

Основними завданнями дослідження є визначення та формулювання принципів та методів формування маркетингової стратегії підприємств туристичної галузі умовах глобалізації економіки для побудови ефективної діяльності підприємства з урахуванням різних чинників впливу.

Туристична організація виробляє продукти та послуги завдяки набутих на різних умовах матеріальним і нематеріальним цінностям. Указані цінності дають змогу створювати продукти та послуги. Матеріальними умовами розвитку туристичного підприємства є стан інфраструктурного комплексу забезпечення туризму, нематеріальними – мотивація, яка визначає конкретні клієнтські переваги. Маркетингова стратегія туристичного підприємства повинна враховувати як матеріальні, так і нематеріальні умови його розвитку.

Основними завданнями маркетингової стратегії підприємств туристичної галузі є: 1) розроблення перспективної маркетингової політики підприємства; 2) планування маркетингу підприємства з урахуванням наявних ресурсів; 3) організація процесу маркетингу, управління маркетинговими програмами, засобами праці і відносинами в сфері маркетингу; 4) координація діяльності підрозділів підприємства і контроль за їх діяльністю.

Специфіка маркетингової політики у сфері туризму полягає у багаторівневості комплексу маркетингу на підприємстві, що ґрунтується на вивченні потенційного попиту на свої послуги, аналізі власних можливостей для його задоволення, створення оптимального продукту, який задовольняє попит і дає можливість отримання прибутку, формування та розширення клієнтської бази, підвищення якості обслуговування, забезпечення рівномірної цілорічної прибутковості тощо.

Необхідними умовами для реалізації маркетингової стратегії туристичного підприємства є аналіз ринкових можливостей, вибір цільових ринків, розробка для них відповідного комплексу маркетингу, здійснення маркетингових заходів і оцінка їх ефективності, залучення, утримання клієнтів, розширення клієнтської бази. Реалізація маркетингової мети підприємства, полягає у завоюванні частки ринку і утриманні ринкових позицій та обумовлює необхідність формування стратегії. Поряд з інвестиційною та кадровою стратегіями виробництва маркетингова стратегія є елементом загальнокорпоративної стратегії до складу якої входять товарна стратегія, стратегія позиціонування, стратегія ціноутворення, стратегія маркетингових комунікацій, стратегія просування товарів [4, с. 215]. Стратегія підприємства, розрахована на певний період і реалізується на основі пріоритетів місії підприємства з урахуванням умов ринкової кон'юнктури [1, с. 193]. Стратегія маркетингу є програмою дій на ринку з чітко сформульованими цілями, шляхами їх досягнення і необхідними ресурсами [2, с. 79].

У рамках маркетингової стратегії туристичного підприємства головним елементом є створення не просто якісного і привабливого для споживача туристичного продукту, від якого залежить успіх комерційної діяльності всього

підприємства, а формування оптимального асортименту туристичних послуг. Процес розробки маркетингової стратегії туристичного підприємства може бути створено або розрахунках, або на «підприємницькій» моделі планування, що ґрунтується на передбаченні ринкових тенденцій, або на основі сценарного підходу [3, с. 212]. Стратегія, заснована на розрахунках, є більш захищеною від ризиків і вимагає високої кваліфікації фахівців, об'єктивної інформації про стан ринку і часу на розробку.

Важливою умовою формування маркетингової стратегії підприємств туристичної сфери є облік запитів ринку та ресурсів території. Для цього необхідно розробити план, який пов'язує цілі і ресурси дестинації із можливостями навколишнього ринкового і соціального середовища, що визначає, який туристичний продукт може бути створено на основі існуючих ресурсів, на якого споживача зорієнтовано даний продукт, яким чином він буде просуватися і які додаткові ресурси для цього необхідні.

На нашу думку, головними питаннями, на яких слід сфокусувати увагу при розробці маркетингової стратегії туристичного підприємства є: пріоритети і напрямки розвитку підприємства; потреба в капіталі та ресурсах; ринок та його сегменти; ефективність віддачі. Акцентування уваги на вказаних питаннях надає туристичному підприємству ряд переваг, зокрема: можливість прогнозувати перспективи розвитку підприємства, раціонально планувати ресурси, можливість уникати ризиків банкрутства, сучасне оновлення та удосконалення туристичного продукту, поповнення переліку послуг та підвищення їх якості відповідно до кон'юнктури ринку, розширення ринків збуту, виявлення слабких сторін діяльності підприємства.

Зважаючи на проведений нами аналіз щодо існуючих форм та методів побудови маркетингової стратегії підприємств туристичної галузі, слід виокремити її принципові засади:

- 1) формулювання місії підприємства, що відображає основний зміст і причину існування підприємства;
- 2) розробка маркетингових цілей організації;
- 3) аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища;
- 4) аналіз стратегічних альтернатив;
- 5) визначення терміну маркетингового періоду;
- 6) встановлення цілей маркетингу – кінцевих (стратегічних) і проміжних (тактичних);
- 7) розробка заходів, спрямованих на досягнення проміжних і кінцевих цілей;
- 8) безпосередньо реалізація стратегії;
- 9) розробка системи контролю (моніторингу) за ходом виконання стратегії;
- 10) контроль над реалізованою стратегією;
- 11) оцінка реалізації та ефект від упровадження інноваційної маркетингової стратегії.

Одержана у процесі маркетингового аналізу інформація слугуватиме підґрунтям для розробки туристичного продукту. Найбільш ефективним інструментом стратегічного аналізу, на основі якого формується маркетингова

стратегія діяльності підприємства, є SWOT-аналіз (визначення сильних і слабких сторін інноваційного туристичного продукту, встановлення можливостей і загроз).

На основі результатів проведеного аналізу формулюються цілі та завдання, здійснюється вибір туристичного сегмента, опис туристичного продукту, формування структури бренду і вибір концепції позиціонування. Наступним етапом є розробка плану досягнення поставлених цілей і формування бюджету. На завершальному етапі здійснюється координація та контроль діяльності підрозділів підприємства сфери туризму, провадиться оцінка реалізованої стратегії.

Отже, маркетингова стратегія туристичного підприємства є філософією управління підприємством на принципах маркетингу, метою якого є вироблення основних ідей, управлінських рішень та інструментарію аналізу навколишнього ринкового, соціального середовища і ресурсів туристичного підприємства.

#### Література

1. Балабаниць А.В. Вимірювання результативності маркетингової взаємодії зі споживачами на основі концепції життєвого циклу маркетингових відносин. *Наука й економіка*. Вип. 4(16), Т.1, 2009. С. 191-198.
2. Бріггс С. *Маркетинг в туризмі*. Київ: Знання. 2005, 358 с.
3. Кожухівська Р.Б. Розвиток індустрії туризму та сфери гостинності на основі методики цільового позиціонування. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. 2 (19), 2019. С.212-217.
4. Кулішова Н. Алгоритм формулювання маркетингової стратегії туристичного підприємства. *Вісник ДІТБ*. Вип.12, 2008. С.214-219.

*Козир А.Р.  
студент*

*Таврійського Державного агротехнологічного  
університету ім. Дмитра Моторного*

## **СУЧАСНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАКРІПЛЕННЯ МОЛОДІ НА СЕЛІ**

Молоді люди є особливо активними громадянами сучасної України. Саме вони можуть зреалізувати важливі реформи та розвинути їх до рівня системних соціально-економічних перетворень. Чисельність молоді, її абсолютні й відносні показники є не лише важливою характеристикою вікового складу населення, а й передумовою будь-яких перспектив держави. Майбутнє сільського господарства нашої країни також нерозривно пов'язане з молоддю, оскільки саме ця соціально-демографічна група є найбільш динамічною, готовою до сприйняття нових ідей, уявлень, має доволі високий рівень загальноосвітньої і професійної підготовки, здатна взяти на себе вирішення грандіозних новаторських завдань, що стоять перед розвитком аграрної галузі. Від уміння сільської молоді використовувати з найбільшою віддачею землю, техніку, кошти, вкладені у сільськогосподарське виробництво, застосовуючи передовий досвід і досягнення науки, значно залежить успішний розвиток сільського господарства.

Пріоритетність розвитку аграрного сектору та сільських територій в Україні зумовлюється винятковою значущістю виробництва продукції сільського господарства та продовольства в життєдіяльності людини, потребою відродження селянства як господаря землі, носія моралі та національної культури. Найгострішими проблемами на селі залишаються відсутність мотивації до праці, безробіття, бідність та трудова міграція, занепад соціальної інфраструктури. Підтримка розвитку соціальної сфери села і сільських територій ототожнюється з державною підтримкою розвитку аграрного сектору. Аграрний сектор, особливо сільське господарство, до цього часу не виведені з кризової ситуації. Низька ефективність сільськогосподарського виробництва не забезпечує навіть простого відтворення. Не завершено базову складову реформування сільського господарства – земельну реформу [2].

Державна підтримка інфраструктури села має відбуватись за такими основними напрямками:

1. Розвиток підприємництва, розв'язання проблем зайнятості та ліквідація бідності сільського населення.
2. Розвиток автомобільних доріг, транспортного сполучення та зв'язку.
3. Розвиток житлового будівництва і комунального облаштування.
4. Розвиток освіти.
5. Розвиток культурно-розважальної діяльності в сільській місцевості.
6. Поліпшення побутового обслуговування сільського населення.
7. Розвиток торговельного обслуговування сільського населення.
8. Створення умов для закріплення молоді на селі.

На наш погляд, розвиток житлового будівництва на селі є одним з пріоритетних напрямків державної підтримки, адже становить передумову закріплення молоді на селі. На сьогодні єдиним видом покращення житлово-побутових умов селян є регіональні програми підтримки індивідуального житлового будівництва на селі, які почали впроваджуватися з 1997 року в Україні, зокрема, програма «Власний дім».

Для подолання проблеми відтоку молоді з села на початку 2019 року в Україні було прийнято закон, у якому зафіксовано, що вступники, які мають бажання працювати в сільській місцевості, вперше зможуть скористатися правом першочергового зарахування на бюджет. Наразі дане право поширюється на майбутніх лікарів та вчителів, що оберуть навчання на спеціальностях галузей знань 01 «Освіта/Педагогіка» і 22 «Охорона здоров'я». За даними МОН, право першочергового вступу отримають ті, хто попередньо пройде конкурс та укладе угоду на відпрацювання в селі або селищі міського типу не менше 3 років [1].

Ця робота вже проводиться на регіональному рівні: конкурси організовують облдержадміністрації (ОДА) на основі прогнозу територіальних громад щодо потреби фахівців з вищою медичною чи педагогічною освітою. Для приведення даного закону у дію ОДА мають активно інформувати вступників через власні інтернет-сайти та засоби масової інформації. Конкурси оголошені до 1 березня, а до 30 квітня – вже мають оголосити їх результати. При цьому самі вступники та їх батьки мають бути більш активними та проявляти ініціативу до участі у конкурсі, цікавитися можливістю першочергового вступу в



представників своєї місцевої влади. ОДА самі визначають порядок та умови таких конкурсів.

Це, зокрема, стосується вимог до конкурсантів та переліку документів. Водночас МОН радить одним із критеріїв визначити місцепроживання учасника. Тоді перевагу зможуть отримати ті, хто живе в тому ж (найближчому) населеному пункті, що й майбутній роботодавець, наприклад школа чи дитячий садок. Таким чином, підтримка буде надана тим дітям з сіл, які хочуть отримати вищу освіту і повернутися працювати до себе додому [1].

Спеціальність, термін та освітній рівень, які планує обрати конкурсант, мають співпадати з визначеною потребою у фахівцях. Учасники повинні бути попередньо ознайомлені зі своїми обов'язками щодо навчання та відпрацювання. При цьому територіальні громади, що формують замовлення на кваліфіковані кадри вказаних спеціальностей, зобов'язані прийняти рішення про забезпечення майбутніх працівників безоплатним житлом на термін не менш як 3 роки. Переможці конкурсів отримують право на першочергове зарахування. Їх конкурсний бал множитиметься на першочерговий коефіцієнт (1,05). Для вступників на бакалавра (магістра медичного, фармацевтичного спрямування) в Умовах прийому додатко впередбачено спеціальну квоту-4, під яку буде надано частину бюджетних місць.

Після закінчення навчання випускник повинен буде протягом місяця прибути до місця відпрацювання, укласти трудовий договір та почати роботу. Якщо ж випускник відмовиться виконувати умови угоди, йому потрібно буде відшкодувати кошти, витрачені вишем на його підготовку. На наш погляд, для подальшої підтримки інфраструктури села та запобігання масового виїзду молоді з сільських громад, необхідно запроваджувати подібні програми для інших ВНЗ, зокрема, для аграрних, у яких готують фахівців для сільського господарства. Слід зазначити, що кілька років тому система аграрної освіти в Україні зазнала радикальних змін. Усі бюджетні видатки на утримання закладів освіти, які раніше перебували у системі Міністерства аграрної політики України, передано до Міністерства освіти і науки України [3]. Тому саме на Міністерство освіти і науки України покладено функції по регулюванню підготовки кадрів для сільських громад.

Таким чином, для закріплення молі на селі держава має продовжувати визначену політику.

#### Література

1. Офіційний сайт міністерства освіти і науки України. <https://mon.gov.ua/ua/news/majbutni-vchiteli-ta-likari-sho-pracyuvatimut-v-selahmozhut-pershochergovo-vstupiti-na-byudzhet-mon-nadalo-rozyasnennya>.

2. Застрожніков А.Г. Державна підтримка інфраструктури села, як передумова сталого розвитку сільського господарства країни / А.Г. Застрожніков, І.В. Застрожнікова // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1. – с.148-152.

3. Застрожнікова І. В. Державна політика у галузі аграрної вищої освіти / І. В. Застрожнікова // Міжнародна науково-практична конференція «Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, менеджменту, обліку та права» Ч.3. - 2018.С.36-37.

4. Особливості зовнішньої трудової міграції молоді в сучасних умовах / О.М. Балакірева (кер. авт. кол.). О.О. Яременко, О.Г. Левцун та ін. – К.: Держ. інт проблем сім'ї та молоді, 2004. – 124 с.

*Козлов А.А., Высокоморный В.И.  
доценты кафедры Экономики АПК  
УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
Республика Беларусь*

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ МАСЛОСЕМЯН РАПСА В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В Республике Беларусь повышенный интерес к рапсу в последние годы обусловлен хорошей приспособленностью этого растения к умеренному климату, высокой продуктивностью современных сортов и гибридов, проблемой импортозамещения растительных масел, а также получения высокобелковых кормов.

По пищевым и кормовым достоинствам рапс значительно превосходит многие сельскохозяйственные культуры. В семенах рапса содержится 40-45% полувысыхающего масла и 20-28% белка. Рапсовое масло, содержащее ненасыщенные кислоты (олеиновую, линоленовую, линолевою) высококалорийно и по вкусу приравнивается к оливковому. Широкое применение указанное масло находит в химической и многих других отраслях народного хозяйства республики [1, с. 72].

Целью работы являлись анализ экономической эффективности производства и реализации маслосемян рапса, а также выявление путей её повышения.

Основными методами исследования выступили: метод группировок, ряды динамики, корреляционно-регрессионный анализ и др.

Источниками для анализа послужили годовые и сводные отчеты хозяйств Гродненской области за 2014-2018 годы, статистические сборники и др.

Гродненская область занимает лидирующее положение в Республике Беларусь по производству рапса. Валовой сбор указанной культуры в сельскохозяйственных организациях региона за 2018 год составил 76827 т, что составляло 29,7% от общереспубликанского. В Гродненском районе в таких хозяйствах как СПК им. Деньщикова, ПК им. В.И. Кремко, СПК им. И.П. Сенько, СПК Прогресс-Вертелишки средняя урожайность составила 40 ц/га и выше. Относительно невысокие закупочные цены на маслосемена и высокая стоимость закупаемого хозяйствами рапсового шрота на корм животным побудили

некоторые сельхозорганизации организовать собственную переработку сырья и реализовывать готовое рапсовое масло.

В таблице 1 в динамике приведены показатели экономической эффективности не только производства, но и реализации рапса в Гродненской области за последние 5 лет. Как видно из данных при ведённой таблицы, за анализируемый период не прослеживается чёткой динамики показателей экономической эффективности производства и реализации рапса. Сравнивая начальные и конечные показатели анализируемого периода, можно отметить, что объем реализации сократился на 384980 ц, или на 37,4%. Несмотря на повышение цены реализации почти в два раза размер совокупной прибыли уменьшился на 15,3%. Уровень рентабельности упал на 12,5 п.п., составив в 2018 г. 21,4%, что, прежде всего, вызвано ростом полной себестоимости производимой продукции.

Таблица 1 – Показатели экономической эффективности производства и реализации рапса в Гродненской области в 2014-2018 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отношение 2018 г. к 2014 г., %
Валовая продукция, т	106452	94572	49237	107342	76827	72,2
Товарная продукция, т	102847	87614	41245	86182	64349	62,6
Урожайность, ц/га	26,1	22,6	13,9	24,9	18,1	69,1
Уровень товарности, %	96,6	92,6	83,8	80,3	83,8	86,7
Производительность труда, ц/чел.-ч	1,7	1,6	1,2	1,9	1,6	95,5
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	27623	29499	23174	40344	37034	134,1
Прибыль (убыток), тыс. руб.	9352	6577	5772	19372	7921	84,7
Прибыль (убыток) в расчете на 1 га, руб.	229,39	156,90	163,39	448,90	186,14	81,1
Прибыль (убыток) в расчете на 1 ц	9,09	7,51	13,99	22,48	12,31	135,4

реализованной продукции, руб.						
Себестоимость 1 ц реализованной продукции, руб.	26,86	33,67	56,19	46,81	57,55	214,3
Цена реализации 1 ц, руб.	35,95	41,18	70,18	69,29	69,86	194,3
Уровень рентабельности (убыточности), %	33,9	22,3	24,9	48,0	21,4	-12,5 п.п.

Наблюдается увеличение трудоемкости, полной себестоимости 1 ц рапса. Затраты на производство 1 ц рапса за последние 5 лет выросли на 286,5 руб. Максимальное значение указанного показателя было в 2016 г. – 530 руб. Рост затрат, прежде всего, обусловлен инфляционными процессами, а также увеличением цен на потребляемые ресурсы.

В сложившейся ситуации особую актуальность приобретает проблема снижения себестоимости. В 2018 г существенный вес в производственной себестоимости занимали затраты на удобрения и средства защиты – до 51,2%, оплата труда с начислениями (9%) и семена (8%), а наименьший – стоимость энергоресурсов (2%).

Группировка 125 хозяйств региона по урожайности выявила снижение трудоёмкости производства и себестоимости единицы продукции с ростом продуктивности посевов рапса. Так, увеличение урожайности с минимальных по 1-й группе 6,6 ц/га до максимальных 38,6 ц/га по 6-й группе, снижало трудозатраты на производство 1 ц маслосемян на 81,2% (до 0,3 чел.-ч/ц), а производственную себестоимость – на 58,0% (до 37,2 руб./ц). Снижение затрат и себестоимости естественным образом отражалось на прибыльности и рентабельности производства. Увеличение урожайности в пределах указанного интервала повышало прибыль, приходящуюся на 1 ц рапса на 53,1 руб./ц (с убытка в -21,6 руб./ц до прибыли в 31,5 руб./ц), на 1 га посева – на 1356,3 руб./га (с убытка в -140,4 руб./га до прибыли в 1215,9 руб./га); рост рентабельности составил +83,3 п.п.

Результаты корреляционно-регрессионного анализа выявили обратную умеренную связь между урожайностью и производственной себестоимостью рапса, а также прямую сильную, – между урожайностью и рентабельностью (коэффициент корреляции 0,57 и 0,72, соответственно). Полученные уравнения линейной зависимости свидетельствуют о том, что при увеличении урожая маслосемян на 1 ц/га себестоимость производства снижалась на -0,1185 руб./ц., а рентабельность возрастала в среднем на +2,73 процентных пункта.

Анализируя динамику экономической эффективности производства и реализации маслосемян рапса в Гродненской области за 5 последних лет, можно сделать вывод о том, что основными приоритетными направлениями её повышения на последующие годы должны стать:

- повсеместное использование сельхозпредприятиями современных технологий производства при полном их обеспечении необходимыми современными техническими средствами, минеральными удобрениями и средствами защиты растений;

- возделывание высокопродуктивных, устойчивых к неблагоприятным погодным условиям сортов и гибридов с высоким качеством конечной продукции;

- стимулирование производителей за счёт гибкого ценообразования со стороны государства с учётом складывающихся производственно-экономических условий.

#### Литература

1. Дудук, А.А. Влияние приемов основной обработки почвы и норм азотных удобрений на микрофлору почвы и урожайность маслосемян озимого рапса / А.А. Дудук, П.Л. Тарасенко, Н.И. Таранда // Сельское хозяйство – проблемы и перспективы. - Гродно, ГГАУ: 2016. - Т.32. - С. 72-78.

*Козловская И.П.*

*д.с.н., доцент*

*Белорусский государственный аграрный технический университет*

*Республика Беларусь*

### **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕПЛИЧНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В Республике Беларусь за последние три года потребление овощей на душу населения увеличивается почти на 5% ежегодно. Но для оптимизации структуры питания необходимо увеличить долю овощей, потребляемых в свежем виде. Особая роль в обеспечении населения свежими овощами во внесезонное время принадлежит тепличный комплекс страны, основная цель развития которого – гарантированное и устойчивое снабжение населения республики овощной продукцией во внесезонное время и формирование экспортного потенциала [1,2].

Тепличный комплекс Беларуси включает в себя 21 крупнотоварное предприятие общей площадью 250,5 га, которые производят около 95% тепличной продукции страны. В среднем по республике за последние три года более 1/3 произведенных тепличных овощей поставляется на экспорт.

Отрасль характеризуется стабильностью производства и динамичным развитием (рис.1)

Основой развития тепличного комплекса республики Беларусь должно стать повышение эффективности производства, которое определяется снижением себестоимости продукции и улучшением ее качества; повышением урожайности и расширением ассортимента овощных культур; формированием сбалансированного, эффективного внутреннего рынка тепличной продукции с развитой инфраструктурой, защищающего своего производителя. Наряду с этим

важным является изыскание возможностей наращивания экспортного потенциала.

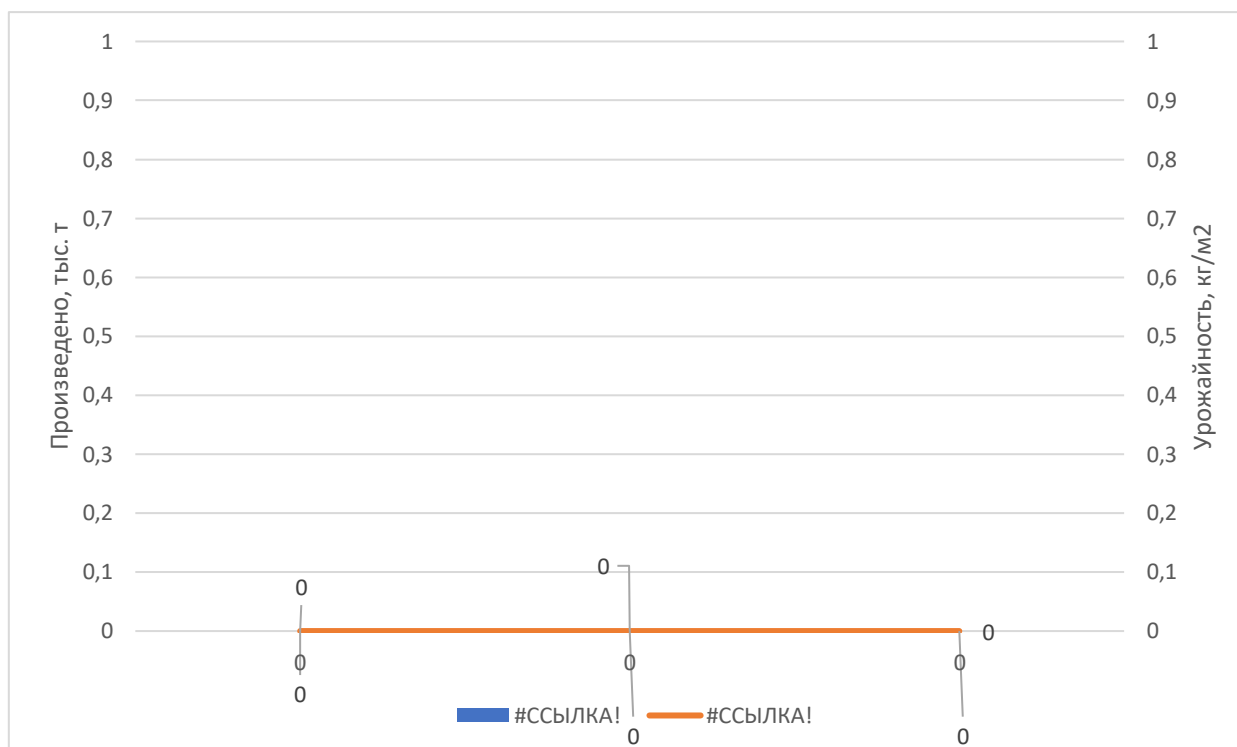


Рис.1 Производство и урожайность тепличных овощей в Республике Беларусь

В республике ведется планомерная работа по техническому переоснащению тепличного комплекса. Осуществлена реконструкция существующих зимних теплиц: произведено разделение контуров обогрева теплиц, практически на всех площадях сегодня используется капельный полив, система подачи углекислого газа, энергосберегающие светильники, компьютерная автоматизация регулирования параметров микроклимата. Такая климатическая и агрокультурная реконструкция теплиц интенсифицирует производство, что позволяет получать значительно больший урожай с единицы площади за счет оптимизации условий выращивания овощных культур [3,4]. Например, в ЗАО «Щара-Агро» в 2015 году урожайность тепличных томатов составила всего 7,3 кг/м<sup>2</sup>. Проведенная в этом же году модернизация теплиц обеспечила рост урожайности в последующие три года до 22,76-27,9 кг/м<sup>2</sup>.

В 2015-2018 годах наряду с реконструкцией на территории республики построено и введено в эксплуатацию 12,4 га энергосберегающих зимних теплиц. Ввиду того, что реконструкция некоторых зимних теплиц оказалась нецелесообразной, так как их конструкции устарели морально, было принято решение вывести их из эксплуатации. Площади таких теплиц составили 12 га.

Часть зимних теплиц переведена в амортизационную группу – срок эксплуатации их превышает 30 лет, они не подлежат реконструкции, и их дальнейшая эксплуатация не может быть энерго- и технологически эффективной. В республике таких теплиц 110,83 га, что составляет 44,2% от общей площади (табл. 1, рис.2).

Таблица 1 Зимние теплицы амортизационной группы (на 1.01.19 г)

Область	Площадь теплиц, га
Брестская	13
Витебская	2
Гомельская	32,99
Гродненская	9
Минская и г. Минск	34,84
Могилевская	19
По РБ	110,83

Очевидно, что техническое переоснащение тепличного комплекса является тем резервом, использование которого позволит обеспечить потребности внутреннего рынка, сформировать экспортный потенциал и в целом повысит эффективность работы зимних теплиц.

В Республике Беларусь для повышения эффективности работы зимних теплиц и расширения экспортного потенциала тепличной продукции следует активно заменять теплицы амортизационной группы теплицами современных конструкций.

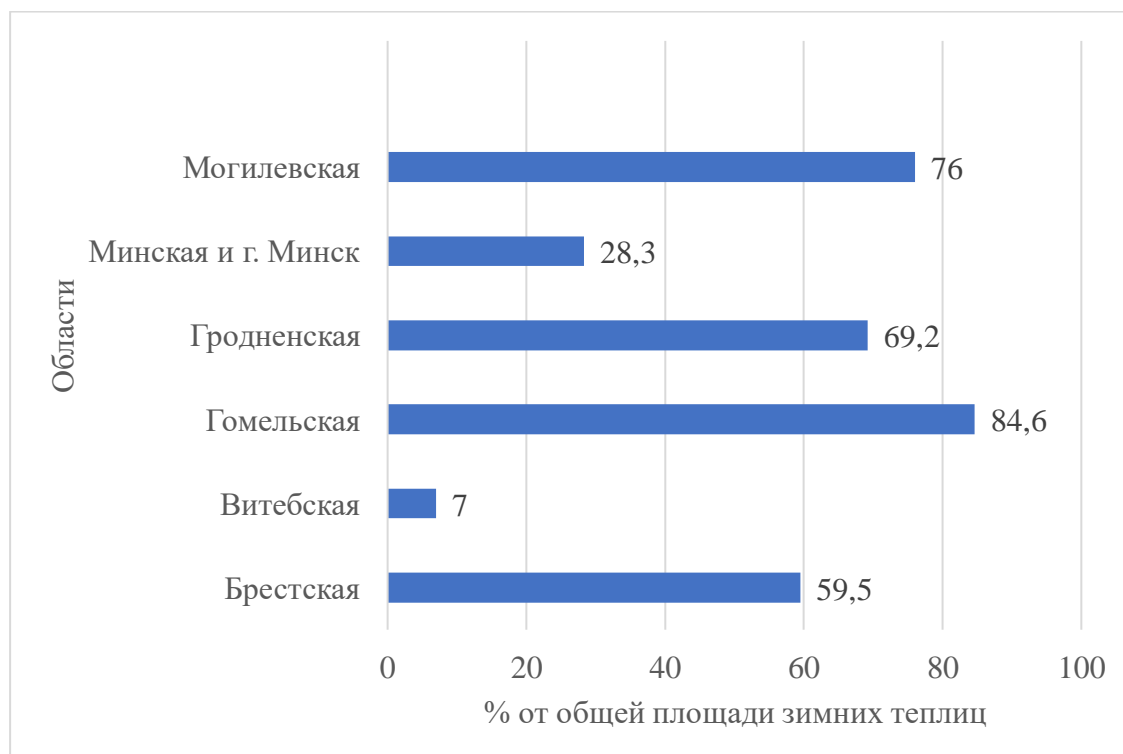


Рис.2 Доля зимних теплиц амортизационной группы, % от общей площади теплиц

Модернизация тепличного комплекса страны должна обеспечить формирование нового технологического уклада в тепличном овощеводстве,

позволяющего наиболее полно реализовать биологический потенциал тепличных растений.

#### Литература

1. Доктрина национальной продовольственной безопасности Беларуси до 2030 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 15 декабря 2017 г., №962 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2017. – № 5/44566.
2. Козловская, И.П. Экономические и экологические аспекты тепличного овощеводства. Оценка производственных технологий. / И.П. Козловская // LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG – Saarbrücken, Германия, 2012, 241 с.
3. Козловская, И.П. Повышение эффективности производственных технологий в тепличном производстве //И.П. Козловская //Научное обеспечение агропромышленного производства //Матер. междунар. научно-практической конф., Курск, 15-27 января 2012 г. – Курск, 2012.– Ч.1 – с.53–55
4. Козловская, И.П. Биоклиматический потенциал региона как фактор экономии энергоресурсов в тепличном овощеводстве //И.П. Козловская, В.А. Курочкин//Техническое обеспечение инновационных технологий в сельском хозяйстве: Сб. статей Междунар. науч.-практ. конф., Минск – 22-24 ноября 2017 г. – Минск, БГАТУ, 2017. – С.311-313.

*Колотюк О.І.*

*асистент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин  
НТУ «ХПІ», Харків*

## **КОМПЕТЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ І ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ СФЕРІ**

Сукупність наукових знань, методів і навичок по вивченню і раціональній оптимальній організації будь-яких потокових процесів можна розглядати як інноваційну логістику з метою підвищення ефективності їх кінцевих результатів за рахунок виявлення і використання додаткових, як правило, прихованих резервів управління [1].

Інноваційна логістика зв'язана із загрозами безпеки, які можуть наразити на небезпеку сільськогосподарських компаній. Впровадження інноваційної логістики з включеною компетенцією штучного інтелекту може зробити істотний вплив на підвищення ефективності тобто мінімізації логістичних витрат сільськогосподарської галузі. Ще однією важливою перевагою впровадження інноваційної логістики і штучного інтелекту в логістичній галузі є той факт, що ці технології можуть зіграти величезну роль в підвищенні точності і ефективності обробки ланцюжка постачань [2].

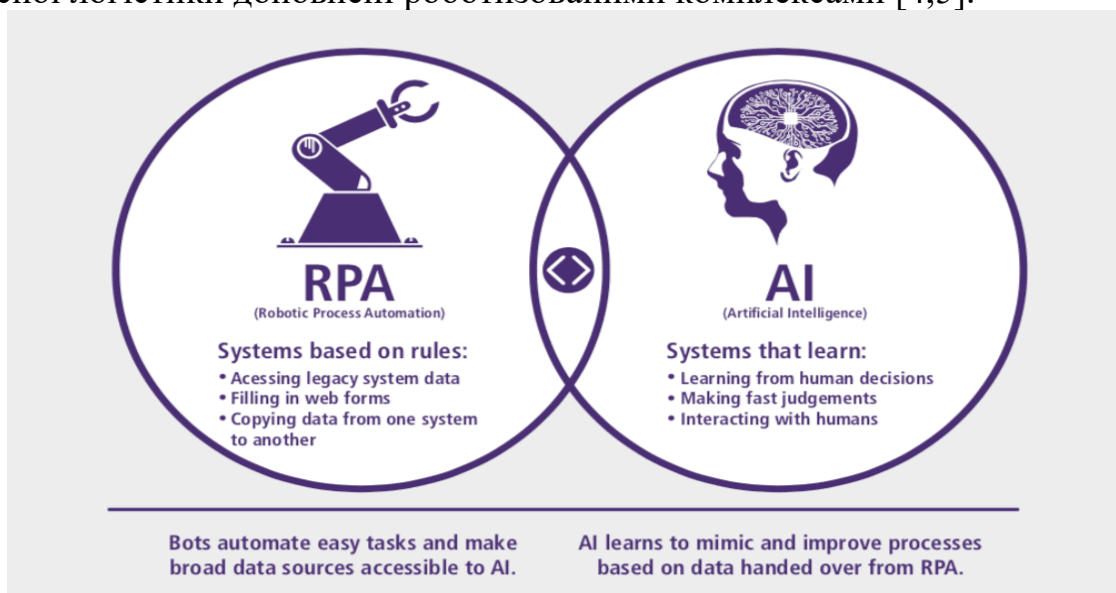
За допомогою штучного інтелекту логістичні компанії можуть ефективніше управляти усіма процесами ланцюжка постачань за допомогою попереджуючої системи логістики. Основне очікування клієнтів логістичних



компаній - доставка замовлень як найшвидше. В результаті компанії використовують систему попереджуючої логістики, щоб визначити, чи спостерігається збільшення або зменшення попиту з боку їх клієнтів, і скоректувати обсяг виробництва відповідно до тенденції. Таким чином найважливішою компетенцією інноваційної логістики є штучний інтелект, а впровадження в логістичних компаніях значимих компетенцій, призводить до поліпшення процесу управління і аналізу величезних об'ємів даних. Електронні таблиці і інші застарілі системи більше не є ефективним методом управління даними. Таким чином, штучний інтелект з'явився, коли інформація і дані почали досягати неймовірних кількостей в логістичній галузі. Логістичні компанії генерують і щодня обробляють величезні об'єми даних. Раніше це було реальною проблемою для співробітників до впровадження штучного інтелекту і автоматизації. Системи відстежування в режимі реального часу, системи попереджуючої логістики і можливість управляти великими об'ємами даних впродовж декількох секунд призводять до швидшої доставки, меншої кількості людських помилок, меншої кількості втрачених або помилково доставлених замовлень і, очевидно, до підвищення задоволеності клієнтів.

Великі транснаціональні компанії які оперують глобальними ланцюжками постачань, знаходяться під безпрецедентним тиском ринку, що постійно ускладнюється. Їм необхідно надавати максимально високий рівень сервісу при мінімальних витратах. Внутрішні функції глобальних корпорацій, такі як бухгалтерія, фінанси, кадри, юридичний супровід і інформаційні технології, переповнені величезною кількістю дрібних, нудних, та таких, що повторюються завдань. Компетенції інноваційної логістики, що базуються на штучний інтелект, може надавати великі можливості для заощадження часу, зменшення витрат і збільшення продуктивності, можуть виконувати рутинні операції [3].

Компетенції інноваційної логістики - це термін, що об'єднує в собі інтелектуальну автоматизацію бізнес-процесів з використанням комбінацій штучного інтелекту і що найпотужнішого алгоритмізованого апарату сучасної логістики доповнені роботизованими комплексами [4,5].



Як ми бачимо на малюнку 1, RPA (robotic process automation) - це не еквівалент штучного інтелекту. Штучний, здатний навчатися і отримувати інсайти з неструктурованих даних, тоді як RPA може діяти тільки на основі заздалегідь прописаних чітких правил.

Управлінські рішення логістичних компаній ґрунтуються на величезній кількості інформації такою, що поступає від третіх сторін: перевізники, тимчасовий персонал, чартерні авіалінії і інших підрядників і вендорів. Це викликає постійне зростання навантаження на бухгалтерський персонал. Мільйони рахунків і актів від тисяч вендорів, партнерів і провайдерів комусь треба обробляти. І в цьому місці технології штучного інтелекту, на кшталт обробки природної мови, можуть виділяти критичну інформацію, таку як сума рахунку, дати, адреси, коди клієнтів і коди товарів, щоб розібратися в морі слабоструктурованої інформації що поступає [6].

Інноваційний аспект залучення штучного інтелекту надає єдиній методології логістики повноту і логічну закінченість. Усі управлінські рішення в діяльності підприємства, пов'язані із заготівельним, складським, транспортним, сервісним і розподільним процесами, відповідно до логістичної концепції повинні прийматися з урахуванням раціоналізації усього потокового процесу. Це вимагає попереднього дослідження (аналізу, прогнозу, моделювання) власне комерційних процесів в оптовій ланці і забезпечує найкращу реалізацію загальноекономічних функцій сфери товарного обігу.

Сьогодні вітчизняні структури потребують тотальної, конструктивної і послідовної програми зміни логістики, з метою створення в них цілісних логістичних систем, що дозволяють вирішувати завдання стратегічного рівня. Проте будь-які логістичні перетворення супроводжуються значними витратами, і тому вимагають реалізації послідовній і розгорнутій у просторі та часі програмі заходів, які одночасно є комплексом необхідних соціально-економічних, організаційно-технічних, інформаційних, правових, кадрових та ін [7].

У сучасних умовах важливим елементом діяльності логістичних інноваційних систем стають управління нововведеннями і оцінка інвестиційних проектів, а також логістична координація в процесі вироблення рішень, що стосуються продуктових або процесних інновацій. А об'єктами змін є способи виконання проекту, послідовність, методика аналізу, ноу-хау управління структурою, способи узгодження управлінських рішень з підрозділами організації. Таким чином компетенції інноваційної логістики що базуються на принципах і комплексах штучного інтелекту можуть істотно підвищити конкурентний потенціал компаній працюючих в такому значимому агросекторі.

#### Література

1. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2001. – 640 с.
2. Джеймс Р.Сток, Дуглас М. Ламберт. Стратегическое управление логистикой. Под ред. В. Сергеева. Пер. с англ. –М:2005, 797с.
3. Дэниел О Лири. ERP-системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. – М.: «Вершина», 2004.
4. Kalakota, R. (2016). A comparison of RPA, AI, and Cognitive Automation.

5. Zhou, A. (2017). EY, Deloitte And PwC Embrace Artificial Intelligence For Tax And Accounting. Forbes.
6. Крикавський Е.В. Логистика. Для економістів: Підручник. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2004. – 448 с.
7. Алькема В.Г., Сумець О.М. Логістика. Теорія та практика. Навчальний посібник. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 272 с.

*Комар Ю.М.  
доктор. держ. упр., професор  
Донецький державний університет управління  
Гусаков С.В.  
аспірант  
Донецький державний університет управління*

## **АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИРОБНИЦТВІ**

Основними елементами процесу розвитку портових підприємств повинні бути наступні: визначення мети розвитку підприємства з урахуванням інтересів численних зацікавлених сторін, формування й реалізація стратегії розвитку портового підприємства, удосконалювання структури підприємства відповідно до мети й стратегією розвитку, формування моделі розвитку, керування ефективністю процесу розвитку портового підприємства та формування механізму підвищення конкурентоспроможності порту.

Інноваційні виробничі технології, застосовувані в проаналізованих провідних закордонних портах, можна структурувати у наступні основні групи:

автоматизація виробництва, використання робототехніки й комп'ютерного управління вантажооброблюваним устаткуванням;

підвищення екологічності й енергоефективності транспортних засобів на території порту;

автоматизований контроль екологічної обстановки;

використання альтернативної електричної генерації;

формування єдиної інформаційної мережі порту;

інноваційні технології на залізничному транспорті;

інші технології.

Використання робототехніки й комп'ютерного управління вантажооброблюваним устаткуванням У всіх проаналізованих портах у тому або іншому виді застосовується комп'ютерне управління службовою технікою, і у всіх випадках воно інтегроване із системою відеорозпізнавання номерів контейнерів і RFID ідентифікації вантажівок:

у порту Сінгапуру таке управління, інтегроване із системою планування операцій, дозволяє знизити кількість операторів кранів до 1 чел. на 6 кранів (у середньому);

у портах Лос-Анджелеса й Нью-Йорка спостерігається менший рівень автоматизації й крани управляються, як правило, вручну, однак, автоматизована

система обчислює й видає операторові команди щодо оптимального порядку й темпу роботи, що дозволяє знизити зайві й неефективні рухи;

сама передова система впроваджена в порту Роттердама: тут досягнута повна роботизація берегових кранів (1 оператор на 10 кранів звичайно просто контролює, але не управляє процесом). Крім того, практично всі операції по перекиданню вантажів усередині порту здійснюються за допомогою безпілотних вантажівок, керованих комп'ютерною системою (Automated Guided Vehicles);

подібна система впроваджена також і в порту Шанхая, але поки лише на одному терміналі й в обмеженому обсязі (у якості демонстраційного зразка), при цьому вона не включає використання безпілотних вантажівок. Основною перевагою Шанхайського зразка роботизації діяльності порту є рекордна щільність установки контейнерів - до 8 штук у вертикальному порядку (в одній стопці), за рахунок чого площа терміналу використовується з максимально можливою ефективністю.

Підвищення екологічності й енергоефективності транспортних засобів на території порту Програми підвищення енергоефективності й екологічності, у свою чергу, розвиваються провідними портами по наступних основних напрямках: напрямом, що найбільш активно розвивається, - організація берегового електроживлення для судів, що заходять, щоб вони під час знаходження в причалів заглушали свої дизельні двигуни, за рахунок чого досягається економія палива й зниження шкідливих викидів в атмосферу. Такі проекти найбільше широко розвинені в Лос-Анджелесі й Роттердамі, де вже побудована вся необхідна інфраструктура, і разом з генеруючими компаніями сформована приваблива лінійка тарифів на електроенергію. Судам, що володіють технічною можливістю доступу до берегового електроживлення, надаються істотні знижки від портових зборів і тарифів. В інших проаналізованих портах ця інновація перебуває поки на початкових стадіях впровадження, і доступна в дуже обмеженому обсязі.

У всіх проаналізованих портах, за винятком порту Шанхая, уведена система стимулювання судновласників до використання дизельного палива більш високого класу (ультранизкосернистого), за рахунок надання знижок до тарифів і зборам порту для таких судів; судновласники також фінансово стимулюються до установки систем очищення, що відробили газів (газових каталізаторів) на своїх судах; крім того, також у всіх портах уведена система зниження швидкості судів (звичайно, за 30-50 км до входу в порт) до 12 вузлів, що дозволяє забезпечити економію палива до 15-30% і знизити рівень шкідливих викидів.

Для підвищення ефективності й екологічності автотранспорту, що знаходиться на території порту, уживають заходи щодо заміни існуючого автопарку порту й працюючих у ньому компаній на автомобілі з найбільш сучасними двигунами, що відповідають самим строгим на теперішній момент екологічним вимогам. Зокрема, найбільший обсяг роботи в цьому напрямку пророблений у портах Лос-Анджелеса, Нью-Йорка й Роттердама, у яких відсоток «чистого» автопарку наближається до 100% за рахунок заборони в'їзду на територію старих автомобілів, системи знижок і надбавок для сторонніх

компаній залежно від екологічного стану їх автопарку, а також прямих субсидій на відновлення автопарку ( до 25% від капітальних витрат).

У якості додаткового заходу підвищення енергоефективності, проаналізовані порти стимулюють установку на знову закуповуваної транспортній іг вантажооброблюваного техніці систем рекуперації енергії - зокрема, рекуперації енергії в порталних кранах ( при опусканні вантажу), які також інтенсивно переводяться на повністю електричну тягу, так і рекуперації енергії гальмування в автотранспорті. Такі заходи активно проводяться в портах Лос-Анджелеса й Роттердама; Сінгапур і Нью-Йорк у цьому плані трохи відстають від них, і випадки застосування такої технології там одиничні, у Шанхаї дані заходи практично не реалізуються.

Отже, була проведена зведена оцінка сильних і слабких сторін інноваційних технологій, застосовуваних проаналізованими закордонними компаніями за наступними напрямками: інформаційні технології; технології інтенсифікації виробництва; технології підвищення екологічності й енергоефективності; технології в області забезпечення безпеки порту; управлінські технології.

*Кондратьев С.А.  
аспірант, асистент*

*Луганский национальный университет имени Владимира Даля*

## **ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА**

На процесс формирования и развития субъектов малого бизнеса влияют различные факторы, управление которыми определяет эффективность бизнеса. Любое предприятие находится и функционирует под воздействием внешних факторов. Каждое действие всех хозяйствующих субъектов возможно лишь в том случае, если эти факторы допускают его осуществление. Поэтому эти моменты должны быть предметом постоянного внимания со стороны предпринимателя. Когда малый бизнес находится на стадии развития, он крайне чувствителен и уязвим, а также в значительной степени зависит от колебаний внешней конъюнктуры экономики страны.

Целью исследования является выявление ключевых факторов внешней среды, влияющих на развитие малого бизнеса.

Любое предприятие, не зависимо малое или крупное, взаимодействует с внешней средой. Внешняя среда является источником средств для малой компании, необходимых для поддержания её внутреннего потенциала. Следовательно, значение внешней среды в развитии малого бизнеса крайне велико. Важную роль также играет и внутренняя среда, которая представляет собой совокупность внутренних факторов, зависящих от деятельности самого хозяйствующего субъекта. В значительной степени внутренняя среда имеет субъективный характер, поскольку напрямую зависит от руководителя компании, его компетентности, мотивации, знаний и навыков ведения хозяйственной деятельности.

Внешняя среда предприятия – совокупность активно хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных факторов, национальных и межгосударственных институциональных структур, действующих в окружении компании и воздействующих на различные сферы ее деятельности [1, с. 110].

Классификация факторов внешней среды предприятия, предлагаемая учёными-экономистами многообразна, и за ее основу могут браться различные принципы и критерии. В классификации, проводимой М. Альбертом, М. Мексоном, Ф. Хедоури [2], рассматриваются факторы косвенного и прямого воздействия на предприятие. К факторам косвенного воздействия относят: состояние экономики, уровень научно-технического процесса, социокультурные факторы, политическая обстановка в стране, а к факторам прямого воздействия – трудовые ресурсы, потребительские рынки, другие компании, с которыми данное предприятие либо конкурирует, либо сотрудничает, а также государственные учреждения.

Поскольку степень влияния факторов внешней среды различна, их можно подразделить на две группы: факторы микросреды и факторы макросреды, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1. Классификация факторов внешней среды

Факторы	Краткая характеристика
<b>Микросреда</b>	
Поставщики	Обеспечивают фирму оборудованием и материалами, сырьём, трудовыми ресурсами из внешней среды
Потребители	Люди, которые хотят удовлетворить свои потребности и предприятия, для которых фирма является поставщиком материалов и услуг
Конкуренты	Предприятия, реализующие аналогичную продукцию или оказывающие аналогичные услуги
Система государственной поддержки	Наличие программ государственной поддержки новых и развивающихся предприятий, а также доступность и качество государственных программ
Инфраструктура поддержки	Уровень развития коммерческих, учетных и юридических служб и организаций, оказывающих поддержку новому и растущему малому бизнесу
Институционально-организационная среда	Организации, обеспечивающие координацию хозяйственной деятельности, осуществление коммерческих операций, деловых связей и т.д.
<b>Макросреда</b>	
Экономические	Охватывают сформировавшиеся условия для ведения бизнеса, определяют общий уровень экономического развития, рыночных отношений и конкуренции в стране или регионе, в котором работает предприятие.
Политические	Политическая ситуация, характеризующаяся стабильностью развития общества и государства

Правовые	Правовая среда, устанавливающая права, обязанности, ответственность при ведении бизнеса, а также для остальных участников рынка
Социально-демографические	Социально-экономическая обстановка, связанная с уровнем занятости и безработицы, демографическая ситуация в стране, уровень жизни населения
Общественно-культурные	Культурная среда, обусловленная процессом культурного развития; взаимодействие культурных традиций и инноваций
Научно-технические	Уровень развития научных исследований и разработок, ведущих к созданию в стране новых возможностей для бизнеса, а также доступность научно-технических разработок для малых фирм
Экологические	Климатические условия, запасы природных ресурсов и экологическая обстановка
Международные	Крупные политические события, катастрофы и др., что необходимо учитывать во внешнеэкономической деятельности предприятия

Таким образом, к факторам микросреды относятся структуры, с которыми компании вступают в непосредственное взаимодействие, напрямую воздействующие на развитие предприятия (поставщики, потребители, конкуренты, законодательство и органы государственного управления).

Факторы макросреды могут не оказывать немедленного влияния на функционирование компании, но, в конечном счёте, сказываются на результатах её деятельности. К основным факторам макросреды можно отнести: экономические, политические, социально-демографические, правовые, общественно-культурные, природно-климатические, международные факторы, уровень научно-технического прогресса и др.

Основная сложность при анализе внешней среды заключается в том, что она находится в постоянной подвижности и неопределённости. Невозможно точно выявить её развитие, возможно лишь предположить и сделать прогнозы, следовательно, предпринимателям необходимо учитывать большое количество факторов при принятии решения.

Подвижность среды – скорость, с которой происходят преобразования и изменения в окружении компании. Стоит отметить, что малый бизнес лучше приспособляется в таких условиях, чем средние и крупные компании.

Неопределённость внешней среды является функцией количества информации, которой обладает предприятие относительно определённого фактора. Так как малый бизнес глобальное занятие, то требуется больше информации, и уверенность в её точности существенно снижается. Таким образом, чем неопределённей является внешняя среда, тем сложнее принимать рациональные решения.

Исследование показало, что внешняя среда предприятия представляет собой источник, который питает предприятие ресурсами, необходимыми для

поддержания его функционирования. Внешняя среда предприятия, несомненно, разнообразна и сложна, но, несмотря на все сложности ее анализа, предприятию, которое хочет выжить в конкурентных условиях, необходимо достигать поставленных целей и эффективно использовать угрозы превращая их в возможности, а также своевременно реагировать на изменения внешней среды. Только при таких условиях стоит рассчитывать на эффективное функционирование малого бизнеса.

#### Литература

1. Котилевская Т.С. Сущность и факторы понятия внешней среды // Международный научный журнал «Инновационная наука» №5/2017. – С. 109-112.
2. М. Мексон, М. Альберт, Ф. Хедоури. Основы менеджмента. – 3-е изд., пер. с англ. О. Медведь. – М.: Вильямс, 2017. – 672 с.

*Короленко О.Н.  
к.э.н., доцент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

### **ПРОБЛЕМА СОГЛАСОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОСЕРВИСА И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Переход сельского хозяйства Республики Беларусь на траекторию устойчивого экономического роста необходимо осуществлять с помощью эффективных институциональных форм хозяйствования, включая системы корпоративной вертикальной интеграции, различные формы агропромышленных объединений с высоким экспортным потенциалом, обеспечивающие развитие хозяйственных межотраслевых связей и способствующие агропромышленной интеграции.

Основой формирования и развития рынка агрохимической продукции и услуг является механизм согласования противоречивых экономических интересов предприятий агросервиса и сельскохозяйственных организаций, их сбалансированности. Регулирующее воздействие на участников рынка агрохимической продукции и услуг должно сочетать как условия для беспрепятственного развития всех видов интересов, так и выработку мер, направленных на ограничение монополизации отдельных видов интересов [2].

Традиционные подходы к регулированию экономических интересов состояли в том, что государство рассматривалось как самостоятельный, специальный орган, создающий условия для первоочередной реализации общенародного интереса, не допускающего его ущемления в пользу коллективных, региональных или личных интересов. Основным методом такого воздействия являлось присвоение государством значительной части результатов совместного труда и ее последующего распределения [1, с. 3].



Экономика напоминала огромный насос, выкачивающий подавляющую часть средств «наверх» и по своему усмотрению распределяющий их «вниз», к первичным ячейкам хозяйствования и на другие нужды. Отсутствие обратного воздействия и контроля привело к тому, что происходит отождествление действительно общественных потребностей с «мнимыми».

Осуществляемые преобразования не сняли проблему согласования интересов и требуют кардинально новых подходов к ее решению. Отметим основные обстоятельства, послужившие факторами осложнения проблемы.

Первый фактор состоит в том, что существенно расширились группы интересов. Раньше они классифицировались преимущественно как трехуровневые: интересы государства, коллектива, личности. Теперь на каждом из перечисленных уровней произошли процессы деления и дифференциации. Так, на уровне государственных фиксируется относительное обособление интересов центра и регионов.

На уровне хозяйственных (коллективных) интересов наблюдается еще более интенсивное и масштабное раздробление, обусловленное в первую очередь приватизацией собственности. Как результат – обособились и образуют сложное, противоречивое переплетение интересы труда, капитала и управления. Реальностью стали «конфликты интересов», корпоративные стычки и другие подобные противоречивое переплетение интересы труда, капитала и управления.

Реальностью стали «конфликты интересов», корпоративные стычки и другие подобные явления, когда расхождение интересов принимает формы, открытые для всего общества. Вместе с тем значительно большее число конфликтов остается «в тени», оказывая воздействие на экономические и социальные процессы [3, с. 23].

Второй фактор связан с неупорядоченностью системы интересов и отсутствием устойчивой доминанты, которая выражала бы общезначимую для страны перспективу социально-экономического развития. Прежняя трехуровневая структура служила опорой для налаживания механизма взаимодействия и регулирования направленности государственных, коллективных и личных интересов. К примеру, согласованность между ними заключалась в преодолении ведомственности, нерациональных хозяйственных связей и т. п. В сложившейся ситуации они характеризуется иными параметрами, и, прежде всего высокой степенью противоречивости и рассогласованности даже на формально одном и том же уровне, например, региональном.

Третий фактор специфичен, поскольку все социальные интересы, от государственных до институциональных и частных, обусловлены личным или персональным интересом. Любая общественная деятельность совершается людьми, которые исходят из своих интересов. Но люди участвуют в современных экономических процессах во взаимодействии, совершенствуя новые формы организации труда и производства, которые отличаются более высокой, чем прежде, степенью координации, кооперации и интеграции. С учетом объективной тенденции нарастания социального взаимодействия субъектов хозяйствования согласование и интеграция индивидуальных

інтересов в сопряженні с державними или корпоративними представляється особливо важливою и актуальною задачею.

К сожалению, сейчас не столь редки факты, когда державные служащие или руководители организации ставят личные интересы выше социальных. Коррупцированность в экономическом аспекте есть следствие именно нарушения первичного и вторичного между различными интересами. Едва ли подобный феномен приобрел бы такой размах, если бы державные интересы были первичны для державных служащих не только формально, но и реально.

Таким образом, формирование рынка является предпосылкой активизации движущих сил обновляющейся экономической системы, появления новых форм движения экономических интересов, способов их согласования. Выступая мощным средством удовлетворения потребностей общества, рынок создает условия для развития личности. Механизм взаимодействия интересов требует обеспечения равенства всех хозяйствующих субъектов, оценки результатов их экономической конкуренции потребителем на рынке.

#### Литература

1. Сизоленко, В. А. Экономические интересы: развитие и механизм согласования – Киев, 2017. – 16 с.
2. Мусин, М. Проблема согласования интересов // Экономист. – 2015.– №5.– С. 54-58
3. Коротнев, В. Д. Формирование системы обеспечения сельского хозяйства кадрами управления. – Москва, 2018. – 257 с.

*Крамаренко К.М.*

*к.е.н., доцент,*

*доцент кафедры менеджменту і адміністрування*

*Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

## **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

В умовах жорсткої конкурентної боротьби сучасне підприємство повинно забезпечувати власний розвиток шляхом здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності. На практиці частка інноваційних інвестицій у будь-якого підприємства повинна постійно зростати, оскільки інвестування в умовах сьогодення має виконувати інноваційну функцію шляхом підтримки життєздатності системи розробки та комерціалізації нововведень, а також посилення в кінцевому продукті ефекту присутності знань як чинника виробництва.

Перехід до випереджальної стратегії в інноваційно-інвестиційній діяльності збільшить шанси на досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку, а отже і на тривалі й прибуткове функціонування. В ефективній інноваційно-інвестиційній діяльності українських підприємств зацікавлена значна кількість сторін: керівництво,

інвестори, персонал, клієнти, постачальники й підрядники, державні органи, суспільство в цілому [1].

Інвестиційна діяльність підприємства спрямована на розвиток усіх сфер діяльності і має на меті одержання прибутку. Звідси управління інвестиційною діяльністю – складова частина управління підприємством, що реалізується з метою підвищення інвестиційної привабливості об'єкта інвестування, оцінки та реалізації інвестиційних проектів і створення умов для найбільш ефективного протікання процесів інвестування.

На стадіях мотивації, стратегічного планування та обґрунтування доцільності інвестицій важливо правильно оцінити інвестиційний потенціал об'єкта інвестування. На сьогодні інвестиційний потенціал підприємств харчової промисловості потребує заходів щодо його підвищення. На більшості підприємств використовуються застарілі основні фонди та технології, що в свою чергу знижує інвестиційний потенціал підприємств. Проте вважається, що інвестиційно привабливими є підприємства, які мають певну матеріально-технічну базу, які нездатні самостійно виконувати свої поточні та довгострокові зобов'язання, через недостатність обігових коштів, енергомісткість продукції, відсутність кваліфікованих кадрів тощо. Деякі з інвесторів, віддаючи перевагу фінансово нестійким підприємствам або зовсім збанкрутілим, бажають придбати активи підприємства за мінімальною ринковою вартістю, а інші – бажають заволодіти підприємством для подальшого контролю над його прибутками, ринками тощо. Отже, інвестиційний потенціал підприємства харчової промисловості характеризується рівнем його інвестиційної привабливості для інвесторів та наявністю у нього власних інвестиційних ресурсів [2].

Харчова промисловість – одна з провідних і найбільш інвестиційно привабливих галузей не лише агропромислового комплексу, а й усього національного господарства України, яка поєднує виробництво і промислову переробку сировинних ресурсів рослинного та тваринного походження з реалізацією готової продукції. Перевагою продукції харчової промисловості України порівняно з іншими країнами світу є її екологічність, що забезпечується національними традиціями виробництва та жорсткими стандартами якості. Більшість підприємств харчової промисловості залишається прибутковою, зростає фінансовий результат від їхньої звичайної діяльності та рентабельність операційної діяльності, проте зростає й кількість підприємств, які одержують збиток та скорочують обсяги виробництва харчової продукції.

Інвестиційна привабливість харчової промисловості пояснюється швидкою окупністю інвестицій, наявністю широкої бази аграрної сировини для виробництва харчової продукції, а також існуванням містких ринків збуту. Виробництва галузі характеризуються значно меншою порівняно з іншими галузями залежністю від кон'юнктурних змін на зовнішніх ринках завдяки значній ємності внутрішнього ринку та низькій еластичності попиту на продовольчу продукцію. Підвищуючи свою інвестиційну привабливість, підприємства харчової промисловості мають можливість вирішити низку проблем, пов'язаних з оновленням матеріально-технічної бази, модернізацією виробництва, збільшенням обсягів випуску конкурентоспроможної продукції й

розширенням її асортименту, впровадженням нових технологій, які б гарантували збереження цінних властивостей сировини та якість готової продукції, застосуванням безвідходних та маловідходних технологій, налагодженням випуску якісної харчової продукції, яка б відповідала світовим стандартам якості та потребам населення. Специфікою харчової промисловості України є значна поляризація суб'єктів господарювання: велика частка малих підприємств у галузі, якими реалізується менше 10 % усієї продукції галузі. Натомість у ЄС малі підприємства харчової промисловості, становлячи 95 % від загальної кількості підприємств галузі, забезпечують 22 % доходів усієї галузі. За таких обставин малі та мікропідприємства є набагато менш інвестиційно привабливими порівняно з великими та середніми, які демонструють позитивні фінансові результати і забезпечують основні обсяги реалізації продукції галузі [3].

Впровадження заходів щодо активізації процесів модернізації харчової промисловості виступають об'єктивною вимогою її подальшого ефективного функціонування в умовах глобалізованого суспільства. На сьогодні існує цілий ряд інновацій, які можуть бути впроваджені на підприємствах харчової промисловості. Їх можна поділити на такі групи: маркетингові, технологічні, еколого-гігієнічні і технічні.

Маркетингові інновації передбачають виробництво нових харчових продуктів, розширення асортименту існуючої продукції, а також інтеграцію продукції та сервісу тощо. Технологічні інновації передбачають застосування нових або удосконалених технологій виробництва, зокрема таких, які забезпечують використання сировини з низькими функціонально-технологічними властивостями, збільшення тривалості зберігання продукції і т.п. До еколого-гігієнічних інновацій відносять ті, які відповідають вимогам натуральності, безпечності продукції, а також надання продукції лікувально-профілактичних властивостей. Технічні інновації передбачають застосування традиційного та сучасного обладнання [4].

Впровадження інновацій з наукової точки зору дозволяє дослідити, визначити та узагальнити технологічні параметри виробництва нової продукції; з практичної точки зору – одержати широкий асортимент продуктів для різних верств населення України, забезпечити високі показники якості, харчової цінності продукції, підвищити ефективність та глибину переробки сировини, поглибити кооперацію між окремими ланками харчопереробного комплексу; з соціальної точки зору – задовольнити потреби населення доступними за ціною продуктами через впровадження нового асортименту харчової продукції, створити нові робочі місця на існуючих виробничих потужностях та ін. [4].

Отже, харчова промисловість України є однією з найбільш інвестиційно привабливих галузей економіки. Інвестиційна діяльність підприємств галузі повинна мати інноваційну спрямованість, що забезпечить розвиток підприємств і галузі в цілому у довгостроковій перспективі. В ефективній інноваційно-інвестиційній діяльності зацікавлено досить багато суб'єктів, і це, зокрема, пояснюється надзвичайно великим науковим, практичним і соціальним значенням інновацій у харчовій промисловості.

## Література

1. Сибирка Л.А., Корівчак А.М. Управління інвестиційною діяльністю українських підприємств в умовах глобальної економічної турбулентності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2016. Вип. 7. Ч.3. С.82 – 85.

2. Касьянова Н.В., Камеристий Є.В. Інвестиційний потенціал підприємств харчової промисловості України: особливості формування. *Вісник Донецького університету економіки та права*. 2011. № 1. С. 132 – 135.

3. Перегуда Р.В., Стасюк Ю.М. Інвестиційна привабливість підприємств харчової промисловості України. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 17. С.314-321. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-46>

4. Янчева М.О., Желева Т.С. Інноваційні технології м'ясних продуктів [Електронний ресурс] : опорний конспект лекцій / ХДУХТ. Харків, 2017. 1 електрон. опт. диск (CD-R).

*Кривенко О.А.*

*аспірант*

*кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД*

*Запорізький національний університет*

## **ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ЗБУРЕНЬ ДО ЗАДАЧ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Зростання економічної взаємозалежності на рівні країн, регіонів та окремих компаній є показником сучасного соціально-економічного розвитку світу, який включає в себе Україну та суб'єкти підприємницької діяльності. Інтеграція української економіки в світову економічну систему викликає зростання конкуренції з боку високопродуктивних міжнародних компаній. Ефективність діяльності підприємств у конкурентному середовищі досягається за допомогою сучасних принципів, підходів та методів управління в різних галузях.

Сучасний стан української економіки характеризується значним погіршенням економічних показників, що відображають ефективність діяльності підприємств, особливо в машинобудуванні. Відомо, що витрати на матеріальні ресурси складають половину вартості технічних продуктів.

Економетричне моделювання логістичних систем забезпечує застосування сучасних математичних інструментів для оптимізації, особливо у сфері управління запасами. Моделі, які застосовуються для прийняття рішень стосовно управління запасами підприємства, мають багато обмежень. Відхилення спрощеної математичної моделі від реальної логістичної системи можуть бути різними. У випадку, коли вхідні параметри системи істотно не змінюються, відхилення в результатах моделювання можуть бути невеликими на всій області параметрів. Для аналізу «збуреної» системи можна використовувати асимптотичні методи. Ці методи дозволяють знайти розв'язок задачі за умови незначної зміни параметрів системи.

Сутність асимптотичних методів полягає в тому, що розв'язок задачі представляється як розвинення за степенями малого параметра, який природно виникає або штучно вводиться для зручності. Для дослідження конкретної прикладної задачі заздалегідь припускають, яку форму буде мати розв'язок у вигляді ряду, і підбирають відповідну асимптотичну послідовність. Найпростішою і загально визнаною на практиці є послідовність цілих степенів малого параметра, зокрема  $\varepsilon^n$ .

Детальний опис та практичне застосування асимптотичних методів та методів збурень наведено в роботах Найфе [4], Андріанова та Маневича [1], Грищака [2].

Метою даного дослідження є подальша розробка моделі економічного замовлення з використанням методів збурень та отримання простих у використанні асимптотичних формул для визначення розміру замовлення, коли вартість виконання замовлення, вартість зберігання та попит на продукцію зазнають незначних змін.

Практика управління запасами підприємства передбачає використання однієї з найпоширеніших моделей, яка відома як економічна модель замовлення (модель EOQ) або формула Вільсона. Формула Вільсона для оцінки величини економічного розміру замовлення може приймати наступні форми [4]:

$$q_{opt} = \sqrt{\frac{2C_0 S}{h}} \quad (1)$$

де  $q_{opt}$  - це економічний розмір замовлення;  $C_0$  - вартість виконання одного замовлення,  $S$  – величина попиту за певний період часу;  $h$  - вартість зберігання одиниці продукції протягом певного періоду часу,  $\alpha$  - вартість зберігання одиниці продукції за певний період з урахуванням займаної площі;  $k$  – коефіцієнт, який характеризує лінійні розміри одиниці продукції.

Однією з основних частин вартості замовлення є вартість доставки, яка через підвищення цін на паливо постійно зростає. Якщо припустити, що протягом певного періоду часу (наприклад, кожного місяця) вартість замовлення збільшується на  $i\%$ , то після  $n$  періодів часу вона сягатиме  $C_0 \cdot \left(1 + \frac{i\%}{100\%}\right)^n$ .

Приймаючи відношення  $\varepsilon = \frac{i\%}{100\%}$  ( $\varepsilon \ll 1$ ) за малий параметр, ми одержуємо витрати на замовлення у такій формі  $C_0 \cdot (1 + \varepsilon)^n$ . Оскільки параметр  $\varepsilon$  є малий, можна припустити, що відхилення від початкового значення  $C_0$  не є значним, і умова про постійність витрат на виконання замовлення виконується.

«Збурений» економічний розмір замовлення  $q^*_{opt}$  можна представити як асимптотичне розвинення за штучно введеним малим параметром  $\varepsilon$ :

$$q^*_{opt} = q_0 + q_1 \cdot \varepsilon + q_2 \cdot \varepsilon^2 + \dots \quad (2)$$

Ми нехтуємо у (2) членами більших порядків, ніж  $\varepsilon^2$ .

Розкладаючи функцію  $(1 + \varepsilon)^{\frac{n}{2}}$  у ряд Тейлора, одержуємо асимптотичну формулу для «збуреного» розміру замовлення  $q^*_{opt}$  у такій формі

$$q^*_{opt} = \sqrt{\frac{2C_0S}{h}} \cdot \left( 1 + \frac{n}{2} \cdot \varepsilon + \frac{n \cdot (n-2)}{8} \cdot \varepsilon^2 \right). \quad (3)$$

Як можна бачити з формули (3), «збурений» розмір замовлення відрізняється від формули Вільсона (1) на множник  $\left( 1 + \frac{n}{2} \cdot \varepsilon + \frac{n \cdot (n-2)}{8} \cdot \varepsilon^2 \right)$ .

Порівнюючи загальні витрати  $TC$ , які відповідають економічному (1) та «збуреному» розмірам замовлення (3), можна бачити, що при незначному зростанні витрат на виконання замовлення загальні витрати сягають мінімуму при «збуреному» розмірі замовлення:

$$TC(q_{opt}) = \frac{C_0(1+\varepsilon)^n S}{q_{opt}} + \frac{h q_{opt}}{2} = \sqrt{\frac{C_0 S h}{2}} \cdot \left( 2 + n \cdot \varepsilon + \frac{n \cdot (n-1)}{2} \cdot \varepsilon^2 \right); \quad (4)$$

$$TC^*(q^*_{opt}) = \frac{C_0(1+\varepsilon)^n S}{q^*_{opt}} + \frac{h q^*_{opt}}{2} = \sqrt{\frac{C_0 S h}{2}} \cdot \left( 2 + n \cdot \varepsilon + \frac{n \cdot (n-2)}{4} \cdot \varepsilon^2 \right). \quad (5)$$

Таблиця 1 демонструє вплив зростання витрат на виконання замовлення на загальні витрати, які відповідають економічному та «збуреному» розміру замовлення.

Таблиця 1 – Порівняння загальних витрат, грн, (розраховано автором)

Період	$\varepsilon=0$		$\varepsilon=0,01$		$\varepsilon=0,02$	
	ТС (4)	ТС* (5)	ТС (4)	ТС* (5)	ТС (4)	ТС* (5)
0	30983,87	30983,87	30983,87	30983,87	30983,87	30983,87
1	30983,87	30983,87	31138,79	31138,79	31293,71	31293,71
2	30983,87	30983,87	31295,25	31294,48	31609,74	31606,64
3	30983,87	30983,87	31453,27	31450,95	31931,97	31922,68
4	30983,87	30983,87	31612,84	31608,19	32260,4	32241,81
5	30983,87	30983,87	31773,96	31766,21	32595,03	32564,04
6	30983,87	30983,87	31936,62	31925	32935,85	32889,37
7	30983,87	30983,87	32100,84	32084,57	33282,87	33217,8
8	30983,87	30983,87	32266,6	32244,91	33636,09	33549,33
9	30983,87	30983,87	32433,91	32406,03	33995,5	33883,96
10	30983,87	30983,87	32602,77	32567,92	34361,11	34221,68
11	30983,87	30983,87	32773,19	32730,58	34732,91	34562,5
12	30983,87	30983,87	32945,15	32894,02	35110,92	34906,42

Як видно з таблиці 1, загальні витрати, які відповідають «збуреному» розміру замовлення, і були обчислені за формулою (5), є трохи менше тих, що були розраховані за формулою (4). Проте у масштабах загальних закупівель підприємства скорочення витрат може бути значним.

## Література

1. Андрианов И. В. Асимптология: идеи, методы, результаты. URL: <https://epdf.pub/-7b113f60a12e11ff4606a24934d6365714217.html>. (дата звернення 09/01/2020)
2. Грищак В. З. Гибридни асимптотичні методи та техніка їх застосування: монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2009. 226 с.
3. Модели и методы теории логистики : учеб. пособие. URL: <https://www.twirpx.com/file/1882525/>. (дата звернення 09/01/2020)
4. Найфэ А. Х. Введение в методы возмущений. URL: <https://www.twirpx.com/file/479594/>. (дата звернення 09/01/2020)

*Куліш Т.Ю.*  
*студентка*  
*Херсонський національний технічний університет*  
*Воскресенська О.Є.*  
*к.е.н., доцент*  
*Херсонський національний технічний університет*

## **АНАЛІЗ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ**

Туризм є однією з прибуткових галузей світової економіки в нинішній час. Сфера туризму впливає на економічний розвиток не тільки країни в цілому, а й на розвиток кожного регіону, вона впливає на споживчий ринок, інфраструктуру, а також на інші галузі підприємницької діяльності. Тому туризм доцільно назвати міжгалузеву сферою економіки, яка охоплює не тільки засоби розміщення, але й транспорт, зв'язок, індустрію харчування, розваг і багато іншого. Ця сфера позитивно впливає на державу та її розвиток. Враховуючи наявні ресурси, наша країна має значні перспективи для розвитку туризму. Тому дослідження діяльності туристичних підприємств є актуальним.

Дослідженням функціонування туристичних підприємств, займалися ряд вчених, серед яких: О. Амоша, І. Бережна, А. Воронкова, О. Гнаткович, С. Гробовенська, Ю. Горбань, А. Дембський, А. Новаковська, М. Орлович, В. Павлов, А. Панасюк, О. Рогалевський, В. Руденко, Д. Стеченко, І. Твердохлебов, І. Школа, Л. Шевчук, Р. Балашова, С. Мельниченко, М. Бойко, О. Любіцева та ін.

Туризм як складова сфери послуг має свою специфіку, типологію та функції, які дозволяють визначити його як автономну сферу господарювання. Специфіка туристичної послуги полягає в характеристиках, що відрізняють її від інших послуг. Туристичний продукт являє собою складну сукупність параметрів задоволення споживчих вимог щодо забезпечення на платній основі відпочинку, рекреації, оздоровлення та інших потреб, прямо пов'язаних із географічним переміщенням на основі спільного використання комплексу товарів і послуг, надання яких відбувається на наявній природно-ресурсній, інфраструктурній, інституціональній, соціокультурній базі з урахуванням економічних характеристик, а також можливостей і обмежень міжнародного, національного,



регіонального, підприємницького характеру. Конкуентоспроможність туристичного продукту який пропонується споживачеві певним учасником ринку, стає відбиттям наявності відносних переваг цього продукту над іншими доступними альтернативами задоволення потреб у проведенні дозвілля, відпочинку, рекреації й оздоровлення [1, с.27].

Україна стає все цікавішою для іноземних туристів – про це свідчить зростаюча статистика відвідування нашої країни 2016-2018 років. За останніми даними Світового банку, за 2017 рік Україну відвідали 14,2 мільйони іноземних туристів. Це більше за кількість туристів у Сингапурі, Данії, Ісландії, Чехії, Швейцарії, Норвегії, Австралії, Швеції, Новій Зеландії та ще безлічі інших країн, які відомі давньою історією, унікальними пам'ятками та красивою природою.

Цифри світового банку збігаються і з даними Держстату за 2017-й рік, який зафіксував, що порівняно з 2016-м іноземних туристів побільшало майже на мільйон – з 13,3 млн. до 14,2 млн. Найбільш відвідуваним місцем серед іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса.

За даними державної служби статистики спостерігається зростання кількості суб'єктів туристичної діяльності у 2018 р. порівняно з минулим роком, юридичних осіб збільшилося на 5,16%, фізичних осіб - на 42,53% [4].

Український ринок туристичних послуг досить насичений. На ринку діє два види компаній – туроператори та турагенти, відмінність між якими полягає в тому, що туроператори створюють туристичний продукт, тоді як турагент є посередником у продажу туристичного продукту [2].

Співвідношення кількості туроператорів, турагентів та суб'єктів, що здійснювали екскурсійну діяльність в Україні у 2018р., наведено на рис. 1. Понад 68% від усієї чисельності суб'єктів туристичної діяльності становили турагенти [4].

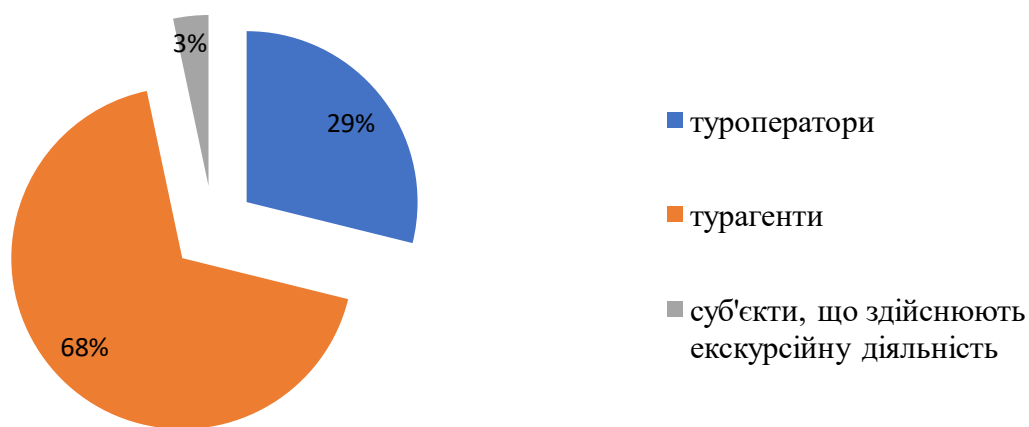


Рис.1. Суб'єкти туристичної діяльності 2018 року

Оскільки кількість суб'єктів туристичної діяльності залежать від кількості обслуговуваних туристів, доцільно провести аналіз кількості туристів, обслуговуваних саме суб'єктами туристичної діяльності України протягом 2016-2018 років.

Загальний обсяг потоку туристів та окремих його складових за типами туризму (в'їзний, виїзний, внутрішній) за останні роки змінювався неоднаковими темпами [3]. Переважаючий характер мав виїзний туризм (рис.2).

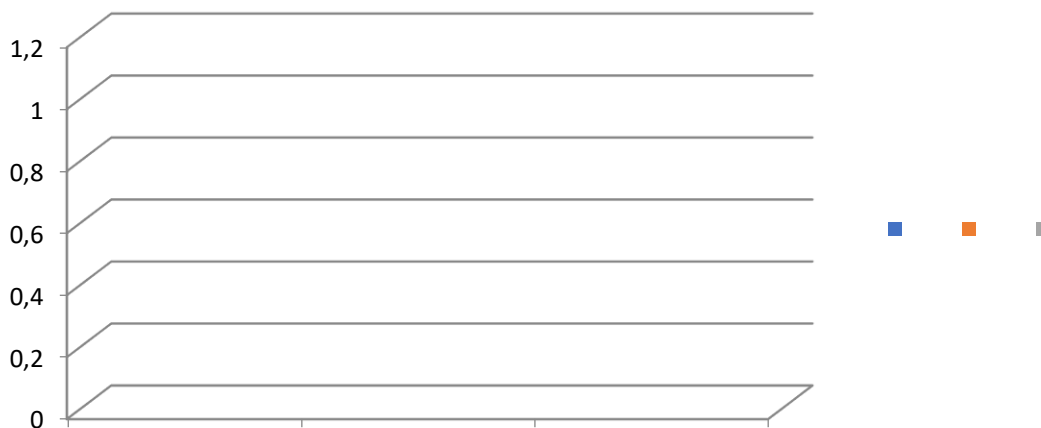


Рис. 2. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму

У 2018 р. кількість виїжджаючих туристів різко зросла через прийняття безвізового режиму з ЄС.

Оцінити сучасний стан рівня конкурентоспроможності українських туристичних підприємств доцільно з використанням матриці SWOT-аналізу.

Таблиця 3

Матриця SWOT-аналізу туристичних підприємств

	Можливості	Загрози
	1)Збільшення місткості ринку; 2)Створення на ринку нової мережі; 3)Внесення позитивних змін до чинного законодавства; 4)Створення нових спрощених систем бронювання; 5)Приріст населення.	1)Зниження темпів росту ринку; 2)Поява на ринку сильних конкурентів з потужним брендом; 3)Зростання продаж аналогічних послуг; 4)Спад в економіці; 5)Зміни уподобань споживачів.
<b>Сильні сторони</b>	1) збільшення місткості ринку за рахунок надання послуг високої якості та за рахунок розширення спектру послуг; 2) залучення більшої кількості споживачів за рахунок створення позитивного іміджу підприємства;	1) уникнення зниження темпів росту ринку за рахунок підвищення якості послуг та їх кількість, а також за рахунок зниження рівня цін; 2) зміцнення свої позицій на ринку за рахунок створення власного бренду та налагоджування

<p>6) Широкий спектр послуг, що надається;  7) Відомий бренд;  8) Нижчий рівень цін;  9) Розвинені канали збуту (серед них і мережа Інтернет).</p>	<p>3) створення нових спрощених систем бронювання за рахунок налагодження системи партнерства та за рахунок використання висококваліфікованих кадрів;  4) створення нових мереж за рахунок збільшення послуг та їх якості, а також підвищення зв'язків з надійними постачальниками.</p>	<p>зв'язки з надійними постачальниками, впроваджувати нововведення та розвивати канали збуту; 3) втримання споживачів за рахунок розширення асортименту послуг, створення позитивного іміджу організації та розвитку збутової мережі.</p>
<p><b>Слабкі сторони</b></p> <p>1) Низька зацікавленість працівників у розвитку підприємства;  2) Короткий життєвий цикл турпродукту;  3) Низький рівень фінансової стійкості;  4) Високий рівень витрат на освоєння новітніх технологій;  5) Нечасте впровадження нових продуктів та послуг;  6) Тривалі терміни окупності інноваційних вкладень;  7) Низький рівень ефективності реклами;  8) Недостатньо розвинені канали збуту;  9) Більш високий рівень конкурентної боротьби.</p>	<p>1) підвищення рівня сервісу та якості послуг за рахунок створення системи мотивації праці персоналу;  2) підвищення прибутковості підприємства за рахунок ефективного використання номерного фонду підприємства;  3) підвищення ефективності реклами за рахунок новітніх технологій в мережі Інтернет;  4) збільшення кількості відпочиваючих за рахунок удосконалення системи інтернет-бронювання.</p>	<p>1) можлива втрата споживачів через нестабільну соціально-економічну та політичну ситуацію в країні;  2) зниження прибутків через непередбачену рекламну кампанію;  3) підвищення витрат та скорочення прибутків через невчасне реагування на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі.</p>

Отже, у SWOT-матриці видно співставлення сильних та слабких сторін українських туристичних підприємств з можливостями та загрозами середовища. Таке співставлення дозволяє визначити ті можливості, які слід використовувати в першу чергу, та ті загрози, які є найсерйознішими.

На підставі SWOT-матриці можна зробити висновки і запропонувати стратегії поведінки для туристичних підприємств в даній ситуації. Перша стратегія полягає у використанні сильних сторін з урахуванням можливостей, які надає ринок. Головним напрямком даної стратегії є введення послуг на ринок у

нових природно-географічних зонах, а перспективами – просування на нові ринки та розширення сфер бізнесу. Друга стратегія полягає у використанні можливостей ринку, незважаючи на слабкі сторони. Альтернативою є розвиток сфер бізнесу, його зростання за рахунок зменшення витрат, активізації фінансової діяльності, а також забезпечення стабільності діяльності.

Так звана оборонна стратегія полягає у використанні сильних сторін підприємства для усунення можливих загроз, та розробка планів захищення від загроз ринку з урахуванням слабких сторін. Головними напрямками є завдання зберегти частку туристичного продукту на основі покращення якості надання послуг. Стратегічною альтернативою в даному випадку стає перебудова маркетингової та фінансової діяльності, а також чинної системи управління на підприємствах.

В даному випадку туристичним підприємствам не просто зосереджувати виробництво й розробляти такі виробничі системи, які одночасно відповідали різноманітним маркетинговим вимогам і при цьому зберігали свою конкурентоспроможність. Цей підхід вимагає встановлення певного комплексу маркетингових завдань, орієнтованих на дослідження ринків і тих сегментів ринку, у яких передбачається реалізація цих послуг та ступінь впливу.

Отже, на сьогодні існують всі необхідні передумови для розвитку галузі туризму в Україні, на який впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні та світі.

Таким чином, у діяльності тур-бізнесу є багато неорганізованих моментів, які потребують ряду різноспрямованих заходів, пов'язаних із формуванням кадрового потенціалу туристичного підприємства, удосконаленням послуг, впровадженням інновацій, адже це є однією з основних умов успішного розвитку туристичної галузі в наш час.

Сучасний конкурентоспроможний ринок туристичних послуг може оптимально розвиватися за умов формування чіткої концепції його функціонування та регулювання.

#### Література

1. Гнаткович О.Д. Управління туристичними потоками в Україні як чинник ефективного розвитку національної економіки // Вісник Львівського Інституту Економіки і туризму. - 2014. - №9. - С.25-33.
2. Грабовенська С. Впровадження туристичних кластерів як рушійної сили підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг. Молодь і ринок. - 2015. - №5(124). - С.80-87.
3. Горбань Ю. Україна стає все цікавішою для іноземних туристів. Укрінформ Київ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664509-artem-novikov-z-koznim-misacem-dobrovolcogo-u-nasomu-bataljoni-zalisalosa-vse-mense.html>
4. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

*Кулько-Лабинцева І. В.  
к.е.н, доцент кафедри економіки  
Класичний приватний університет м. Запоріжжя  
Преслічко Ю. В.  
студентка  
Класичний приватний університет м. Запоріжжя*

## **УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Задля збереження конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, агропромислові підприємства країни вимушені постійно шукати інноваційні шляхи розширення ринкових можливостей. Це зумовлене зростаючим тиском глобалізації економічних процесів в умовах соціально-економічної невизначеності ринку, суспільства. Для України важливим питанням залишається питання всебічного, інноваційного розвитку агрокомплексу, що є неможливим, без всебічного розвитку агропромислових підприємств країни.

Важливим є запровадження новітніх технологій, інформаційних, медійних ресурсів, форм збуту, заохочення персоналу в діяльності агропромислових компаній країни. Створення продуктових інновацій потребує великих матеріальних та часових затрат. Тому, важливо приділити значну увагу інструментам управління інноваційним розвитком агропромислових підприємств країни, управлінським інноваціям.

Нині науковці знаходяться в активному пошуку єдиного тлумачення поняття «управлінські інновації», але на цей процес активно впливають міра та ступінь розвитку галузі, в якій вони впроваджуються, система управління підприємством, на якому заплановано їх застосування, державне регулювання інноваційної діяльності та аспекти впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання тієї, чи іншої галузі. [4, с. 13]

Інновації в управлінні агропромисловими підприємствами впроваджуються як чинник прямого впливу на результати їх діяльності. Розробка та впровадження управлінських інновацій на агропромислових підприємствах спрямовані на підвищення продуктивності їхньої праці, ущільнення часу між прийняттям економічного рішення та його реалізацією, забезпечення високотехнологічних результатів їхньої діяльності в умовах економічної та соціальної невизначеності. Управлінські інновації, які впроваджуються на агропромислових підприємствах країни, виступають носіями екологічних, технологічних та соціально-економічних видів інновацій, та впливають на інноваційну привабливість країни в цілому.

Більшість науковців розглядає управлінські технології, як інноваційні інструменти, що дозволяють враховувати збалансованість та оптимізацію фактору часу та обсяг, норми використання ресурсів. Використання новітніх управлінських технологій в процесі управління агропромисловими підприємствами, дозволяє контролювати, спрямовувати у векторі інноваційного

розвитку управлінські функції, співпрацю із виконавцями та замовниками, оцінювати достовірно кінцеві результати діяльності підприємств.

Наразі, актуальним питанням залишається побудова горизонтальних зв'язків між економічними одиницями, що співпрацюють, здійснюють процес управління на агропромисловому підприємстві. Проблематика цього питання постає в наступному: тісні взаємозв'язки між відділами, стратегічними партнерами одного рівня управління, не впорядковані відповідними положеннями, та іншими внутрішніми документами агропромислового підприємства, все це призводить до нагромодження системи управління на агропромисловому підприємстві, і, як наслідок – до затягування строків прийняття того, чи іншого управлінського рішення, реалізацію проекту. Відсутні чіткі та узгоджені заздалегідь правила стратегічної взаємодії на багатьох агропромислових підприємствах країни.

Діяльність будь-якого підрозділу підприємства, спрямована на якісне виконання саме тих функцій, що покладені на нього, тому управлінська діяльність кожного структурного підрозділу є виокремленою, такою, що потребує встановлення тісних взаємозв'язків із діяльністю інших управлінських підрозділів. Актуальним залишається питання врегулювання прогалів в управлінській діяльності процесів, питань, структурних проблем, що виникають на межі декількох управлінських ланок підприємства.

За умови лобювання кожним відділом особистих інтересів, виникає неузгодженість думок та прийняття управлінських рішень в умовах підвищеного психологічного тиску. Більшість агропромислових підприємств спрямовують свою управлінську діяльність на перспективні, стратегічні цілі, які досягаються протягом тривалого часу, та нехтують необхідністю попереджального прийняття стратегічних рішень. [3, с. 243]

Не гнучка керованість управлінських процесів призводить лише до того, що поточне та стратегічне планування виявляється не ефективним, не впроваджується в повній мірі в діяльність агропромислового підприємства, стає не таким ефективним, оскільки, не враховується мінливість зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Управлінські технології на агропромисловому підприємстві повинні оновлюватись безперервно, відповідати вимогам ринку, забезпечувати попередження нагромодження «вертикалі» управлінських рішень. Це забезпечується тільки за рахунок впровадження управлінської взаємодії у вигляді конверсії, диференціації, синхронізації, розвитку системи та структури управління на агропромисловому підприємстві.

Наразі, інноваційний розвиток більшості агропромислових підприємств завершується на намаганнях запровадити трансфер технологій, модернізувати виробничі потужності, при цьому втрачається фокусування на трансфері саме управлінських технологій, який спирається на аналіз існуючого управлінського процесу на підприємстві, та його всебічне удосконалення. [2, с. 71]

Управлінські інновації є ефективним інструментом розвитку агропромислового підприємства, тільки якщо застосовуються вчасно та системно. Іноді період їх апробації становить набагато більше часу, ніж

реалізація окремого проекту, під який вони були розроблені. Але контроль за апробацією управлінських інновацій та подальшим їх застосуванням покладено на відповідний персонал, який може мати низький рівень кваліфікації, та низьку мотивацію праці в рамках інноваційних управлінських нововведень. Це, в свою чергу, стимулює громіздкість системи управління підприємства в цілому, та відсутність необхідних змін у ній. [1, с. 62]

Тому, задля ефективного впровадження управлінських інновацій, як інструменту розвитку агропромислового підприємства, важливо удосконалювати організаційну структуру підприємства, перегляду системи управління на підприємстві. Важливо відрегулювати темпи виконання вже поставлених завдань, та врегулювання управлінських ланок при початку роботи над новими проектами. Для цього можливо побудувати дерево цілей, спроектувати технологічну карту кожного проекту таким чином, щоб в ній відображались усі новітні доробки, що впроваджуються у систему управління на підприємстві.

Найголовнішим завданням управлінських інновацій на агропромислових підприємствах залишається оптимізація структури управління на підприємстві за рахунок впровадження новітніх розробок в галузі управління, адміністрування, та права. Можливим є використання методу сценаріїв паралельно з системною візуалізацією менеджменту на агропромисловому підприємстві, задля того, щоб чітко визначити поле впливу системи управління підприємства на його конкретні результати діяльності, та скорегувати ступінь цього впливу за потреби.

#### Література

1. Гуцалюк О. М. Взаємозв'язок ієрархічної структури технологій управління з рівнями технологічної зрілості підприємства / О. М. Гуцалюк // Управління розвитком : зб. наук. пр. — 2011. — № 21 (118). — С. 61–63.
2. Йохна М. А. Трансфер технологій: суть, форми і значення [Електронний ресурс] / М. А. Йохна, О. В. Козачок // Вісник Хмельницького національного університету. — 2012. — Режим доступу до ресурсу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/886/1/yohna.pdf>
3. Stadnyk V. Innovative factors in the system of value-oriented management of an industrial enterprise/ V. Stadnyk, O. Zamazii //Актуальні проблеми економіки. — 2015. — № 9. — С. 242- 249.
4. Третьякова Е. П. Генезис представлений о сущности технологий управления [Електронний ресурс] / Е. П. Третьякова // Современные исследования социальных проблем : электронный научный журнал. — 2012. — № 4 (12). — Режим доступа : [www.sisp.nkras.ru](http://www.sisp.nkras.ru).

*Купалова Г.І.  
д.е.н., професор  
Копецька Ю.С.  
аспірантка  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка*

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА У ЦЕЛЮЛОЗНО-ПАПЕРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Целюлозно-паперова промисловість є однією із енергоємних в економіці України і світу. Так, у 2017 р. споживання енергетичних ресурсів у цій галузі від їх сукупного промислового споживання склало 2,4 % в Україні, 5,6 % - у Європейському Союзі, 6,8 % – у Сполучених Штатах Америки, Канаді і 9,4 % - у Китаї [1]. Енергетичні ресурси відіграють визначальну роль у технологічному процесі із виробництва паперу та картону. Електричну та теплову енергію використовують у розмелюванні й очищенні макулатури, формуванні, пресуванні, сушінні паперового полотна, очищенні виробничих стоків. Внаслідок зростання цін на енергетичні ресурси протягом 2014-2018 рр. частка енергетичних витрат у структурі собівартості виробництва паперу та картону на вітчизняних целюлозно-паперових комбінатах зросла майже удвічі. В роки найбільшого підвищення тарифів на енергетичні ресурси виробництво паперу і картону в Україні стало збитковим. Зокрема, у 2014 р. збитковість галузі становила 8,0 %, у 2015 р. – 2,4 % [2].

Одним із пріоритетних напрямів підвищення енергоефективності підприємств целюлозно-паперової промисловості є використання відновлюваних енергетичних ресурсів. Відповідно до резолюції 33/148 Генеральної Асамблеї ООН («Конференція ООН з нових та відновлюваних джерел енергії») від 1978 р., до складу відновлюваних енергетичних ресурсів входять: сонячна, геотермальна, вітрова енергії, гідроенергія, енергія морських хвиль; припливів і відпливів океану; енергія біомаси деревини, деревинного вугілля, торфу, тяглової худоби, сланців і бітумнозних пісковиків [3].

Враховуючи природно-кліматичні умови й технологічно необхідний рівень споживання енергії, оптимальним напрямом використання відновлюваних енергетичних ресурсів на підприємствах целюлозно-паперової промисловості є виробництво теплової енергії для технологічних потреб з біомаси. Найпоширенішими видами біомаси в Україні є:

- відходи сільського господарства – солома, стебла і стрижні кукурудзи, стебла і лушпиння соняшнику;
- відходи лісового господарства – кора, деревна стружка;
- енергетичні культури – верба, тополя, міскантус.

Основними перевагами переобладнання енергетичного господарства підприємств целюлозно-паперової промисловості для виробництва теплової енергії з біомаси є:

*на мікрорівні:*



- зменшення вартості теплової енергії, яка використовується у виробництві паперу і картону, і відповідно, собівартості готової продукції;
- скорочення частки енергетичних витрат у структурі собівартості продукції;
- забезпечення енергетичної незалежності підприємств;
- екологізація господарської діяльності;
- впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності.

*На регіональному рівні:*

- використання енергетичного потенціалу біомаси регіону;
- зменшення обсягу відходів, які зберігаються або утилізуються;
- розвиток підприємницької діяльності у сфері переробки відходів і виробництва біомаси (пелети);
- розвиток логістичної інфраструктури.

Незважаючи на явні переваги, в целюлозно-паперовій промисловості України реалізовано лише декілька проектів із організації виробництва теплової енергії з біомаси. Одним з найуспішніших прикладів є ПАТ «Кохавинська паперова фабрика». У 2016 р. тут була введена в експлуатацію нова котельня. У ній встановлено паровий котел австрійського виробництва потужністю 4 МВт (6,1 т/год) для спалювання деревного палива з вологістю до 60 %. Середньорічне виробництво теплової енергії становить 24 тис. Гкал. Річне споживання деревної тріски – близько 14 тис. т/рік (40 т/добу при максимальному навантаженні).

В результаті енергетичної модернізації підприємство повністю відмовилося від використання природного газу (понад 3 млн. м<sup>3</sup>/ рік) та скоротило обсяг викидів парникових газів. Термін окупності інвестиційного проекту – менше 5 років. При використанні деревної стружки собівартість 1 Гкал виробленої теплової енергії знизилась у 2,5 рази [4].

Проект з переходу на виробництво тепла з біомаси також реалізовано на ТОВ «Харківський папір». В умовах систематичного зростання цін на природний газ і зниження купівельної спроможності населення виробництво пари з біомаси дозволило підприємствам знизити операційні витрати й собівартість продукції, утримати ринкові ніші.

Проте, як встановлено в результаті дослідження, у вітчизняних товаровиробників проведенню енергетичної модернізації котельного господарства для спалювання біомаси перешкоджають ряд факторів, а саме:

- відсутність коштів на капітальні інвестиції;
- слабкий розвиток інфраструктури для транспортування і зберігання біомаси;
- обмежена пропозиція на ринку біомаси;
- необхідність технічного переобладнання основного виробництва;
- великі витрати на транспортування біомаси;
- необхідність тимчасової зупинки виробництва для технічного переоснащення;
- складність експлуатації обладнання;
- відсутність кваліфікованих кадрів.

Враховуючи нагальну потребу щодо зниження енергетичних витрат у виробництві паперу і картону для забезпечення конкурентоспроможності на ринках, актуальним є визначення сукупності суб'єктів, методів їх взаємодії для реалізації заходів, які сприятимуть покращення зовнішніх і внутрішніх умов переходу на відновлювані енергетичні ресурси. Зокрема, важливим є розвиток ринку біомаси, налагодження кооперації між власниками та споживачами біомаси.

Таким чином, зважаючи на високу енергоемність технологічного процесу і поступальне зростання вартості електричної і теплової енергії, підвищення енергоефективності є визначальним фактором забезпечення сталого економічного розвитку підприємств целюлозно-паперової промисловості. Використання відновлюваних енергетичних ресурсів для виробництва теплової енергії і пару забезпечить зниження енергетичних витрат в структурі собівартості паперу і картону, посиленню енергетичної незалежності та екологічності господарської діяльності.

Для стимулювання целюлозно-паперових підприємств до енергетичної модернізації з використанням відновлюваних енергетичних ресурсів необхідно реалізувати сукупність заходів, спрямованих на акумулювання фінансових ресурсів, формування й розвиток інституціонально-організаційних зв'язків між виробниками і споживачами біомаси та посилення інформаційно-освітньої підготовки інженерно-управлінського персоналу.

#### Література

1. Energy Efficiency Trends and Policies in the G20. URL: [https://ipeec.org/upload/publication\\_related\\_language/pdf/295.pdf](https://ipeec.org/upload/publication_related_language/pdf/295.pdf).
2. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник. 2017. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Statute of the International Renewable Energy (IRENA). Conference on the Establishment of the International Renewable Energy Agency, Bonn, 2009. URL: <http://www.irena.org/menu/index.aspx?mnu=cat&PriMenuID=13&CatID=126>.–С. 29-30.
4. Офіційний сайт Кохавинської паперової фабрики. URL: <https://kpf.ua/>.

*Кучевська І.Ю.*

*здобувач вищої світи другого рівня,*

*НТУУ «Київський Політехнічний Інститут» імені Ігоря Сікорського»,*

*м. Київ*

## **ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК АСПЕКТ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

Однією з найголовніших цілей будь-якого підприємства є отримання прибутку. Тому такий аспект як збутова діяльність і розкриття маркетингового потенціалу підприємства стає ключовим, бо є завершальним етапом, який

підсумовує діяльність по плануванню, виробництву, пошуку партнерів і доведенню кінцевої продукції до покупців.

Саме тому, що доходи, а отже і прибуток, фірми залежить від правильно налаштованої збутової діяльності, питання правильної організації збуту займає одне з чільних місць при вивченні ефективності підприємства. Через це ця тема є актуальною для усіх підприємств, які займаються продажем своєї продукції. Бо на цьому етапі покупці визначають для себе варта продукція фірми того, щоб він її придбав, або ні, чи несе вона цінність і чи може бути для нього корисною. Звісно, система збуту підприємства не функціонує ізольовано від інших систем, а перебуває в тісному взаємозв'язку із ними, тому від якості її роботи залежить також ефективність роботи інших систем підприємства і взагалі інших фірм, які працюють на певному ринку, їх постачальників і покупців.

Під маркетинговим потенціалом розуміють сукупність внутрішніх можливостей та зовнішніх шансів задовольняти потреби споживачів та отримувати на цій основі максимальні економічні вигоди. Цим поняттям позначають здатність підприємства ефективно виявляти, формувати та найповніше задовольняти потреби споживачів [1].

Таке визначення поняття дає змогу зробити висновок, що маркетинговий потенціал - це, в першу чергу, готовність та спроможність підприємства, а саме його маркетингового відділу, вчасно та з належною якістю виконувати покладені на нього функції, розв'язувати окреслені задачі, а також можливість і готовність маркетингової служби відповідати тому стану, який буде необхідний для виконання відповідних функцій у майбутньому.

Крім того, важливо пам'ятати, що маркетинговий потенціал – це сукупний потенціал маркетингових ресурсів і сукупний потенціал маркетингових зусиль підприємства, ефективне використання якого забезпечить досягнення корпоративних цілей [2].

Під маркетинговими ресурсами слід розуміти ту частину ресурсів підприємства, які направлені на забезпечення виконання маркетингових функцій підприємства. До складу маркетингових ресурсів входять трудові (кваліфікований персонал), фінансові (необхідні кошти на проведення маркетингових активностей), інформаційні (дані про функціонування відповідного ринку та конкурентів підприємства тощо), інноваційні, часові ресурси.

Формування маркетингового потенціалу відбувається під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Їх сукупність можна назвати маркетинговим середовищем, оскільки на сучасному етапі будь-яке підприємство, прагнучи вистояти в конкурентній боротьбі й перебувати в числі прибуткових, є учасником ринкових відносин [3].

До зовнішніх факторів, що виникають за підприємством і, як правило, перебувають поза сферою його впливу, відносять:

недосконалість законодавства у сфері регулювання діяльності підприємства,

відсутність об'єктивної інформації про ринок,

відсутність стійкої виробничо-господарської діяльності контрагентів, інтернаціоналізація підприємств [4].

Внутрішні фактори, що виникають усередині підприємства і пов'язані з помилками керівництва та персоналу, включають:

нечіткість і заплутаність функціональних обов'язків служби маркетингу, відсутність дієвого механізму мотивації праці відділу маркетингу, низький рівень компетентності працівників відділу маркетингу [4].

Збутова діяльність - це комплекс взаємопов'язаних операцій по плануванню кількості реалізованої продукції залежно від очікуваного рівня рентабельності; вибору найоптимальніших партнерів та постачальників; ціноутворенню, у відповідності до якості продукції, місткості ринку, попиту; пошуку і втіленню дій, що призводять до збільшення попиту і прискорюють збут продукції та підвищують прибутки підприємства.

Таким чином, збутова діяльність по своїй суті тісно переплітається із виробничо-збутовим потенціалом підприємства. Тому цілком зрозуміло, що завдяки визначенню і виконанню функцій збутової діяльності на підприємстві, можна підвищити його виробничо-збутовий потенціал.

Російський учений А. Л. Панкрухін [6, с. 398] зазначає, що функціями збутової діяльності є продовження процесу безпосереднього виробництва (добробка і підготовка до продажу), що охоплює сортування, фасування, пакування та маркування. На нашу думку, до функцій збутової діяльності підприємства можна віднести:

1. Транспортування – організація переміщень товарів від місця виробництва до місця продажу або споживання;

2. Розподілення – забезпечення необхідних споживачам кількості та асортименту продукції

3. Складування – управління запасами готової продукції на підприємстві, підготовка їх до транспортування

4. Пакування - упакування продукції для забезпечення кращої якості і відповідно до побажань споживачів.

5. Сортування – підготовка необхідних партій товарів, підлаштованих під різні потреби кінцевих споживачів.

6. Налаштування комунікації – встановлення контактів із партнерами, підрядниками, постачальниками, клієнтами. Розуміння потреб споживачів.

7. Інформування – дослідження ринку, його особливостей, попиту, дій конкурентів. Обробка інформації щодо запитів і потреб споживачів.

Саме одночасне удосконалення усіх зазначених функцій збутової діяльності підприємства і їх ефективна взаємодія між собою допоможе не тільки збільшити сам збут, а і разом з ним покращити всю роботу підприємства та поліпшити маркетинговий потенціал суб'єкта господарської діяльності.

Отже, збутова діяльність є важливим аспектом маркетингового потенціалу підприємства. І для того, щоб ефективно управляти ним та досягти глобальних економічних та соціальних цілей підприємства, необхідно звертати увагу на наявний рівень збутової діяльності. Удосконалення роботи відділу збуту за усіма

його функціями має призвести до підвищення маркетингового потенціалу підприємства.

#### Література

1. Аронова В. В. Чинники розвитку маркетингової діяльності на підприємстві. *Маркетинг: теорія і практика: збірник наукових праць*. 2008. №14. С. 32–35.
2. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посібник. Професіонал, 2006. 288 с.
3. Птащенко О. В. Удосконалення маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики підприємства шляхом впровадження бренд-сайту. *Управління розвитком*. 2002. № 20 (96). С. 101–103.
4. Телишевська Л. І., Комишан О. І. та Сергеев С. С., Маркетинговий потенціал у підвищенні прибутковості підприємства. *«Механізм регулювання економіки»*. 2012 р .№3. Ст.126-131.
5. Панкрухин А. Л. Маркетинг : учеб. / А. П. Панкрухин. — М. : Ин-т междунар. права и экономики им. А. С. Грибоедова, 1999. — 398 с., с. 613

*Кушнір Т.М.*

*к.е.н., доцент*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

### **ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН НА АГРАРНОМУ РИНКУ**

Сучасний розвиток маркетингу характеризується трансформацією концепцій маркетингового управління і їх поступовим переходом від концепцій, орієнтованих на збут до концепцій, орієнтованих на побудову взаємовигідних відносин між ринковими суб'єктами. У вітчизняних реаліях концепція маркетингу відносин (маркетингу взаємодії, маркетингу партнерських відносин) актуалізується на В2В ринках, в тому числі і на аграрному ринку.

Сутність маркетингу відносин у вітчизняній науковій літературі розглядається сьогодні досить активно. Зокрема, у працях Чаплінського Ю.Б., Арич К.І., Чернишевої С.В., Мороз Л.А., Князик Ю.М., Морохової О.В., Шумської В.Б., Стельмащук Н.А. та ін.

Морохова О.В. та Шумська В.Б. визначають ключові передумови формування маркетингу на сільськогосподарських підприємствах, які залежать від стадії розвитку виробництва та насичення ринку [1, с. 113]:

1. За умов дефіциту сільськогосподарської продукції найважливішим завданням є збільшення врожайності культур та продуктивності тваринницької галузі.
2. Якість та стандартизація продукції є пріоритетними тоді, коли на ринку спостерігається відносна рівновага попиту та пропозиції.
3. Якщо ж пропозиція перевищує попит, потрібно застосовувати диференційований підхід у формуванні асортиментної політики, орієнтуючись при цьому на окремі сегменти ринку.

На наш погляд, проблеми управління на аграрному ринку можна вирішити шляхом організації ефективної маркетингової роботи та упровадження концепцій маркетингового управління, зокрема концепції маркетингу відносин в діяльність аграрних підприємств.

За визначенням С.В. Чернишевої «Маркетинг відносин – це маркетингова діяльність підприємства, що спрямована на формування та підтримку довгострокової системи його внутрішніх та зовнішніх відносин з метою одержання спільної вигоди усіма учасниками взаємодії» [4, с. 8].

Л.О. Стрій формулює дещо глобальніше трактування «Маркетинг відносин – це філософія маркетингу, спрямована на встановлення, підтримку і зміцнення взаємовигідних відносин співробітництва з усіма учасниками процесу планування, виробництва і розподілу товарів, послуг і інформації з метою забезпечення тривалого процвітання підприємства, підтримки і поліпшення благополуччя його партнерів, споживачів і суспільства в цілому» [2, с. 23].

Ключові характеристики маркетингу відносин зустрічаємо у Ю.Б. Чаплінського та К.І. Арич [3, с. 203-204]:

- Маркетинг відносин розглядається як наука про залучення, управління та створення лояльності лише споживачів (покупців);
- Маркетинг відносин передбачає встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих відносин із різними суб'єктами ринку;
- Маркетинг відносин є безперервним процесом визначення і створення нових цінностей разом з індивідуальними покупцями;
- Маркетинг відносин передбачає співробітництво з усіма працівниками планування, виробництва і розподілу товарів, послуг та інформації;
- Маркетинг відносин спрямований на встановлення тісних економічних, технічних і соціальних зв'язків, що дозволяють знизити трансакційні витрати і зекономити час;
- Метою маркетингу відносин є забезпечення тривалого процвітання підприємства та отримання і розподілу вигоди, прибутку від цієї діяльності;
- Маркетинг відносин вимагає від компанії розподілу ресурсів на створення інтегральної системи управління взаємовідносинами з клієнтами;
- Маркетинг відносин передбачає побудову і підтримання мережі внутрішніх і зовнішніх відносин;
- Маркетинг відносин реалізовується шляхом обміну ринковими цінностями і взаємним виконанням прийнятих зобов'язань;
- Маркетинг відносин зводиться до управління портфелем покупців;
- Маркетинг відносин зосереджений на відносинах між клієнтом і постачальником послуги;
- Основа позитивної дії маркетингу відносин - петля, яка пов'язує клієнта, підприємство і персонал;
- Інструментарієм маркетингу відносин є комплекс маркетингу та маркетингова система взаємодії;
- Інструментарієм маркетингу відносин є матеріальне і моральне стимулювання, створення структурних зв'язків;

- Кінцевий результат, до якого прагне маркетинг відносин - формування унікального активу компанії - маркетингової системи взаємодії.

Якщо аграрний ринок розглядати крізь призму його як ринку товарів промислового призначення, то доцільність впровадження концепції маркетингу відносин у діяльність учасників ринку є очевидною, особливо, коли говоримо про побудову взаємовідносин між виробником та постачальником матеріально технічних засобів, виробником та постачальником кормів, насіння, мінеральних добрив тощо, між виробником та гуртовим посередником (за умови дрібного сільськогосподарського виробництва), між виробником та клієнтом, яким виступають підприємства, для яких сільськогосподарська продукція необхідна в якості сировини або відносин між дрібними товаровиробниками, які кооперують свої зусилля задля отримання деякого синергетичного ефекту від об'єднання.

Власне, аграрний ринок є доволі придатним для налагодження горизонтальної співпраці. Конкуренція на ринку є доволі умовною в умовах дрібнотоварного виробництва. Виникають комунікаційні проблеми, які вирішувати поодиночі доволі складно. Такі проблеми вирішує кооперація. Проблеми збуту, просування, пошуку клієнтів також краще вирішувати шляхом об'єднання зусиль. Таким же чином можна вирішувати і проблеми, пов'язані з відсутністю або обмеженим доступом до інформації про суб'єктів ринку.

Проблеми сільськогосподарського ринку складно вирішувати самотійно, кооперація не завжди дає рецепти від усіх бід. Управлінська діяльність на аграрному ринку є вторинною. Первинною залишається виробнича діяльність, на якій, першочергово, концентрується увага сільськогосподарського виробника. Виникає безліч проблем, вирішення яких без належно організованої роботи та налагодженої співпраці з іншими учасниками ринку, є трудомістким процесом.

Залежність аграрного бізнесу від природніх умов безумовна. Яким чином вирішити цю проблему? Та ніяк. Необхідно адаптуватись до примх погоди. Але чи можна це зробити, коли ти маєш обмежені ресурси? Так, можна, якщо є можливість об'єднати зусилля із сусідніми господарствами такої ж спеціалізації, залучивши їхню техніку. Або співпрацюючи із лізинговими компаніями і, скажімо, на час жнив, беручи в лізинг техніку, тим самим не ставлячи себе в залежність від природніх умов, принаймні в час збору врожаю.

Проблемами маркетингу відносин на аграрному ринку також є:

1) той факт, що якість кінцевої продукції сільгоспвиробника залежить не лише від закупівлі якісної сировини, але й від якісного виконання усіх інших операцій у логістичному ланцюгу;

2) обмежені можливості диверсифікації продукції;

3) неспівпадіння робочого та виробничого періоду, що за умов застосування маркетингу відносин виражається в тому, що відносини, зазвичай, розпочинаються після завершення виробничого періоду

4) сезонність виробництва та сезонність співпраці виробника із іншими учасниками маркетингового процесу;

5) необхідність адаптації до державних та інших директивних рішень;

б) необхідність деталізації елементів комплексу маркетингу та їх перегляду протягом усього періоду співпраці, що ускладнюється обмеженими ресурсними можливостями розробки та реалізації маркетингової програми;

7) низький рівень маркетингової культури у сільському господарстві та нерозуміння важливості маркетингу відносин.

Звісно, застосування маркетингу відносин на аграрному ринку потребує розбудови організаційних структур маркетингу, але це той актив, який в стратегічній перспективі значно спроможний підвищити ефективність сільськогосподарського виробництва.

#### Література

1. Морохова О.В. Шумська В.Б. Особливості становлення маркетингу відносин в агробізнесі. Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 6, Т. 4. с. 112-115.

2. Стрій Л.О. Маркетингове управління на рубежі ХХІ століття: системне дослідження. Монографія. Одеса: Астропринт, 2000. 304 с.

3. Чаплінський Ю.Б., Арич К.І. Теоретичні аспекти маркетингу відносин // Вісник Чернівецького торгово-економічного університету. 2009. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchtei/2009\\_2/NV-2009-V2\\_25.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2009_2/NV-2009-V2_25.pdf). (дата звернення 8.01.2020).

4. Чернишева С.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством. Автореферат. Донецьк, 2008. 21 с.

*Лабурдова И.П.*

*доцент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», г. Горки,*

*Республика Беларусь*

*Свитина О.Ю.*

*студентка*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», г. Горки,*

*Республика Беларусь*

## **СТРАХОВАНИЕ И САМОСТРАХОВАНИЕ ПРИ МИНИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ**

Любая организация в своей деятельности сталкивается с риском, минимизация которого лежит в основе принятия всех управленческих решений. Одним из основных рисков организации выступает финансовый риск, который может возникать в отношениях с учреждениями банков, биржам, страховыми компаниями и т.д. Природа возникновения финансовых рисков, выражается при кредитовании, инвестировании, выдаче денежных займов и т.д. Осуществление данных операций с минимальными финансовыми издержками является предметом постоянных дискуссий и обсуждений.

Из всех возможных методов минимизации финансовых рисков, будут рассмотрено два: страхование и самострахование.



Страхование рисков представляет собой защиту имущественных интересов субъектов хозяйствования при наступлении страхового случая специальными страховыми компаниями. Страхование осуществляется за счёт денежных фондов, которые формируются страховыми компаниями путем получения страховых взносов. [1]

Организации, гарантируется некоторая защита от возможных угроз. Объём, в котором будут возмещены убытки определяется оценочной стоимостью страхования, размерами страховки и уплачиваемого страхового взноса.

При страховании финансовых рисков выделяют два основных направления:

добровольное страхование, при котором хозяйствующий субъект по своей инициативе и желанию заключает сделку со страховой компанией по обоюдному согласию ради взаимной выгоды для избежания наиболее известных для него рисков;

обязательное страхование, при котором данная процедура обязательна для страховщика и страхователя, преследующая цель минимизации финансовых потерь в случае, когда предприятие по какой-либо причине теряет часть своего капитала. [2]

При использовании данного метода у страхователя имеется большой выбор страховых компаний, которые предоставляют достаточно выгодные программы, для страхования активов организации. Это, может быть, как обычный страховой полис, так и комплексное страхование, в которое входит только тот перечень услуг, который хочет получить страхователь.

Снижение уровня финансового риска может осуществляться и при самостраховании. Данный метод управления риском, предусматривает создание хозяйствующим субъектом собственных фондов денежных средств для компенсации убытков при непредвиденных обстоятельствах. Этот метод является наиболее простым при организации страховой защиты. [3]

Такой метод создания страхового резерва может применяться любой организацией или предприятием для обеспечения непрерывности производства, которое подвержено различным финансовым рискам.

Самострахование внутренняя система покрытия предстоящих рисков посредством создания и при необходимости использования резервных фондов, без привлечения посредников (страховщиков), которые взимают дополнительно страховую премию.

В самостраховании нет определенной градации ущерба, благодаря чему для обеспечения страховой защиты создаваемые страховые резервы должны достигать величины, которая будет равна величине ожидаемого ущерба.

Некоторые путают самострахование и отказ от страхования, между которыми существуют четкие различия. Когда речь идёт об отказе от страхования организация независимо от наличия или отсутствия риска не принимает никаких мер, для того чтобы защитить себя от возможного убытка. При самостраховании, страховой резерв обязательно формируется в натуральной

и денежной форме. В рыночных условиях довольно популярна денежная форма страховых фондов.

При применении самострахования:

резервные фонды пополняются после уплаты организацией всех налогов и обязательных отчислений из прибыли;

величина создаваемых резервных фондов зависит от результата финансовой деятельности на конец года.

При использовании самострахования имеются отрицательные моменты, которые хозяйствующий субъект должен принимать к сведению. Во-первых, организация должна содержать в фонде достаточно большие средства, которые временно отвлекаются из деятельности и не могут быть использованы при заключении новых контрактов. Во-вторых, присутствует вероятность того, что суммы создаваемого фонда на погашение убытков от финансовых сделок будет недостаточно.

Проанализировав два метода минимизации рисков, можно сделать несколько выводов:

1. Страхование достаточно действенный способ минимизировать возникшие риски, однако, если страховой случай не наступает, страховые взносы, уплаченные организацией не вернуться обратно в ее фонд.

2. При самостраховании, созданные фонды находятся на балансе предприятия для покрытия финансового планируемого риска, однако, при его отсутствия, средства фонда не могут быть направлены на другие мероприятия, т.е. использованы для модернизации, расширения производства.

В зависимости от уровня риска и его вероятности могут применять различные методы его минимизации. Самострахование может применяться при малых потерях, и низкой вероятности их возникновения. При значительной величине финансовых потерь следует применять страхование. Возможно комбинированное использование различных методов снижения риска, что сможет привести к оптимизации соотношения между прогнозируемым риском и средствами, затраченными на его минимизацию.

#### Литература

1. Методы снижения рисков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/fin-m/metody-snizheniya-riskov.html> - Дата доступа: 27.12.2019.

2. Страхование финансовых рисков это лучшая защита для предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://biznesluxe.ru/works/strahovanie-finansovykh-riskov-eto-luchshaya-zashhita-dlya-predpriyatiya/> - Дата доступа: 27.12.2019.

3. Самострахование как альтернатива использованию организациями страхования коммерческих рисков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/samostrahovanie-kak-alternativa-ispolzovaniyu-organizatsiyami-strahovaniya-kommercheskih-riskov> - Дата доступа: 17.12.2019.

Лавренко С.О.  
к.с.-г.н., доцент  
Безручко Н.В.  
студент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРАКТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сільськогосподарські товаровиробники все частіше використовують у своїй діяльності новинки робототехніки, інноваційні програмні продукти, які полегшують сприйняття, обробіток та прийняття рішення в багатьох питаннях. Використання дронів та супутникового моніторингу в аграрній сфері виходить на новий рівень, тому розширення понять щодо їх раціонального використання на підприємствах є актуальною.

При проведенні групування технологій за наступними критеріями, як: практичне значення; складність у впровадженні та використанні; вартість, то можна виділити три групи.

Перша група включає технології призначені для моніторингу та спостереження за станом полів і посівів – це безпілотні літальні апарати (БПЛА – дрони, квадрокоптери та ін.) і супутники.

Практичне значення:

➤ БПЛА використовуються для визначення фактичної площі поля та його рельєфу; стану поля (наявність солончаків, підтоплення, заболочення тощо); контролю стану рослин і посівів на основі індексу NDVI (нормалізований відносний індекс рослинності – показує стан культури на полі). За допомогою дрону можна визначити якісний та кількісний склад бур'янів, зараженість хворобами. Ці пристрої можна використовувати будь-коли і скрізь, окрім місць де польоти БПЛА заборонені;

➤ супутники мають меншу сферу застосування. Вони дають можливість визначити індекс NDVI і стан поля (Sentinel-2A). Супутникові знімки за попередні роки дозволяють дізнатись, які культури вирощувались на полі, їх стан. Ця інформація дуже корисна при купівлі або оренді земельної ділянки. Залежно від моделі, супутник здійснює обліт над ділянкою 1 раз в 5-8 діб або ж кожну добу.

Складність у впровадженні та використанні:

➤ БПЛА – для їх використання необхідний оператор або ціла команда, термін навчання близько 3-х місяців;

➤ супутник – не потребує ніякої спеціальної підготовки, лише знання координат вашого поля та наявність смартфона або комп'ютера для перегляду даних.

Вартість:

➤ БПЛА – залежно від типу, вартість коливається від 40 тис. до 2,5 млн. грн. Вийзд професійної компанії коштує від 20 грн/га;

➤ супутник – знімки коштують близько 5 грн/га.

В другу групу входять технології, а точніше програми, які дозволяють контролювати більшість аспектів підприємництва, такі як: логістику (пересування техніки, витрати пального тощо), якісні показники роботи (швидкість обробки площі, глибину технологічних операцій, точність операцій тощо) та кількісні (норми витрат добрив, пестицидів, насіння тощо). До них відносяться: Xarvio, Cropio, AgriLab, PreAgri, SmartFarming.

Практичне значення:

Доступні функції	Назва програми				
	Xarvio	Cropio	AgriLab	PreAgri	SmartFarming
Історія полів	+	+	+	+	+
Агрохімічний аналіз	–	+	+	+	–
Обмін даними з обладнанням	–	+	+	+	–
Планування і контроль польових робіт	+	+	+	+	–
Індекс вегетації NDVI	+	+	+	+	–
Формування карт точного внесення	+	+	+	+	–
Аналіз ефективності	+	+	+	+	–
Телематика (контроль пересування техніки, витрати пального)	–	+	+	+	+
Ортофотоплани (відео з дронів та супутників)	±	–	+	+	+

Складність у впровадженні та використанні полягає лише у встановленні датчиків та обмірі техніки (більшість необхідних даних є в описі техніки компанією-виробником). Для проведення ортофотопланування за допомогою дронів необхідно буде виїхати в поле. Використання вищеперерахованих програм включає в себе навчання співробітників підприємства і триває до одного місяця.

Вартість. Ціни коливаються залежно від необхідних вам функцій, кожна компанія пропонує різні плани програми: від базового до преміального. Так, ціна Cropio становить від 1 до \$ 5 в рік за гектар; базовий тариф SmartFarming коштує \$ 38, а преміальний - \$ 275 за місяць (вартість розрахована до 1000 га).

Третя група включає програми, які призначені для визначення шкідників, бур'янів та хвороб. Головна їх особливість – використання штучного інтелекту та машинного навчання. Вони визначають тип та вид проблеми лише за допомогою завантаженого фото. Подібних програм (якісно працюючих) небагато, найбільш популярними є: xarvio™ SCOUTING та Agripredict.

Практичне значення:

➤ xarvio™ SCOUTING ідентифікує бур'яни, підраховує та визначає комах на жовтій пастці, виявляє хвороби, аналізує пошкодження листків, проростання насіння і навіть рівень азоту [4];

➤ Agripredict - дозволяє визначати шкідників та хвороби. Платформа також дозволяє прогнозувати вірогідність нашествия шкідників, таких як кукурудзяна листяна совка, і може попередити про несприятливі погодні умови, наприклад, засуху, наводнення або холодний атмосферний фронт [5].

Складність у впровадженні та використанні. У кожній з цих програм простий та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, але для її функціонування необхідно придбати підписку та зробити фото проблемної ділянки або рослини. Штучний інтелект діагностує хворобу чи бур'ян і запропонує шляхи вирішення.

Вартість. Розрахунок вартості ведеться індивідуально, тому загальних розцінок немає.

На онові проведених аналітичних досліджень видно, що новітні технології – це ефективний інструмент в руках сучасного підприємця, технолога. Вся інформація згрупована в одному мобільному пристрої або програмі. Зацікавлена особа в будь-який час має доступ до неї, завдяки цьому може контролювати все підприємство лише за допомогою смартфона, а працівники нижчих ланок мають доступ до необхідних їм даних і можуть ефективніше та якісніше виконувати свою роботу.

Так, отримані дані з БПЛА та супутників допомагають агроному прийняти правильне рішення щодо проведення зрошення, внесення добрив, хімічної обробки тощо.

Трекінг транспорту дозволяє зменшити час простою техніки, крадіжки паливно-мастильних матеріалів.

Всі перераховані факти напряму впливають на прибутковість та рентабельність підприємства. Завдяки їм, підприємець може отримувати більше прибутку та контролювати ризики пов'язані з веденням сільського господарства.

#### Література

1. SmartFarming. Дрони и спутники: мониторинг состояния посевов в течение сезона [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://smartfarming.ua/ru-blog/monitoring-sostoyaniya-posevov-v-techenie-sezona>.

2. Спутниковый мониторинг в сельском хозяйстве [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://aggeek.net/ru-blog/sputnikovuj-monitoring-v-selskom-hozyajstve>.

3. Симонова А. FAQ: зачем аграриям нужны БПЛА [Електронний ресурс] / Анастасия Симонова. – 13. – Режим доступу до ресурсу: <https://aggeek.net/ru-blog/faq-zachem-agrariyam-nuzhny-bpla>.

4. SCOUTING [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.harvio.com/ua/uk/SCOUTING.html>

5. Инновации для будущего продовольствия и сельского хозяйства [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/fao-stories/article/ru/c/1170753/>.

*Лаврук О.С.  
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
публічного управління та адміністрування  
Подільський державний аграрно-технічний університет*

## **ФОРМУВАННЯ Й РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Значення інноваційної діяльності для підприємств у сучасних умовах постійно зростає, оскільки інновації визначають основні показники виробничо-господарської діяльності підприємства, напрям змін на довгостроковий період, забезпечують конкурентоспроможність підприємства в майбутньому. Саме тому інноваційна діяльність спрямована на створення і практичне використання наукових досягнень. Одним з найважливіших елементів концепції управління інноваційної діяльності підприємства є розробка його інноваційної політики.

Сучасна інноваційна політика – це сукупність науково-технічних, виробничих, управлінських, фінансово-збутових і інших заходів, пов'язаних із просуванням нової або поліпшеної продукції на ринок [3]. Головними принципами управління нововведеннями є: безперервне прогнозування інноваційної ситуації; динамічне попередження технологічного відставання; системне впровадження новин у взаємопов'язаних сферах підприємницької діяльності; поєднання інвестицій з інноваціями; поєднання фінансового та інженерного аналізу результативності нововведень [4, с. 89].

Встановлено, що інноваційна політика містить у собі стратегічні і тактичні аспекти. Стратегічний аспект інноваційної політики підприємства полягає в можливості розробки й реалізації довгострокових інноваційних проектів і програм, що забезпечують досягнення глобальних цілей підприємства. Заходи тактичного характеру спрямовані на підвищення якості продукції й ефективності виробництва, а також на підвищення інноваційного потенціалу підприємства. Відповідно до цього інноваційна політика підприємства – це форма стратегічного управління, що визначає цілі й умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, які найбільш повно використовують наявний виробничий і кадровий потенціал і спрямовані на забезпечення його конкурентоспроможності.

Метою інноваційної політики є впровадження інновацій у роботу підприємства для забезпечення задоволення потреб замовників і оптимального завантаження виробництва. Вона регламентує складну систему науково-технічної, маркетингової, управлінської, виробничої й економічної діяльності. Інноваційна політика підприємства виражає відношення керівництва до інноваційної діяльності підприємства, визначає її напрямок, мету, функції і форми діяльності структурних підрозділів в області інновацій. Крім цього, у рамках інноваційної політики визначаються стимули і методи управління мотивацією працівників, які займаються розробкою і впровадженням інновацій [2].

Тому інноваційна політика підприємства повинна передбачати послідовну заплановану цілеспрямовану комплексну інноваційну діяльність підприємства щодо зміни кожного з елементів виробництва підприємства, викликану попитом, обумовлену науково-технічним прогресом і спрямовану на діючу організаційну структуру, технологічні процеси, стиль і методи управління, продукцію, що випускається, джерела сировини і матеріалів, ринки збуту, документообіг. Інструментом реалізації інноваційної політики підприємства є існуючий на підприємстві господарський портфель, що сприяє досягненню основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства. Особливості інноваційної політики визначаються культурою виробництва конкретного підприємства.

Тісний взаємозв'язок і сформовані пропорції розвитку між постійно здійснюваними на підприємстві функціями, положення підприємства на ринку, наукові вишукування визначають необхідність виділення наступних елементів інноваційної політики підприємства: наукові дослідження і дослідно-конструкторські роботи; маркетингова політика; організаційна структура і культура виробництва. Функції елементів інноваційної політики підприємства полягають у вивченні сформованої ситуації, розробці політики, створенні механізмів реалізації політики, здійсненні контролю за політикою, коригуванні ходу реалізації політики, аналізі ефективності реалізованої політики.

Визначено, що розробка інноваційної політики підприємства базується на використанні наступних принципів: перевага стратегічних параметрів; ринковість; цілеспрямованість; комплексність; планомірність; наявність теоретичної бази.

Інноваційна політика як складова політики розвитку підприємства регламентує порядок господарської діяльності й спрямована на визначення підходів до управління інноваційною діяльністю підприємства, і зокрема її мотивації. Формується інноваційна політика на базі двох підсистем. З одного боку, це потреби ринку і споживачів, яким відповідає маркетингова політика підприємства, а з іншого, ресурси – досягнення в науковій і виробничій сферах, технологіях, управлінських механізмах, організаційна культура підприємства, матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні ресурси. Такий подвійний погляд визначає підходи до формування елементів інноваційної політики підприємства.

На специфіку формування інноваційної політики впливають внутрішні і зовнішні фактори. Внутрішні фактори пов'язані з організаційною структурою підприємства, культурою його виробництва, сприйнятливістю до інновацій. Саме вони приводять до прояву індивідуальних характеристик підприємства в інноваційній політиці. Зовнішні фактори, зокрема соціально-політичні, демографічні, релігійні, технологічні й інші, знаходять відображення у наступних трьох принципах побудови інноваційної політики: перевага стратегічних параметрів при формуванні інноваційної політики, ринковість і наявність теоретичної бази.

Зважаючи на це, формування та реалізація інноваційної політики підприємства складається з ряду етапів.

Перший етап містить у собі аналіз ситуації, споживачів, загальних характеристик ринку, конкуренції. Оцінюється відповідність виробленого

товару потребам і бажанням споживачів. Проводиться порівняльне вивчення товару, що випускається підприємством, з товаром конкурента. Дослідження товару здійснюється за допомогою анкетування споживачів, ринкового тестування, методом експертних оцінок. Дані дослідження можуть допомогти підприємству уникнути непотрібних витрат, пов'язаних з розробкою і реалізацією інновацій, що не мають попиту.

На другому етапі формування інноваційної політики підприємства визначається мета інноваційної політики відповідно до результатів проведених досліджень. Визначення мети здійснюється відповідно до ринкових і внутрішньо організаційних досліджень, а також стратегічних і тактичних цілей підприємства на ринку. Інструментом досягнення мети інноваційної політики підприємства є господарський портфель підприємства, його структура, співвідношення основних показників, які його характеризують.

Третій етап – комплексний підхід до формування інноваційної політики підприємства. Комплексний підхід забезпечується за рахунок аналізу політики, її структури і характеристик за ретроспективний період; визначення зв'язків, їхнього характеру і тісноти, структурних підрозділів у залежності від стадій життєвих циклів елементів; пропорцій, що склалися між структурними підрозділами підприємства.

Четвертий етап містить у собі визначення плану реалізації інноваційної політики і розробку методики аналізу ефективності розробленої інноваційної політики підприємства, що являє собою комплексну оцінку розроблених і реалізованих елементів господарського портфеля підприємства.

На п'ятому етапі визначається оцінка ефективності сформованої інноваційної політики на основі аналізу досягнення цілей, фінансово-економічного аналізу, аналізу задоволеності ринкових потреб, порівняння з результатами проведеної раніше інноваційної політики, аналізу причин невдач.

Таким чином, основними етапами формування та реалізації інноваційної політики є розробка вимог до організаційної структури підприємства у відповідності зі сформованою інноваційною політикою підприємства; аналіз організаційної структури підприємства; прийняття рішень щодо зміни організаційної структури; визначення вимог до господарського портфеля у відповідності зі сформованою інноваційною політикою; аналіз і формування господарського портфеля підприємства. Відповідно до цього характер інноваційної політики як інструмента стратегічного управління визначається сукупністю значень цільових параметрів на перспективу й умовами можливості їхнього досягнення по кожному з елементів інноваційної політики.

#### Література

1. Квасницька Р.С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р.С. Квасницька, Н.С. Ардашкіна // Вісник Хмельницьк. нац. ун-ту. – 2009. – № 6. – С. 249.

2. Лаврук В.В. Управління мотивацією інноваційної діяльності / В.В. Лаврук, О.С. Лаврук // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. – Том 14, №1(51). Частина 1. – 2012. – С. 376-381.



3. Максимова Т. С. Формування інноваційної політики / Т. С. Максимова, О. В. Філімонова, К. В. Лиштван. // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – №2. – С. 181-183.

4. Сухоруков А.І. Економіка та організація інноваційної діяльності. – Київ : Інститут муніципального менеджменту та бізнесу, 2001. – 184 с.

*Лебедка А.А.  
студентка  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
Шквиря Н.О.  
к.е.н, доц. кафедри маркетингу  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного*

## **АНКЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі розвитку економіки все більше підприємств визнають розробку власної маркетингової стратегії однією з основних можливостей підвищення конкурентоспроможності. Дана позиція обумовлена тим, що будь-яке підприємство стикається зі змінами умов зовнішнього середовища, купівельної спроможності цільового сегмента, рівня конкурентоспроможності тощо [3]. Для того щоб адаптуватися і врахувати різноманіття всіх цих факторів, підприємства повинні на регулярній основі здійснювати їх аналіз, що призводить до необхідності стратегічного управління, а фактично - до формування власної маркетингової стратегії [1].

Метою дослідження є обґрунтування маркетингової стратегії розвитку підприємства на ринку соняшникової олії за допомогою проведення анкетного опитування.

З метою виявлення споживчих переваг при виборі соняшникової олії було опитано 78 осіб, які проживають у м. Мелітополь та Мелітопольському районі. Як знаряддя дослідження обрана анкета. Анкета являє собою ряд питань, на які опитуваний повинен дати відповіді.

В опитуванні взяли участь 58% жінок і 42% чоловіків. Переважання жінок пояснюється тим, що вони найчастіше роблять покупки продуктів харчування. Сімейний стан у більшості опитуваних одружений / заміжня - 72%. Аналіз респондентів за віком показав, що основна частина споживачів (69%) - це люди від 20 до 50 років. Слід зазначити, що у більшості респондентів, які взяли участь в опитуванні, кількість членів сім'ї становить від 3 до 4 осіб (57%).

В результаті проведеного опитування були зроблені наступні висновки:

1. Визначили, що 85% респондентів споживають соняшкову олію: 80% вживають рафіновану дезодоровану і 20% нерафіновану. Результати проведеного анкетування свідчать, що кожного тижня соняшкову олію

купають 25% опитуваних, кожного місяця – 25% респондентів, раз на два місяці – 37,5 %, а раз на рік – 12,5 % респондентів.

2. При виборі соняшникової олії найважливішим фактором для 43% опитаних є попередній досвід, 30% ціна, 13% марка, мало хто враховує рекомендацію друзів (6%), рекламу і обіцянку на етикетці (4%).

3. При купівлі товару 64% покупців дивляться на термін придатності, 21% рідко дивляться, 15% не дивляться. Для 77% опитаних важливий зовнішній вигляд і якість упаковки. На 80% респондентів реклама не впливає при виборі соняшникової олії; 84% респондентів не стежать за новинками.

4. Частіше за все споживачі купують соняшкову олію в пляшках об'ємом 1 л. - 62,% респондентів. У пляшках об'ємом 5 л. соняшкову олію купують – 25% опитуваних. У маленьких пляшках об'ємом 0,5 л – всього 15% респондентів. Також, було виявлено, що пляшки об'ємом 2 та 3 л не користуються популярністю серед споживачів.

5. Для більшості покупців зручно купувати соняшкову олію в супермаркеті 68%, і тільки 15% купують на ринку і в дрібній роздрібній мережі, в фірмових магазинах 2%.

6. Більшість опитаних споживачів (87%) вважають за краще купувати одну торгову марку соняшникової олії. Решта 13% купують соняшкову олію різних виробників. Що стосується використання даного продукту більшість опитаних (81%) використовує соняшкову олію для смаження і заправки салатів, інші респонденти використовують масло також і для випічки.

За результатами узагальнення результатів анкетування для підприємств виробників соняшникової олії запропоновано маркетингову стратегію масового (недиференційованого) маркетингу. При реалізації цієї маркетингової стратегії підприємство не враховує відмінності між сегментами і розглядає ринок як єдине ціле [4]. Такий вибір пов'язаний з тим, що вироблений товар підходить всім групам споживачів і диференціювати продукцію для різних сегментів не доцільно. Така стратегія орієнтована, перш за все, на щось спільне в потребах покупців, а не на їх відмінності, тобто товар повинен підходити максимальному числу споживачів [2]. Оскільки конкурентні переваги досягаються за рахунок зменшення витрат, всі дії і рішення підприємств доцільно спрямувати на зниження витрат: виробничих, збутових, рекламних.

Маркетингова стратегія масового маркетингу, як і будь-яка інша стратегія, має свої переваги і недоліки. Розглянувши недоліки запропонованої стратегії було визначено, що підприємства виробники соняшникової олії повинні зосередити зусилля на те, щоб максимізувати вигоду від конкурентних переваг і запобігти настанню можливих несприятливих подій через слабкі сторони та загрози зовнішнього середовища.

#### Література

1. Р. І. Олексенко, І. О. Краскова, М. М. Поліщук. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2011. № 11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_11\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21). (дата звернення: 22.12.2019).

2. Шквиря Н.О. Застосування методу портфельного аналізу в стратегічному маркетингу підприємства. *Проблеми і тенденції розвитку*

сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 16-18 жовт. 2019 р. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. С. 421.424.

3. Шквыря Н.А. Обоснование выбора маркетинговой стратегии предприятия. *Трансформация опыта менеджмента агробизнеса Европейского союза в Казахстан и страны Центральной Азии*: сборник материалов XI Междунар. науч.-практ. конф. Костанай: КИНЭУ, 2019. С. 159-163.

4. Шквыря Н.О. Розробка товарної стратегії підприємства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 19 квіт. 2019р. Київ: КНЕУ, 2019. С. 67-71.

*Лесюк В. С.  
здобувач вищої освіти  
Полтавська державна аграрна академія  
Калініченко О. В.  
к.е.н., доцент  
Полтавська державна аграрна академія*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних умовах відтворювальний процес у сільськогосподарському виробництві значною мірою визначається рівнем забезпечення і якістю матеріально-технічних ресурсів. Про це переконливо свідчать структура основних і оборотних фондів сільського господарства, а також виробничих затрат у рослинництві та тваринництві, де вартість цих ресурсів домінує.

Машинно-тракторний парк – сукупність техніки, призначеної для механізації процесів з вирощування сільськогосподарських культур і виробництва продукції тваринництва, надання послуг іншим виробництвам і на сторону, а також місця для їх зберігання [1, с. 468].

Значення тракторного парку в господарській діяльності аграрних підприємств важко переоцінити, адже за допомогою тракторів виконуються майже всі мобільні сільськогосподарські роботи, пов'язані з вирощуванням сільськогосподарських культур (оранка, посів, догляд за посівами, значною мірою збирання). Крім того, тракторний парк широко використовується на транспортних роботах і для обслуговування тваринництва [2, с. 334]. Машинно-тракторний парк, обслуговує практично всі основні та додаткові галузі аграрного підприємства [3, с. 353].

Використання раціональної агротехніки та прогресивних технологічних процесів на всіх етапах вирощування і переробки сільськогосподарської продукції – один із напрямків виходу з кризи в агропромислову комплексі. Тому технічне переоснащення аграрного сектору економіки повинне забезпечувати виконання сучасних вимог до технологій сільськогосподарського виробництва. Насамперед, це – дотримання оптимальних строків та якісного виконання технологічних операцій, досягнення високої продуктивності агрегатів та

зменшення питомих енергетичних витрат на виконання сільськогосподарських робіт за рахунок розширеного використання ресурсощадних технологій, збалансованих комплексів машин, альтернативних джерел енергії та зниження технологічного навантаження на довілля, створення комфортних умов для роботи механізаторів [4, с. 3].

Для високопродуктивного використання техніки необхідно організувати роботу так, щоб зменшити непродуктивні затрати часу при роботі агрегату в полі. Для цього слід своєчасно підготувати поле, розробити маршрути переїзду агрегату з одного поля на інше, на місце між змінної стоянки, раціонально організувати технічне обслуговування, заправку трактора паливом, оперативно усувати несправності, що виникають під час роботи, забезпечити агрегати високопродуктивними засобами для заправки насінням, добривами, пестицидами, водою та іншими матеріалами.

Оскільки машинно-тракторний парк аграрного підприємства поєднує в собі сукупність тракторів, комбайнів, а також іншої техніки, що бере участь в механізації технологічних процесів та наданні послуг, яких потребує господарство, то ступінь ефективності використання машинно-тракторного парку підприємства визначається за наступними групами показників:

1. Показники інтенсивності використання тракторного парку:

- коефіцієнт використання тракторного парку;
- відпрацювання одним трактором машинно-днів;
- відпрацювано одним трактором машино-змін;
- відпрацювання одним трактором нормо-змін;
- коефіцієнт змінності.

2. Показники продуктивності використання тракторного парку:

- річний виробіток умовно-еталонних гектарів одним трактором;
- змінний виробіток одним трактором;
- денний виробіток одним трактором;
- коефіцієнт виконання тракторним парком норм виробітку.

3. Показники економічності використання тракторного парку:

- собівартість одного умовно-еталонного гектара;
- витрати палива на один умовно-еталонний гектар [5, с. 275].

Отже, від ефективності використання машинно-тракторного парку в діяльності аграрного підприємства залежить рівень виконання поставлених сільськогосподарських робіт. Високопродуктивна і якісна робота техніки є одним із найважливіших факторів підвищення продуктивності сільськогосподарського виробництва. Основою для підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства є оптимізація складу його машинно-тракторного парку.

#### Література

1. Шепель І. В. Актуальні аспекти організації бухгалтерського обліку і аналізу використання машинно-тракторного парку аграрних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. Вип. 1. С. 468 – 474.

2. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. Київ : КНЕУ, 2013. 779 с.

3. Гуцаленко Л. В., Коцупатрий М. М., Марчук У. О. Внутрішньогосподарський контроль : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 496 с.

4. Головчук А. Ф., Орлов В. Ф., Строков О. П. Експлуатація та ремонт сільськогосподарської техніки : підручник. Київ : Грамота, 2009. 336 с.

5. Калініченко О. В., Плотник О. Д. Економіка підприємства. Практикум : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2012. 600 с.

*Литвін Н.О.*

*студент*

*Білоус Р.Ю.*

*студент*

*Пахота Н.В.*

*ст.викладач*

*Державний університет інфраструктури та технологій*

## **КОНФЛІКТИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ**

Практика підприємництва підтверджує, що в умовах розвитку організаційних структур особливе місце в будь-якому колективі займає конфлікт. Це пов'язано з тим, що конфлікт є невід'ємною частиною життєдіяльності кожного підприємства.

Функціонування сучасних підприємств – це процес, частиною якого є взаємодія працівників на різних рівнях. Актуальним питанням є необхідність у поглибленому вивченні сучасних закономірностей формування організаційних конфліктів, способів їх ліквідації та боротьби з їх наслідками.

Невід'ємним елементом соціальних відносин в аспекті організованої діяльності, є конфлікти. Це пов'язано з тим, що конфлікт є невід'ємною частиною життєдіяльності кожного підприємства.

Свого часу дослідженням даної проблематики займалися такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як: Н. Гришина, Д. Зеркін, І. Коваль, Д. Гібсон, С. Додд, Д. Доннеллі. Одні у своїх працях доводять той факт, що не існує якоїсь єдиної методології до вивчення сутності конфлікту. Інші ж пишуть про те, що, власне, конфлікт є невід'ємним елементом суспільної комунікації та життєдіяльності організації

Зараз існує велика кількість підходів до вивчення такого поняття, як «конфлікт». Якщо узагальнити наявні терміни, які існують на сьогоднішній час, то приходимо до висновку, що конфлікт – це відсутність згоди між двома або більше сторонами.

Однак, сучасні дослідження підтверджують той факт, що наявність конфліктів на підприємстві навіть бажані. Оскільки, саме за допомогою конфлікту ми можемо отримати додаткову інформацію за допомогою якої нам вдасться знайти не один, а кілька шляхів вирішення проблеми яка з'явилася [4].

Тому, серед усього можемо виділити як позитивні так і негативні функції даного явища. По-перше, варто зазначити, що конфлікти вносять певне послаблення між суб'єктами що конфліктують; конфлікт сприяє більшій згуртованості колективу проти зовнішнього ворога; стимулює до певних змін та розвитку, як установи так і її працівників; також конфлікти є хорошою причиною того, що працівники знімають з себе так званий «синдром покори». Усі ці функції, на наш погляд, варто віднести саме до позитивних. Щодо негативних – то тут, перш за все, варто відзначити беззаперечний факт того, що будь-який конфлікт має у своїх наслідках звільнення працівників та погіршення рівня дисципліни; не варто залишати і без уваги той факт, що до суб'єктів які не змогли відстояти свою точку зору у конфлікті переможці будуть відноситися, як до ворогів; ну і звичайно після конфлікту буде важко відновити ділові відносини між працівниками.

Найважливішим результатом ефективного управління конфліктами на підприємстві є формування механізму завчасного попередження конфліктних ситуацій та механізму ліквідації конфліктів, які вже виникли.

Складність організаційних відносин несе за собою виникнення різних рівнів конфліктів і причини можуть бути абсолютно різні. Можна виділити такі основні джерела виникнення конфліктів на підприємстві:

- Виникнення конфліктів через індивідуальні особливості стилю управління, наприклад непрофесіоналізм, невпевненість або навпаки повне єдиновладдя та одноосібне прийняття рішень тощо.

- Виникнення конфліктів через обрання пріоритетності виконання термінових та в обмежені терміни завдання працівником від декількох керівників.

- Ситуації, що виникають під час морального чи фізичного навантаження, відсутністю відпочинку та нормованого робочого дня.

- Виникнення конфліктів через неправильну оцінку результатів та оплати праці, що супроводжується зменшенням мотивації до праці [2].

На сьогодні існує кілька основних класифікацій типів конфлікту. Найрозповсюдженішою є поділ конфліктів на чотири основних типи: внутрішньоособистісні, міжособистісні, міжгрупові, між особистістю і групою [4]

Так, якщо ж будемо розглядати внутрішньо особистісний конфлікт, то тут варто відзначити, що він може проявлятися у найрізноманітніших формах і в основному його виникнення пов'язане з низьким рівнем задоволення від роботи або ж невпевненістю працівника у собі чи навіть у компанії.

Міжособистісний конфлікт – є найбільш поширеним серед інших видів, він виявляється як зіткнення інтересів різних особистостей, оскільки люди з різними поглядами та цінностями інколи просто не в змозі співіснувати.

Конфлікт між особою та групою може виникнути якщо один з працівників займає позицію, яка буде відрізнятися від позиції іншої частини колективу.

Тому, будь-який керівник зацікавлений у тому, щоб конфлікт у його організації був вичерпаний у найкоротший час, оскільки наслідки можуть нести як матеріальну, так і моральну шкоду. Отже, керівник повинен досить ефективно управляти конфліктними ситуаціями. оскільки, від цього залежить стабільність у функціонуванні організації [4].

Між діяльністю керівника, конфліктами та формуванням ефективної системи управління організацією та його конкурентних переваг простежується чіткий зв'язок [3].

Тому, управління конфліктами включає в себе такі види діяльності, як профілактика та запобігання виникнення конфліктів; діагностика та регулювання; прогнозування розвитку; і безпосередньо розв'язання конфліктних ситуацій.

Також існують певні стратегії вирішення конфліктів, які спрямовані на те, щоб змусити суб'єктів, що конфліктують знайти компроміс. Однак, є ще і стратегії, які спрямовані на попередження конфліктів. Сутність яких полягає у покращенні умов праці, бонусам та винагородам, службовому етикеті та ін.

Отже, у більшості випадків конфлікти на підприємствах і досі сприймаються як досить негативне явище та асоціюються з психологічними проблемами між працівниками. А управління конфліктами не розглядається як важливий, самостійний процес який потрібно виокремлювати. Таким чином, уміння керувати конфліктом та знаходити вихід з подібних ситуацій – є головним для менеджерів усіх рівнів управління.

#### Література

1. Андріянова Ю. Конфлікт як явище управлінської діяльності: аналіз наукових досліджень [Електронний ресурс] / Ю. Андріянова // Державна служба та місцеве самоврядування, збірник наукових праць. – 2012. – № 3(14). – С. 183-193.

Режим

доступу:

[http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012\\_03\(14\)/12ayvand.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_03(14)/12ayvand.pdf)

2. Біловодська О. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств [Електронний ресурс] / О. А. Біловодська, Т. В. Кириченко // Економіка і суспільство. – 2017. – № 10. – С. 177-182.

Електронний ресурс.

Режим

доступу:

[http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10\\_ukr/33.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/33.pdf)

3. Крися О. Управління конфліктами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. [Електронний ресурс] / О. Крися // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – №15(633). – С. 361-367. Режим доступу: [http://vlp.com.ua/files/52\\_0.pdf](http://vlp.com.ua/files/52_0.pdf)

4. Погромська О., Ляшок, Н. Конфлікти в системі управління персоналом. [Електронний ресурс] / О. Погромська, Н. Ляшок // Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону: Збірник матеріалів регіональної науково-практичної конференції. – Красноармійськ: КП ДонНТУ, 2010. – С. 84-88.

Режим

доступу:

<http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/20104/1/Pogromska%20O.%20V.%2C%20Ljashok%20N.Ju.2.pdf>

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

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЗАПОРІЗЬКОМУ РЕГІОНІ**

Економічний розвиток держави складно уявити без активної участі найбільш активної частини суспільства – молоді. Креативність, готовність до змін та творчий потенціал молодих людей повною мірою мають бути використані в творенні позитивних змін в країні, інтеграції України в Європейське Співтовариство.

Ступінь впливу молодого покоління на розвиток економіки формується в результаті поєднання двох чинників: активності життєвої позиції юнаків та дівчат і масштабів державної підтримки їх ініціатив. Серед актуальних питань, що потребують сприяння з боку органів державної влади – молодіжне підприємництво. Не знаходячи в Україні сфери прикладання власної праці та ініціативи, молоді люди масово виїжджають в інші країни: одні – тимчасово, на заробітки, інші – з метою влаштуватись на постійне місце проживання.

Дані Всеукраїнського опитування «Молодь України 2017» свідчать, 25% української молоді демонструє бажання (від слабкого до дуже сильного) емігрувати. Також за результатами даного дослідження кожен п'ятий молодий українець, який розглядає можливість переїзду за кордон, хоче залишитися там на все життя (майже 5% від загальної кількості української молоді). Головними причинами переїзду до іншої країни є вищий рівень життя (у 26% бажаючих виїхати) та заробітної плати (у 22%). [1]

Сучасні молоді люди готові проявляти ініціативу, ризикувати, брати відповідальність для досягнення фінансової незалежності. На заваді стають нестабільна політична та економічна ситуація в країні, недосконалість нормативно-правової бази щодо провадження господарської діяльності підприємницькими структурами, незрозумілі перспективи проведення реформ в податковій, фінансовій та інших сферах.

Міжнародний проект ЕХСЕРТ, над яким працює консорціум із 10 дослідницьких інститутів з 9 країн Європи, включно з Київським економічним інститутом (при КШЕ) вивчає ситуацію молоді на ринку праці та визначає негативні наслідки молодіжного безробіття, зокрема його негативний вплив на здоров'я, добробут та ризики бідності. Тобто безробіття молоді є серйозною проблемою, ігнорувати яку не вдасться, адже короткострокові та довгострокові негативні наслідки її є цілком реальними та потребують вирішення державними органами влади, що відповідають за молодіжну політику та політику в сфері



зайнятості. Одним із шляхів розв'язання проблеми молодіжного безробіття є підтримка підприємницької ініціативи. [2]

Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» гарантує державну підтримку підприємницької ініціативи та діяльності молоді. Зокрема в Законі йде мова про те, що «держава сприяє створенню молодіжних бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів для реалізації програми підготовки молоді до підприємницької діяльності, надання інформаційних та консультативних послуг. З цією метою розробляється та реалізується система заходів підтримки підприємництва молоді, включаючи довгострокове пільгове кредитування, забезпечення виробничими приміщеннями, страхування комерційного ризику тощо.» [3]

На регіональному рівні складно вирішити питання, що належать до компетенції центральних органів влади, таких як законотворчі ініціативи, оподаткування, економічні фактори, пільгове кредитування тощо. В той же час надати інформаційну підтримку, передати знання та досвід цілком реально. Адже дуже часто починаючим бізнесменам необхідні практичні рекомендації щодо організації виробництва, логістики, маркетингу.

Політика держави та органів влади на місцях повинна полягати у максимальному сприянні розвитку підприємницької ініціативи молоді. Це дозволить молодим людям втілити власні інноваційні ідеї, самореалізуватися та забезпечити власну фінансову незалежність. Заходи щодо сприяння розвитку молодіжних підприємницьких починань – це інвестиції в економічний розвиток регіону, створення нових робочих місць, зниження рівня безробіття.

Вдалим кроком на шляху реалізації поставлених цілей стала організація мережі академічних бізнес-інкубаторів у Запорізькій області. Співпраця науковців і фахівців-практиків дала поштовх до впровадження нових наукових підходів та інноваційних технологій в бізнесову діяльність. З метою підтримки підприємців-початківців під егідою Запорізької обласної державної адміністрації, Запорізької обласної ради, Державної організації «Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області», Запорізької торгово-промислової палати та Запорізького обласного союзу промисловців та підприємців (роботодавців) «Потенціал» в 2017-2018 рр. здійснено реалізацію Комплексної програми розвитку малого і середнього підприємництва в Запорізькій області, в рамках якої забезпечено фінансування та функціонування цільових програм та проектів: ГО «БІ Запоріжжя» на базі економічного факультету ЗНУ та на базі кафедри економіки підприємства ЗДІА; Академічний інкубатор інноваційного підприємництва та місцевого розвитку на базі ЕІДМУ «КПУ»; Бізнес-інкубатор на базі Бердянського університету менеджменту і бізнесу; Бізнес-інкубатор на базі Таврійського державного агротехнологічного університету; Проект «Школа агротуризму»; Проект «Чарівна Таврія»; Проект «Єврика!» тощо.

Враховуючий вагомий досвід та отримані результати реалізації Комплексної програми пропонується в рамках пропозицій до проекту Стратегії регіонального розвитку Запорізької області продовжити підтримку вищезначених ініціатив.

Основними пріоритетними напрямками діяльності та завданнями мають стати:

- популяризація ідей відкриття власної справи в молодіжному середовищі регіону;
- сприяння реалізації перспективних інноваційних ідей до рівня інноваційних проектів;
- дорадництво в сфері юридичних, технологічних, маркетингових та бухгалтерських послуг щодо реалізації молодіжної бізнес-ідеї;
- організація навчання починаючих підприємців з економічних питань, маркетингу, обліку та оподаткування, консультації провідних фахівців, ознайомлення з практикою ведення бізнесу успішними підприємцями;
- сприяння участі молодіжних інноваційних проектів у програмах підтримки малого та середнього підприємництва для залучення державного та грантового фінансування;
- створення платформи взаємодії між молоддю регіону, науковцями, владою та бізнесом;
- представлення опрацьованих бізнес-планів потенційним інвесторам та підтримка іміджу регіону як надійного інвестиційного партнера.

Очікувані результати:

- сформований новий світогляд соціально активної молоді регіону;
- зменшення трудової міграції та молодіжного безробіття;
- розширення мережі надання інформаційної підтримки підприємницької діяльності молоді;
- поява нових інноваційних проектів та їх реалізація в регіоні;
- забезпечення підтримки малого молодіжного підприємництва в сфері практичної підготовки проектів до стартапів;
- участь молодіжних інноваційних проектів у програмах підтримки малого та середнього підприємництва регіону.

Література

1. Українське «покоління Z»: цінності та орієнтири [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://neweurope.org.ua/analytics/ukrayinske-pokolinnya-z-tsinnosti-ta-oriyentyry/>

2. Лисак О.І. Підприємництво як життєва перспектива сучасної молоді / О.І. Лисак // Соціально-економічні проблеми розвитку бізнесу та місцевого самоврядування: тези доповідей II міжнародної науково-практичної конференції (13-14 червня 2019 р.) / відп. ред. Л. В. Синяєва. – Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2019. – С. 16-19.

3. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://taxlink.ua/ua/normative\\_acts/zakon-ukraini-pro-spriyannja-socialnomu-stanovlennju-ta-rozvitku-molodi-v-ukraini](https://taxlink.ua/ua/normative_acts/zakon-ukraini-pro-spriyannja-socialnomu-stanovlennju-ta-rozvitku-molodi-v-ukraini)

4. Андрєєва Л.О. Розробка та реалізація підприємницької ідеї / Л.О. Андрєєва // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції: матеріали міжнародного науково-практичного форуму (21-22 червня 2019р.) Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного; за

*Лисий А.О.  
к.т.н., доцент,  
завідувач кафедри «Навігація і управління судном»,  
Азовський морський інститут Національного університету  
«Одеська морська академія»*

## **ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ: ЦІЛІ І ТЕХНОЛОГІЇ**

Основна проблема застосування технологій зв'язків з громадськістю полягає в тому, що в наші дні PR-технології є невід'ємною частиною кожної організації, проте не завжди менеджери можуть правильно і ефективно їх застосувати у своїй роботі.

На основі моніторингу громадської думки технологічні суб'єкти PR виконують організацію постійної і активної взаємодії з різноманітними суспільними групами в інтересах основних суб'єктів, їх позитивного іміджу, а так само досягнення вигідних взаємовідносин з іншими суб'єктами соціальної взаємодії.

Зв'язки з громадськістю представляють собою діяльність, яка націлена на встановлення і підтримку грамотних взаємин і співпраці з суспільством. Так серед чинників формування громадської думки, що впливають на вибір політичних технологій, виділяються особливості політичної ситуації, авторитетність політичних фігур і ефективність їх діяльності, ступінь довіри населення, характеристики інформаційного простору взаємодії з громадянами, відкритість інформації. Пасивність органів влади у вирішенні проблем, стримування ініціатив громадян, культивування утриманства серед населення перешкоджають впливу технологій [2, с. 135].

PR як вид діяльності відбувається в інформаційному полі. Інформаційне поле формується як простір реакції учасників на події соціального життя і є механізмом управління інформаційно-комунікаційним розвитком соціальної системи як інформаційного середовища. Інформаційне середовище розглядається дослідниками як ознака легітимації управління. Такий формат інформаційно-комунікаційних процесів передбачає певний рівень підготовленості: інформаційної компетентності, свідомості і самоорганізації громадян і має швидше іміджевий ефект, створюючи сприятливу громадську думку, а не реальні механізми взаємодії. Кожен із соціальних взаємозв'язків може бути представлений у вигляді сукупності конкретних проблем, які потребують вирішення від органів управління та громадських груп, проведення ними необхідних цілеспрямованих дій, використання певних засобів і ресурсів. Однак ситуація в значній мірі змінюється в тому випадку, якщо взаємини в соціальній сфері починають проявлятися як взаємозалежність окремих структур, відбиватися в певних вчинках, а також почуття дійових осіб, які перебувають в конкретному місці і в реальний час.

Технології зв'язків з громадськістю у вигляді певної послідовності дій є формою соціальної інженерії, яка обумовлена властивостями наявного суб'єкта управління, знаннями цього суб'єкта, його досвідом і настроєм, а також застосовуваними в його роботі матеріальними, духовними ресурсами, а так само технічними компонентами.

З цієї причини створення і використання технологій в системі PR має пряму залежність від кваліфікації, а також компетентності працівників, їх практичних знань, а так само умінь застосовувати певного роду технічні ресурси.

Найчастіше, низький рівень забезпеченості технічними або людськими ресурсами скорочує ефективність таких технологій. З цієї причини не стільки ефективність використання, скільки сама наявність PR-технологій залежить від стану справ в регіоні або на підприємстві, вміння управлінців застосовувати накопичений досвід, брати участь в реалізації наявних можливостей в конкретній ситуації.

Помилки, а так само некомпетентність керівного складу, від яких не можуть врятувати ніякі титули і статуси, можуть не тільки мінімізувати функціональне значення PR-технологій, але так само і повністю змінити спрямованість їх роботи.

Серед PR-технологій можна виділити:

- стратегічні і тактичні;
- зовнішні і внутрішні.

Такого роду поділ носить досить відносний характер, крім того багато авторів цих технологій поділяють ще за видами діяльності, або за програмними цілями, які необхідно досягти в процесі цієї діяльності.

Технології зв'язків з громадськістю як правило розробляють з метою досягнення взаєморозуміння з різноманітними групами громадськості.

Говорячи про внутрішні технології, варто відзначити, що вони спрямовані на підтримку доброзичливих відносин всередині організації, а так само залучення співробітників до корпоративних цінностей.

В зв'язку з тим, що діяльність в області зв'язків з громадськістю досить обширна, а видів технологій велика кількість, фахівці в цій галузі повинні володіти повним спектром технологій, які охоплюють всі сфери: менеджмент, рекламу і т. п. [1, с. 322].

Зазвичай, в ролі технологій зв'язків з громадськістю виступають наступні:

- усні повідомлення, сюди відносяться повідомлення перед різними соціальними групами, прес-конференції, резервування, а так само планування важливих місць виступів і підготовка текстів для інших працівників фірм;
- публіситі – тобто за допомогою контактів з пресою, телебаченням і радіо, видавництвами;
- організація складання різних репортажів, рекламних слоганів, прес-релізів, а так само матеріалів для опису продукції;
- робота видавничого типу;
- спеціалізовані заходи щодо представлення організації, її послуг і товарів;
- поширення з максимальною ефективністю друкованої продукції, відео та фото-матеріалів, серед різних суспільних груп;

- імеджевая реклама;
- консалтингові і аналітичні технології.

Висновки з даного дослідження. В рамках даної проблеми нами було виявлено, що цілі зв'язків з громадськістю відображаються в виконуваних ними функціях і для кожної організації вони будуть свої. У зв'язку з цим виділяють різні види технології зв'язків з громадськістю, які мають свої особливості застосування.

#### Література

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технологія, техніка паблік рілейшнз. – К.: МАУП, – 2005. – 440 с.
2. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності: нав. посіб. – К.: КНЕУ. – 2005. – 275 с.

*Лисий Є.О.  
аспірант,  
Донецький державний університет управління (м. Маніуполь)*

### **ПРО ДЕЯКІ ВІДМІННОСТІ ПОНЯТЬ «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» ТА «ЕФЕКТИВНІСТЬ» В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

Людам, які професійно займаються управлінням, важливо чітко розуміти сенс поняття «ефективність» і відрізнити його від поняття «результативність», з яким його часто плутають.

В цьому питанні має сенс звернутися до стандартів ISO серії 9000:2000, в яких результативність визначається як ступінь реалізації запланованої діяльності і досягнення запланованих результатів. Тобто, чим точніше досягається поставлена мета, тим краще результативність.

Ефективність, згідно ISO 9000:2000, це співвідношення досягнутих результатів і використаних ресурсів. Фактично ідентичне визначення дає сучасний економічний словник: «Ефективність - відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, витратам, що забезпечили його отримання».

Таким чином, щоб вимірювати результативність, потрібно мати чітко визначені цілі і плани. Без цього у нас не буде точки відліку для оцінки результативності. Для вимірювання ефективності будь-якого процесу потрібно вміти визначати витрати на виконання цього процесу. Якщо це вдається зробити, то керівництво підприємства завжди може визначити чого ми конкретно досягли в тому чи іншому напрямку роботи і якою ціною отримані ці результати.

Показники результативності та ефективності необхідно вимірювати для всіх процесів. Це необхідна умова побудови повноцінної системи управління - результативною та ефективною. І саму систему управління підприємством потрібно оцінювати за цими показниками.

Питання співвідношення категорій «ефективність» і «результативність» є

традиційно актуальними незалежно від обсягів отриманих знань. Накопичений до теперішнього часу науковий потенціал дозволив згрупувати дані знання в системи принципів, критеріїв і показників даних економічних категорій.

Категорії «ефективність» і «результативність» є невід'ємними характеристиками повсякденної діяльності будь-яких суб'єктів життєдіяльності. При цьому їх часто визначають як відношення значень отриманих результатів до вироблених витрат. Необхідно зауважити, що діяльність суб'єктів може бути спрямована як на отримання прибутку, так і на вирішення завдань, не пов'язаних з її витяганням.

Слід погодитися з А.В. Бондаренко в тому, що огляд економічної літератури з визначення результативності та ефективності показує відсутність однозначного тлумачення даних понять [1, с. 78]. У своєму дослідженні, порівнюючи думки визнаних вітчизняних і зарубіжних вчених, він приходять до висновку, що в більшості випадків «результативність» і «ефективність» розглядаються як взаємодоповнюючі категорії, причому якщо результативність – уміння вибрати основну мету, то ефективність – вміння правильно використовувати ресурси для досягнення мети.

Представляють інтерес також і такі точки зору. Так, П. Друкер називає наступні відмітні ознаки цих термінів: «результативність» (effectiveness) означає «робити правильні речі» (doing the right things), а «ефективність» (efficiency) – «робити речі правильно» (doing things right). І те, і інше однаково важливо.

Однак, на думку П. Друкера, спочатку необхідно визначитися з вибором стратегії, з цільовою спрямованістю діяльності, а потім – досягти поставлених цілей з мінімально можливими витратами, тобто початково вірна стратегія при ефективному використанні ресурсів повинна неодмінно привести до наміченого результату [2, с. 34]. Крім іншого, за оцінками фахівців, низькі витрати не є тривалою конкурентною перевагою компанії, а створюють лише ситуаційні можливості, що вказує лише на сумнівність високої ефективності.

Питання підвищення ефективності та результативності державного управління в сучасних умовах набувають особливої значущості. Одним із стратегічних завдань уряду є поетапне впровадження різних методів підвищення результативності діяльності органів управління. А саме, розробка нормативних документів та впровадження системи оцінки ефективності діяльності держорганів. Світовий досвід свідчить про те, що уряди прагнуть підвищити ефективність державного управління шляхом впровадження системи оцінки ефективності діяльності державних органів. Особливу актуальність впровадження оцінок ефективності роботи набуває в контексті пріоритетів реалізується політики децентралізації, в рамках якої велике значення надається підвищенню якості прийнятих рішень в сфері державного регулювання, впровадження елементів результативної моделі управління і програмно-цільового бюджетування. Великий вплив на підвищення ефективності роботи органів виконавчої влади і на вдосконалення їх відносин з громадянами надає розвиток інформаційних технологій.

Слід зазначити, що великий вплив на підвищення ефективності роботи органів виконавчої влади і на вдосконалення їх відносин з громадянами надає

розвиток інформаційних технологій.

Отже, існує багато підходів до визначення поняття «ефективність». Одні автори та науковці пов'язують ефективність з ефектом, інші розглядають як співвідношення результату та витрат. При цьому ефект розглядається як певна форма результату. Але більшість науковців ототожнюють поняття «ефективність» і «результативність». На нашу думку, це не зовсім правильно, оскільки результативність – це досягнення певного результату, який не обов'язково повинен бути позитивним. А ефективність – це завжди позитивна величина, що характеризує приріст результатів у співвідношенні із засобами їх досягнення.

Таким чином, узагальнення різних точок зору з питання сутності понять «ефективність» і «результативність» дозволяє зробити висновок про те, що зазначені категорії не є тотожними явищами, однак вони взаємозалежні і взаємодоповнювані. Необхідно розмежовувати ці категорії і розуміти, що результативність дає можливість чітко встановити головні й другорядні цілі, а також визначити стратегію функціонування організації чи підприємства на основі аналізу показників ефективності, а ефективність характеризує взаємозв'язок між витраченими ресурсами та досягнутими результатами.

#### Література

1. Бондаренко А. В. О сущности понятий результативность и эффективность в экономике. *Научный прогресс на рубеже тысячелетий*. – 2012. – С. 145.
2. Друкер П. Ф. Управление, нацеленное на результаты. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 200 с.

*Лопушинська О. В.  
асистент*

*Полтавська державна аграрна академія  
Дмитренко А. Р.  
здобувач вищої освіти  
Полтавська державна аграрна академія*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗЕД ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим чинником розвитку народного господарства та економічної стабілізації нашої країни. Зараз немає практично жодної галузі в промислово розвинених країнах, що не була б задіяна в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Динамічний розвиток економіки, що відбувається сьогодні в Україні, має на меті створити моделі та механізми побудови реалізації сучасних економічних відносин подібні до європейських, а також інтегрувати українські підприємства в міжнародні економічні зв'язки, з одного боку, і залучення іноземних підприємств, з іншого.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності спрямовується на захист економічних інтересів України, прав і законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, створення рівних умов для розвитку усіх видів підприємництва у сфері зовнішньоекономічних відносин та використання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності доходів та інвестицій, заохочення конкуренції та обмеження монополізму[1].

Управління зовнішньоекономічною діяльністю здійснюється за допомогою основних функцій менеджменту, які мають свої особливості:

1) планування зовнішньоекономічної діяльності – це цілеспрямована діяльність щодо передбачення, прогнозування умов, процесів, результатів та інших складових зовнішньоекономічної діяльності організацій з урахуванням стану та перспектив розвитку середовища функціонування;

2) організація в сфері зовнішньоекономічної діяльності – передбачає побудову організаційної структури управління організацією залежно від розмірів підприємства та масштабів зовнішньоекономічної діяльності;

3) мотивація – повинна бути частиною загальної системи управління персоналом підприємства. Керівнику важливо завжди пам'ятати, що навіть ретельно складені плани і найдосконаліша структура організації мало чого варті, якщо хтось не виконує конкретної роботи в організації;

4) контроль – являє собою систему спостережень і виявлення відхилень процесу зовнішньоекономічної діяльності від заданих параметрів та визначення результату впливу суб'єкту управління на об'єкт. Контролювання передбачає оцінювання фактичних параметрів, що характеризують різноманітні аспекти зовнішньоекономічної діяльності, зіставлення їх із плановими, нормативними, визначення масштабів відхилень та прийняття рішення про необхідність здійснення корегувальних дій;

5) регулювання – вид управлінської діяльності, спрямований на усунення відхилень, збоїв, недоліків в процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності шляхом розроблення і впровадження керуючою системою відповідних заходів.

Специфічними функціями управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства вважаються:

аналітична функція по вивченню міжнародного ринкового середовища, середовища окремих країн і ринків, запитів споживачів зарубіжних ринкових сегментів;

товарно-виробнича функція, що передбачає удосконалення та адаптацію товару до вимог іноземних споживачів конкретних країн та умов ринку країни виходу підприємства;

збутова функція, що передбачає організацію збутових відділів на підприємстві та збутової мережі в країні виходу підприємства для просування товару;

розробка цінової стратегії та формування цінової політики підприємства щодо товарів, що експортуються та імпортуються;



рекламна діяльність підприємства на зовнішніх ринках передбачає участь у міжнародних ярмарках, виставках, застосування усіх видів реклами, що сприяють реалізації товарів [2].

Реалізація усіх попередньо розглянутих функцій здійснюється з використанням системного підходу. Суть системного підходу полягає у пошуку простого у складному, декомпозицією проблеми на складові частини, аж до виходу на прості запитання. Системний підхід при прийнятті рішення допомагає керівнику побачити організацію в єдності складових її частин, що нерозривно переплітаються із зовнішнім світом. У його основі лежить принцип розгляду проблем як єдиного цілого як системи. Сутність системного підходу допомагає зрозуміти раніше розглянуте положення про те, що система – це не тільки сума складових її елементів, а щось більше: організована сума складових її елементів. Тому, розглядаючи підприємство як систему, необхідно враховувати і вивчати зв'язки між елементами, вплив елементів один на одного, складні залежності всередині системи, а також системи з зовнішнім середовищем .

Найважливіші принципи системного підходу такі:

- процес прийняття рішень повинен починатися з постановки цілей;
  - необхідно розглядати всю проблему як ціле, як єдину систему і виявити всі наслідки і взаємозв'язки кожного окремого рішення;
  - виявлення та аналіз можливих альтернативних шляхів досягнення цілей;
  - цілі окремих підсистем не повинні вступати в конфлікт з цілями всієї системи;
  - перехід від абстрактного до конкретного;
  - єдність аналізу і синтезу, логічного та історичного;
- виявлення в об'єкті різних за якістю зв'язків в їх взаємодії.

Системний підхід можна застосовувати на різних рівнях — від окремої ділянки до всього підприємства. У кожному випадку об'єкт управління розглядається як цілісна система [3].

Отже, економіка нашої країни набирає стрімкого розвитку. Це сприяє тому, що зовнішньоекономічна діяльність стає важливим аспектом економіки нашої держави. Основними функціями менеджменту ЗЕД є: планування, організація, мотивація, контроль, регулювання. Вони визначають слабкі та сильні сторони управління підприємством, запобігають виникненню помилок в майбутньому. Реалізація всіх функцій здійснюється за допомогою системного підходу. Він допомагає керівнику аналізувати виконані завдання, проблеми та зв'язок підприємства з зовнішнім середовищем.

#### Література

1. Пащенко Б. Сучасний стан стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukr.vipreshebnik.ru/strateg/4371-suchasnij-stan-strategichnogo-planuvannya-zovnishnoekonomichnoji-diyalnosti-pidpriemstv-v-ukrajini.html](http://www.ukr.vipreshebnik.ru/strateg/4371-suchasnij-stan-strategichnogo-planuvannya-zovnishnoekonomichnoji-diyalnosti-pidpriemstv-v-ukrajini.html)

2. Кожевнікова Л. К. Особливості функцій та методів управління зовнішньоекономічною діяльністю [Електронний ресурс] / Л. К. Кожевнікова //

Економіка та держава. – № 8/2014. – Режим доступу:  
[http://www.economy.in.ua/pdf/8\\_2014/21.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/8_2014/21.pdf)

3. Кузнецова М. О. Інформаційні системи підтримки управлінських рішень / М. О. Кузнецова, Г. Ю. Коблянська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 9 (136). – С. 154–157.

*Лопушинська О. В.*  
*асистент*  
*Полтавська державна аграрна академія*  
*Стовба А. С.*  
*здобувач вищої освіти*  
*Полтавська державна аграрна академія*  
*Панова Я. Г.*  
*здобувач вищої освіти*  
*Полтавська державна аграрна академія*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРИ УПРАЛІННІ ЗЕД**

Існує багато підходів до визначення доцільності застосування тих чи інших маркетингових інструментів у процесі інтернаціоналізації виробничої та комерційної діяльності підприємств. В кожному окремому випадку обирається свій оригінальний набір маркетингових дій, які становлять цілісну систему міжнародного маркетингу. Узгодженість та системність заходів залежить від підприємницьких традицій та ринкових спрямувань підприємства, конкурентної напруженості ринку, рівня і інтернаціоналізації діяльності, міжнародного іміджу тощо. Підприємство на основі існуючої інформації приймає рішення щодо можливостей міжнародної експансії і будує так званий ціннісний ланцюг, що відображає суть його зовнішньоекономічних планів та пріоритетів і відповідних «системних засобів вираження і категоризації видів діяльності» [1].

Застосування ідеї ціннісного ланцюга до зовнішньоекономічної діяльності сприяє створенню механізму маркетингового забезпечення міжнародної діяльності. Дієвість цього механізму залежить від достовірності маркетингової інформації, правильності оцінки ринкових перспектив та адекватності рівня інтернаціоналізації маркетингових зусиль. Проте міжнародні маркетингові дослідження недоступні всім учасникам зовнішньоекономічної діяльності через складність застосування загальноприйнятих методик до інтернаціоналізованого ринкового середовища через:

- збільшення кількості факторів, що впливають на діяльність підприємства й імовірність непередбаченої взаємодії між ними;
- незнайоме оточення і відсутність інтуїтивного розуміння відмінностей у споживчих мотиваціях і перевагах в іншій країні, різноманітні соціальні і культурні перешкоди;
- фізичні чи механічні обмеження в отриманні інформації й організаційні можливості оцінки іноземного маркетингового оточення;

– неможливість використання місцевих чи міжнародних баз даних [2, с. 179].

Використання міжнародного маркетингу в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю насамперед вимагає його планування, розробки стратегічної маркетингової програми. Важливо відзначити, що стратегічна маркетингова програма складає основу загального стратегічного плану підприємства в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Планування міжнародного маркетингу має свої стадії:

- аналіз середовища діяльності підприємства і прогнозування тенденцій його розвитку;
- визначення системи завдань на основі загальних завдань підприємства;
- визначення пріоритетних напрямків діяльності;
- сегментація іноземних ринків, вибір цільових сегментів;
- розробка стратегії виходу підприємства на іноземні ринки і поведінки на них;
- розробка заходів маркетингового комплексу;
- організація міжнародного маркетингу підприємства;
- контроль за досягненням завдань міжнародного маркетингу і корекція стратегії міжнародного маркетингу [3].

Для вибору оптимальної стратегії виходу на зарубіжні ринки підприємству, що перебуває на стадії розвитку міжнародних відносин, необхідно розробити власний механізм обрання найбільш вигідної маркетингової стратегії відповідно ринкових умов та факторів, що є вирішальними на даному ринку (конкурентні умови, наявність ресурсів, структура попиту, місія та цілі). Підприємства, зорієнтовані на міжнародну діяльність, повинні керуватися відповідними алгоритмами, щоб визначити свої можливості на зарубіжному ринку відповідно до власних цінностей та інтересів, і лише потім визначати маркетингову стратегію для їх реалізації.

Таким чином, ще одним важливим елементом маркетингового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності українських суб'єктів виступає їх ділова позиція у формі активної ініціації бізнесу. Але це стає можливим лише за умов використання сучасних підходів до вирішення питань управління, що має сприяти формуванню позитивного іміджу окремих видів бізнесу, зокрема продуктів та компаній, а також країни в цілому, і реалізації агресивної комплексної стратегії міжнародного маркетингу.

У цих умовах важливим завершальним компонентом міжнародної маркетингової діяльності є ускладнення функцій контролю за результатами управлінських впливів, зокрема розробка показників і системи їх обчислення щодо типів та кількості ринків, рівня інтернаціоналізації маркетингових зусиль, територіального охоплення, ініціативності компанії в процесі залучення до світогосподарських зв'язків, досвіду і підготовки персоналу. Певну складність являє собою відзначення ефективності заходів міжнародного маркетингу, що досліджується через систему показників управлінської діяльності в інтернаціоналізованому ринковому середовищі [4, с. 37].

Функції контролю можна розглядати з точки зору відповідності організаційної структури завданням міжнародної діяльності, результатів діяльності та взаємодії функціональних підрозділів, фінансових показників, кваліфікації персоналу, іміджевих наслідків тощо. Формалізований контроль сприяє оптимізації управлінських функцій міжнародного маркетингу і підсумовує результати успішності міжнародної маркетингової поведінки підприємства. Щоб вижити в умовах жорсткої конкуренції і досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу. Міжнародний маркетинг ґрунтується на принципах внутрішнього (національного) маркетингу, тому використані в ньому стратегії, принципи і методики являються характерними і для міжнародного маркетингу.

На думку деяких науковців, особливої різниці між маркетингом «внутрішнім» (під час діяльності на національному ринку) і експортним немає [3,с.78]. Принципи маркетингової діяльності в обох випадках ідентичні. Але існує певна специфіка експортного маркетингу, що зумовлена особливостями функціонування закордонних ринків:

1. Зовнішні ринки висувають значно вищі вимоги до пропонованих товарів, їх сервісу, реклами і т. ін.

2. Вивчення зовнішніх ринків, їхніх можливостей, що є вихідним моментом експортної маркетингової діяльності, є ще більш складним і трудомістким процесом, ніж вивчення внутрішнього ринку. Звідси існує необхідність створення підприємствами-експортерами дослідних підрозділів, або отримання від спеціалізованих фірм-консультантів, що існують в країні, де пропонується експорт платної інформації про товарний ринок.

3. Ефективна діяльність на зовнішньому ринку вимагає творчого використання маркетингових методів.

4. Відповідати вимогам світового ринку, пропонувати такі експортні товари, які навіть через певний період після виходу на ринок відрізнятимуться високою конкурентоздатністю.

Отже, дослідження особливостей управління маркетингом на підприємстві, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, показало, що при виході на зовнішній ринок виникає принципово нова ситуація, більш різноманітнішим стає зовнішнє середовище, збільшується число факторів, що впливають на прийняття рішень. Більш активна позиція українських суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у впровадженні системи управління маркетингом дала б змогу значно покращити якісний рівень роботи, зміцнити імідж та конкурентноспроможність на світових ринках.

#### Література

1. Цыганкова Т. М. Оцінка розвитку маркетингової діяльності українських експортерів / Т. М. Цыганкова // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 3 (25).

2. Ковальчук С. В. Актуальні проблеми застосування маркетинг-менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності підприємств / С. В. Ковальчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 5. Т. 2. – С. 179-186

3. Ковальчук С.В. Проблеми маркетингового менеджменту в сучасних умовах господарювання / С.В. Ковальчук, А.С. Бура // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 4. Т. 3. – С. 290–294.

4. Балабанова Л. В. Маркетинговий менеджмент / Л. В. Балабанова . – К. : Знання, 2009. – 354 с.

*Лосєва М.*

*студентка магістратури*

*Університет Савоя Мон Блан (м. Ансі, Франція)*

*Олійник О.М.*

*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД*

*Запорізький національний університет*

### **СУТНІСТЬ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІЗИНГОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

Лізингові відносини регулюються законом України “Про фінансовий лізинг”. За договором фінансового лізингу лізингодавець зобов'язується набути у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі). Предметом лізингу може бути будь-яка неспоживча річ (рухоме або нерухоме майно), віднесена відповідно до законодавства до основних фондів, окрім земельних ділянок та інших природних об'єктів, єдиних майнових комплексів підприємств та їх відокремлених структурних підрозділів [1]. За лізингоодержувачем закріплюється першочергове право викупу предмету лізингу по закінченні строку договору.

Попит на лізинг формується під впливом несприятливого інвестиційного середовища в країні. Він є альтернативою банківському кредитуванню. Головною відмінністю лізингового договору від банківського кредиту є те, що власником предмету лізингу лізингоодержувач стає лише по закінченні строку лізингового договору, а до того часу обмежується правом користування, тоді як при банківському кредитуванні – з моменту оформлення кредиту. Однак оформлення кредиту передбачає підписання як мінімум 4 договорів: договір кредиту, страхування, купівлі-продажу та залогу. Останній обмежує власника предмету договору у праві розпорядження. Тобто він не може продати або власноруч позбутися майна, набутого в кредит.

Найголовнішою перевагою лізингу є кількість платежів при оформленні договору. Зазвичай це перший внесок (авансовий платіж) та комісія за видачу лізингу. Всі інші платежі (реєстраційні та страхові внески (в тому числі в пенсійний фонд), митні збори) здійснює лізингова компанія. Ці витрати рівномірно розподіляються та входять у вартість лізингових платежів, сплачуваних лізингоодержувачем. Така система дозволяє зменшити початкові витрати. Саме ж рішення про проведення лізингової операції приймається на оцінці здатності лізингоодержувача сплачувати встановлені лізингові платежі.

Більшість успішних лізингових компаній пропонують значно вигідніші умови, порівняно з банківськими кредитами. Це відбувається за рахунок партнерських програм із постачальниками/виробниками.

Серед податкових переваг лізингу виділяють такі: 100% комісії лізингодавця відноситься на валові витрати; в момент передачі транспорту (техніки, обладнання) лізингоодержувачу виникає податковий кредит з ПДВ на всю суму вартості предмету лізингу; амортизаційні відрахування від балансової вартості предмета лізингу зменшують базу оподаткування; винагорода по лізингу не обкладається ПДВ [2].

На сьогодні лізинг, як ресурс довгострокового фінансування, є більш доступним для фізичних та юридичних осіб. Європейський досвід на ринку лізингових послуг свідчить про ефективність такого фінансування основних фондів. Лізинг сприяє розвитку малого та середнього бізнесу та створює передумови для вдосконалення кредитної політики банків, за рахунок конкуренції цих двох джерел фінансування. Провідними лізинговими компаніями в Україні є «Український лізинговий фонд», «Порше лізинг Україна», «Авіс» та «ОТП Лізинг», який станом на серпень 2016 профінансував 50 млн доларів та наростив лізинговий портфель вартістю 3 млрд грн.

Основними тенденціями ринку лізингових послуг в Україні на кінець 2019 – початок 2020 рр. є:

- значне зменшення кількості фактично працюючих лізингових компаній;
- зменшення об'ємів фінансування та його зосередження на аграрному секторі;
- підписання лізингових договорів на високоліквідні предмети (автомобілі, сільськогосподарська техніка);
- підвищення вимог лізингових компаній до фінансового стану майбутніх лізингоодержувачів.

Розвитку українського ринку лізингових послуг сприятиме створення довірчих та прозорих відносин між компаніями та споживачами фінансових послуг; удосконалення чинного законодавства про фінансовий лізинг, а саме розв'язання суперечливих питань, які виникають у разі неповернення предмету лізингу, невиконанні умов лізингового договору або його дострокового розірвання; розробка єдиної інформаційної бази за кількісними та якісними показниками, які б характеризували вітчизняну лізингову діяльність (кількість лізингових компаній, джерел фінансування, обсяг наданих лізингових послуг, вартість техніки та обладнання, переданого в лізинг) [3]. За державної підтримки ринок лізингових послуг зможе збільшити об'єми фінансування та розширити свою структуру.

#### Література

1. Про фінансовий лізинг: Закон України від 16.12.97 р. №723/97-ВР в редакції Закону №1381-IV від 11.12.2003. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 13.01.20)

2. Про лізинг: Українське об'єднання лізингодавців. URL: <http://www.uul.com.ua/leasing/> (дата звернення: 13.01.20)

3. Бадзим О. С., Древуш А. Р. «Удосконалення функціонування ринку лізингових послуг». *Актуальні проблеми економіки*. 2015. №9(111). С. 182–190

*Ляшенко О.  
магістр фак-ту менеджменту  
Запорізький національний університет  
Гуржій Н.М.  
проф., д.е.н., доц.  
Запорізький національний університет*

## **НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

За роки незалежності в Україні спостерігався поступовий розвиток торговельних та інвестиційних процесів, що супроводжується збільшенням темпів зростання інвестицій в основний капітал.

Україна зустріла фінансові потрясіння, маючи непогані економічні детермінанти, в даний час внутрішні політичні та економічні суперечності та несприятливі тренди на основних зовнішніх експортних ринках і усередині країни істотно послабили приплив фінансових ресурсів в інвестиційну діяльність.

У питаннях лібералізації підприємницької діяльності необхідно створити дієву систему виявлення та усунення перешкод для створення ефективного функціонування і розвитку підприємництва, розробивши комплекс заходів щодо забезпечення підприємцям умов вільної діяльності як у сфері виробництва, так і в сфері отримання прибутку в умовах конкуренції.

Важливим аспектом є і зменшення ступеня втручання з боку урядових структур і місцевої влади. Їх роль повинна зводитися лише до забезпечення сприятливих умов розвитку інвестиційної діяльності.

З метою забезпечення стабільності та обґрунтованості правового поля потрібно якнайшвидше узгодити діючі, розробити та прийняти нові законодавчі акти, які в тій чи іншій формі вимагає ЄС та МВФ.

Єдині правила функціонування і розвитку всіх без винятку підприємницьких структур, як за розмірами, так і за формою власності. Насамперед таку роботу необхідно провести у напрямку цивільного, трудового і податкового кодексів, у сфері законодавства про захист прав інтелектуальної власності, патентів, політики передачі технологічних і наукових розробок, а також у галузі прямих іноземних інвестицій.

Підвищення фінансової самостійності підприємств можливе на основі зниження податкового навантаження суб'єктів господарювання, широкого впровадження прискореної амортизації активної частини основних фондів, реорганізації системи оплати праці та інших заходів. У вигляді недостатності коштів державного бюджету на надання фінансової допомоги розвитку

виробничого потенціалу, уряд має заохочувати спроби накопичення, а не споживання власного фінансового потенціалу суб'єктів господарської діяльності і стимулювати їх [1].

В Україні частка амортизаційних відрахувань становить 10-15% від загального обсягу поточних і капітальних витрат підприємств, в той час як у високорозвинених країнах цей показник не менше 40%. Таким чином, формування амортизаційного фонду як джерела фінансових ресурсів підприємств має формуватися в таких напрямках [4]:

- для кожної класифікаційної групи основних фондів розробити і ввести інтегральну систему для норм амортизації з встановленням верхньої і нижньої меж відхилень від встановлених норм;

- у кожній класифікаційній групі передбачити поправочні коефіцієнти для норм амортизації, що враховують специфіку виробництва та експлуатації основних фондів.

Реформування та реалізація амортизаційної системи повинні проходити з урахуванням законодавчого закріплення права на амортизаційну податкову пільгу тільки тим підприємствам, які здійснили відповідні інвестиційні капіталовкладення.

Одночасно з реформуванням діючої амортизаційної політики необхідно переглянути діючу систему оподаткування. Оподаткування повинно мати нейтральний, або заохочувальний характер, щоб стимулювати компанії одержувати і, що особливо важливо, не приховувати прибуток, яка є основним джерелом самофінансування.

Реформування системи фінансового забезпечення інвестиційної діяльності передбачає і активізацію банківського фінансування.

На даний момент можливості довгострокового кредитування в Україні є обмеженими великим кредитним ризиком, незначним інвестиційним потенціалом банківської системи і, як наслідок, високими відсотковими ставками. Таким чином, українські підприємства, які прагнуть реалізувати інвестиційні проекти, що вимагають значних капіталовкладень на тривалі терміни, не можуть розраховувати на належну підтримку банків.

Серед найважливіших механізмів, здатних забезпечити інноваційні процеси ресурсами, слід виділити венчурне фінансування.

Першою умовою для розвитку венчурних фондів є доступ до фінансового забезпечення інвестицій. На сьогоднішній момент, згідно законодавству України, ні фізичні, ні інституціональні інвестори (інвестиційні й пенсійні фонди) не можуть інвестувати у венчурні фонди, що значно скорочує потенційну інвестиційну базу. Таким чином, джерелами фінансування венчурних фондів в Україні можуть бути, або вільні кошти національних фінансово-промислових груп, або кошти закордонних інвесторів. Це підтверджує необхідність державного втручання, спрямованого на реформування та сприяння розвитку венчурного фінансування, що включає [1]:

- поліпшення умов у сфері патентування та гарантування захисту прав інтелектуальної власності;



- активізація діяльності Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку у сфері інноваційної моделі розвитку;
- внесення змін в умови випуску та обігу конвертованих привілейованих акцій і конвертованих облігацій - на даний момент прості привілейовані акції не дають право на участь в управлінні і можуть складати лише 10% статутного фонду, що є недостатнім для венчурного проектування;
- підвищення стандартів корпоративного управління в національній економіці;
- розвиток первинного ринку цінних паперів і створення умов для IPO, що в свою чергу потребує зростання активів пенсійних та інвестиційних фондів;
- реформування митного та податкового законодавства, в цілях залучення іноземних інвесторів.

Перешкодами у створенні сприятливих умов для розвитку підприємництва в Україні також є низький рівень розвитку та ефективності функціонування суб'єктів інституційного забезпечення, відсутність належного дорожньо-транспортного сполучення, достатньої кількості об'єктів ринкової, фінансової, соціальної та інформаційної інфраструктури. Для ефективного функціонування підприємств на вітчизняному просторі в країні необхідне впровадження інноваційних інституцій, наприклад, бізнес-інкубаторів, центрів підтримки бізнесу, також в Україні недостатньо використовується такий інституційний інструмент сприяння розвитку малого підприємництва як агенції регіонального чи місцевого розвитку.

З метою створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва доцільно підвищити ефективність державного планування та підтримки розвитку малого та середнього бізнесу шляхом переходу до проектно-грантової форми фінансування заходів, а також необхідно ініціювати створення програм фінансово-кредитного сприяння, залучення страхової сфери до зниження ризику, покращення інституційно-правового забезпечення фінансування підприємств.

Як свідчить вітчизняний досвід підприємницької діяльності останніх років, а також прогресивні тенденції, які проявляються у цій сфері в розвинутих країнах, основним напрямом подальшого реформування і розвитку економіки України є стратегічна орієнтація на інноваційну модель розвитку.

#### Література

1. Ліщинська Л.Б., Сіденко Л.Ю. Формування ефективної інвестиційної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/35\\_OINBG\\_2010/Economics/74647.doc.htm](http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2010/Economics/74647.doc.htm)
2. Системна криза в Україні: передумови, ризику, шляхи подолання: аналіт. доп. / Я.А. Жаліло, К.А. Кононенко, В.М. Яблонський [та ін.]; за заг. ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2014. – 132 с.
3. Полякова О. Ю. Моделювання змін зовнішньоторговельних зв'язків у контексті розширення Європейського Союзу / О. Ю. Полякова, В. О. Шликова // Проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 330-336. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:- <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon-2014-1-50>

4. Ткаченко Н. І. Амортизація, знос основних засобів, нарахування, зміни у незалежній Україні / Вісник економічної науки України. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45040/38Tkachenko2.pdf?sequence=1>

*Макаренко М.В.  
д.е.н., професор  
Донецький державний університет управління  
Барський І.М.  
аспірант  
Донецький державний університет управління*

## **ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ ВИБОРУ МОРСЬКОГО ПОРТУ**

Завдяки інтеграції в комплексні транспортно-технологічні системи, багато транзитних портів світу зуміли значно збільшити вантажообіг, що дозволяє їм відігравати стратегічну роль у транспортній індустрії. Розвиток інтермодальних перевезень і реорганізація багатьох територіально-виробничих процесів з урахуванням вимог клієнтури перетворюють порти з місць простої передачі вантажів з одного виду транспорту на іншій у ланки логістичного ланцюга. Таким чином, для сучасних портів і відповідних регіонів одночасно зростають як економічні вигоди, так і економічні погрози. Однієї з основних причин поліпшення або погіршення фінансово-економічних результатів діяльності портів і інших підприємств портової діяльності є існуючий механізм їх розвитку.

У більшості випадків, коли користувач вирішує вибрати певний порт, він повинен бути дещо пов'язаний з його привабливістю. Існує багато факторів, які можуть впливати на привабливість портів. Отже, вибір за критерієм «вартість та час» відносяться до таких, які легко визначити. Однак, окрім цього, можуть бути й інші менш легко вимірювані чинники, які також важливі для впливу на привабливість та вибір порту.

Зважаючи на той факт, що якість обслуговування, що надається лінійним перевезенням, часто включає логістичні фактори, такі як ІТ, ефективне реагування на вимоги замовника та координацію мережі [1], якість портових послуг фактично має більше прямих наслідків для якості послуг, що надаються лінійним вантажовідправникам.

В академічному світі дослідження, щодо важливості якісних факторів вибору між різними варіантами вантажоперевезень, починаються ще в 1980-х роках. Багато дослідників транспорту погоджуються, що грошові витрати - не єдиний критерій у прийнятті рішень користувачів транспортних послуг. Якість має надзвичайно важливе значення в модальному виборі вантажовідправників та користувачів транспорту вантажних перевезень.

Думка, що якісні фактори важливі для вибору порту, також поділяється Роттердамським міським управлінням порту (RPM), портовим органом

Роттердама. У брошурі "Прогнози 2020" конкурентна позиція Роттердама визначена в тому, якою мірою Роттердам може відрізнити себе від інших портів та місць в Європі [1] ця відмінність визначає його конкурентну позицію.

Такі різноманітні думки викликали велику зацікавленість у дослідженні ступеня важливості якісних факторів у виборі центру перевантаження.

Однак дослідження, які говорять про інше, також існують, наполягаючи на тому, що якісні фактори є лише існуючими компонентами і стануть незначними, коли клієнтам доводиться торгуватися грошима та часом, хоча не так багато, як ті, хто пропонує інше. Наприклад, грошові витрати залишаються одним із найважливіших факторів при визначенні того, в який порт потрібно зателефонувати. Грошова вартість все ще є найважливішим фактором вибору порту. Розуміючи такі розбіжні погляди, питання, що стосуються фіксації якісних факторів та оцінки їх важливості у конкурентоспроможності порту не втрачають актуальності.

Однією з методологічних проблем у вирішенні питань транспорту є те, що значні сучасні транспортні дослідження все ще слідує за тенденцією позитивізму, успадкованого з 1960-х та 70-х років, зазвичай, акцентуючи увагу на грошових витратах як на основній увазі аналізу. Як було показано раніше, цей підхід стає все більш застарілим, і нові перспективи щодо методології, як кількісної, так і якісної, є необхідністю.

Можна знайти праці науковців, що оцінюють якісні фактори модального вибору вантажних перевезень, хоча більшість з них зосереджуються на оцінці фактору часу. Наприклад, використовують методологію щодо значення економії часу (головним чином за допомогою опитувальників із заявленими перевагами), при визначенні значення часу в узагальненій функції витрат на використання автомобільного, залізничного та внутрішнього водного транспорту для вантажних перевезень.

Переглядаючи різні методології оцінювання якісних факторів, що впливають на модальний вибір, вони виділяють поняття якісних факторів як відсоткову знижку тарифів на фрахт, де такі якісні фактори можуть діяти як сила для зниження узагальненої вартості конкретного порту. Іншими словами, поєднання різних якісних факторів може або підвищити, або погіршити привабливість конкретного виду транспорту. Цей момент особливо важливий, оскільки він підтримує думку про те, що різні якісні фактори фактично впливають на загальну вартість використання певного порту для перевантаження контейнерів. У свою чергу це також впливає на те, чи дійсно певні користувачі ними користуватимуться. Це добре підтримується INRETS (2000), які переконливо зазначили, що якість послуг може сприйматися чи як стимул для підвищення привабливості конкретного режиму, який конкурує з іншими, або навпаки, додаткові витрати на підвищення загальної вартості певного варіанту. Проблема, згадана вище, значно збільшила труднощі побудови методології дослідження цієї тези, не кажучи вже про надзвичайні недоліки попередніх досліджень, орієнтованих на вибір портів. Дійсно, багато попередніх науковців з морського транспорту скаржилися на брак попередніх робіт, зосереджуючись на взаємозв'язку між якістю послуг та вибором порту, як правило, визнаних у своїх

роботах. Наприклад, до останнього часу робота, орієнтована на якість портових послуг, залишається вкрай рідкісною, і цьому питанню приділяється мало уваги. Більшість попередніх досліджень зосереджуються саме на способі вибору та виборі оператора, а не на конкуруючих портах.

Отже, виділимо ряд загальних недоліків, поділених більшістю попередніх досліджень. По-перше, більшість із них не в змозі налагодити відносини між покращенням якості послуг та зміною конкурентоспроможності портів. У багатьох випадках процес дослідження закінчується, коли дослідник відчуває себе досить впевнено, щоб зробити висновок про те, чи є якість послуг важливішою за кількісні фактори чи який конкретний порт забезпечує більш високу якість обслуговування, ніж інший. Більшість цих досліджень є надто механічними і не можуть надати переконливих рішень щодо проблеми дослідження. По-друге, відсутність подальших досліджень відносин між якістю послуг та конкурентоспроможністю портів також передбачає, що попередні дослідження мало уваги приділяли конкурентним відносинам між різними портами. Як обговорювалося раніше, зростання глобальних портових операторів може вплинути на конкурентні відносини між різними портами, наприклад, Роттердам і Феліксстоу можуть не обов'язково конкурувати один з одним, оскільки обидва перебувають у власності НРН. Якщо конкретний порт покращує якість обслуговування при завантаженні / вивантаженні контейнерів і, таким чином, збільшує свою частку на ринку, дуже мало досліджень ставить питання про те, хто потім буде невдалим. По-третє, попередні дослідження часто ігнорують взаємодоповнюючу природу між кількісними та якісними факторами та приділяють більшу увагу порівнянню важливіший, і нехтують важливістю загальної структури. Дуже небагато досліджень роблять реальні спроби дослідити вплив «пакету», який пропонує певний порт, на остаточні рішення користувачів портів. По-четверте, без подальших розслідувань більшість досліджень, здається, переконані, що поліпшення якості послуг обов'язково повинно призвести до збільшення частки ринку та зростання пропускної здатності порту, що є дуже сумнівним. По-п'яте, навіть у межах якісних факторів існувала упередженість щодо питання, які фактори слід включати. Багато академічних досліджень вибору порту (насправді не лише порт, а транспортний аналіз загалом) лише досліджують фактори, які легко оцінити, зокрема час. Враховуючи лише ці фактори, вони чітко нехтують іншими менш легко оцінюваними, але, можливо, не менш важливими факторами, наприклад, репутація порту, відносини між користувачами та замовниками, правила та ін. Такий ухил зрозумілий через різні причини, такі як складність у створенні нових методологій для кількісної оцінки менш оцінюваних факторів, уникнення суперечливих аргументів у їхніх методологіях або просто намагання ігнорувати той факт, що вплив інших якісних факторів має значення при виборі транспорту.

Тому, хоча концепції та результати попередніх досліджень пропонували цінні орієнтири, недоліки зробили попередню роботу порівняно обмеженою сприяти глибокому розумінню взаємозв'язку між портовими показниками та конкурентоспроможністю порту. Поряд із дефіцитом серйозних досліджень у виборі портів, методологія цього дослідження повинна бути здатною усунути

хоча б деякі з цих недоліків і зробити серйозну спробу заповнити прогалину досліджень.

#### Література

1. Meersman, H., Van de Voorde, E. and Vanelslander, T., 2001. A Study on the Cost of Transport in the European Union in order to estimate and assess the Marginal Cost of the Use of Transport - Maritime Transport. University of Antwerp: Antwerp.

*Македон Г.М.*

*к.е.н.*

*ВП НУБіП України*

*«Ніжинський агротехнічний інститут»*

### **РОЛЬ РЕКЛАМИ В ПРОСУВАННІ БРЕНДУ**

Успіх бренду визначається тим, наскільки він популярний серед населення. А популярність бренд отримує саме за допомогою реклами. Без неї бренд або компанію чекає крах. В сучасному світі існує величезна кількість каналів передачі інформації: телебачення, зовнішня реклама, інтернет, газети, журнали і тд і тп.

Реклама – напрямок в маркетингових комунікаціях, в рамках якого виробляється поширення інформації для залучення уваги до об'єкта рекламування з метою формування або підтримки інтересу до нього. Реклама охоплює всі сфери життя суспільства. У рамках маркетингу реклама виконує наступні функції:

1) готує споживача до сприятливого сприйняття товару;

2) підтримує попит на високому рівні на стадії масового виробництва товару;

3) сприяє розширенню ринку збуту.

Існує кілька видів реклами:

1) інформативна реклама використовується для інформування споживачів про нові продукти з метою створення початкового попиту;

2) спонукальна реклама використовується для створення в обраного сегмента споживачів попиту на якийсь продукт шляхом навіювання споживачам, що рекламований продукт є найкращим у рамках наявних у них коштів;

3) порівняльна реклама здійснює пряме або непряме порівняння певної марки продукту з іншими марками [3, с. 63].

З терміном «Реклама» безпосередньо пов'язаний термін «Рекламна кампанія». Рекламна кампанія – це цілеспрямована система спланованих рекламних заходів, об'єднаних однією ідеєю і концепцією для досягнення конкретної маркетингової мети в рамках узгодженої маркетингової стратегії рекламодавця, встановлені попереднім аналізом період часу, область дії, ринок і цільову аудиторію. Будь-яка рекламна кампанія будується на використанні принципів впливу реклами на потенційних споживачів. Наприклад, за однією з схем сприйняття і розуміння складається з восьми стадій: рекламу повинні побачити чи почути, потім звернути на неї увагу, засвоїти, оцінити, запам'ятати,

відтворити через час, порівняти з іншими товарами або послугами, прийняти рішення: купувати рекламований товар чи ні. До дій рекламної кампанії відносять як розробку рекламної кампанії, так і власне її проведення, а також аналіз ефективності проведеної рекламної кампанії, її оцінка та корекція. Щоб рекламна кампанія була максимально успішною, потрібно поширювати її по всіх каналах передачі інформації, щоб про рекламований товар змогло дізнатися, як можна більше людей з різних верств населення.

Перед тим, як створюється рекламна кампанія, складаються її елементи, такі як: вибір ідеї і концепції реклами в залежності від рекламованого товару, визначення цільової аудиторії, на яку вона буде спрямована, визначення бюджету, а також вибір часу і місця впровадження рекламної кампанії.

Сучасний світ неможливо уявити без реклами: телевізор, інтернет, газети і журнали, радіо, – всі ці джерела мас медіа переповнені різноманітною рекламою. Багато компаній витрачають величезні гроші на побудову і реалізацію рекламної кампанії, деякі з яких повністю виправдовують свої витрати, інші ж навпаки, – можуть зовсім провалитися і тим самим знищити бренд. Розглянемо кілька рекламних кампаній, які принесли фірмам абсолютно різні результати.

Одні з найвідоміших і вдалих рекламних кампаній була проведена компанією Volkswagen для просування свого нового автомобіля – Volkswagen Beetle. Рекламна кампанія носила назву «Think Small» і була проведена в 1959 році. Знаменитий на весь світ Volkswagen Beetle з'явився в пік популярності величезних американських автомобілів. Він був коротким, широким і потворним. Новий, несхожий на інші автомобіль, потрібно було якось по-особливому позиціонувати. Так і була створена найвдаліша рекламна кампанія ХХ століття. «Пам'ятай про малий». Всього-то два слова, які дозволили визначити позицію «Жука» і кинути виклик загальноприйнятій думці, відповідно до якого чим більше, тим краще. Насамперед Volkswagen повинен був закріпитися у свідомості людей, як «маленький» автомобіль. Ефективність такого підходу пояснюється наявністю відкритого вікна (відсутністю явного уявлення про маленьких автомобілях) в свідомості споживачів. Не те щоб у момент появи «Жука» на ринку не було маленьких автомобілів, просто ніхто не зміг зарезервувати цю позицію в умах споживачів. Досвід Volkswagen – класичний приклад заповнення пробілу за допомогою маленького розміру. Про приголомшливому успіху рекламної кампанії говорить цифра: 500 000. Саме стільки «Жуків» було продано всього лише за один сезон, що перетворило його з «гідкого каченяти» в справжньому народний автомобіль [2, с. 38]

Приклад «Жука» – яскравий приклад вдалої рекламної кампанії, яка принесла Volkswagen'у величезний дохід, і змогла назавжди закріпити за «Жуком» статус «Народного автомобіля». Виробництво цього автомобіля триває до сих пір вже в третьому поколінні, а «Жук» першого покоління (який, безпосередньо рекламувався) був проданий кількістю понад 21 мільйони примірників, і тим самим, став наймасовішим автомобілем в історії [1, с. 130].

Повністю протилежної по результату рекламною кампанією прославилася фірма Danone, запустивши в продаж в 2004 році на кисломолочні продукти «скелетон». Рекламна кампанія носила назву «Подбайте діти про своє скелеті» і

була проведена в 2004 році. Даний продукт, в першу чергу, був орієнтований на підліткову аудиторію. Передбачалося, що йогурти, на упаковці яких намальовані скелети, черепа і схрещені кістки, миттєво зацікавлять дітей підліткового віку. Однак масового захоплення «скелетон» і чотирма рекламували їх персонажами не сталося. «Страшної» упаковки, в першу чергу, злякалися батьки тих самих підлітків, на яких і був орієнтований новий продукт. Справа в результаті ледь не дійшло навіть до судового розгляду – одна мешканка збиралася подати в суд на виробника і зажадала припинити випуск продуктів, так як вони, на її думку, негативно впливають на дитячу психіку. Від свого позову вона в підсумку відмовилася, але «скелетон» це не врятувало – виробництво цієї лінійки було згорнуто.

Розглянувши два приклади рекламних кампаній, абсолютно протилежних за успіху, ми можемо переконатися в тому, що головне завдання рекламної кампанії – принести успіх бренду і рекламованого товару. Від того наскільки маркетологи будуть знати ринок, позиції конкурентів на ринку і, що саме важливе, – бажання і купівельні спроможності споживачів, настільки рекламна кампанія буде успішною. В іншому випадку, фірму чекає крах, а рекламований товар може назавжди зникнути з прилавків магазинів. Без якісної реклами на ринку ніякої бренд не матиме успіх, саме тому реклама важлива в просуванні бренду.

#### Література

1. Маркетинговые войны. Юбилейное издание / Пер. с англ. СПб. Питер, 2014. 304 с.
2. Позиционирование: битва за умы. Новое издание. СПб. Питер, 2018. 190 с.
3. Огилви о рекламе. 5-е изд. М.: Манн, Иванов и Фебер, 2018. 304 с.

*Малюга Л.М.  
к.е.н., доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

## **ЛОГІСТИЧНИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ**

Орієнтація розвитку економіки України на інтеграцію у світове співтовариство та широкомасштабне впровадження ринкових відносин вимагає радикальних структурних змін економічного потенціалу суб'єктів господарювання та адекватної політики підвищення ефективності їх господарської діяльності. Удосконалення управління матеріальними, фінансовими й інформаційними потоками містить значний потенціал росту ефективності діяльності підприємства внаслідок застосування нових прогресивних способів і підходів, зокрема таких як логістика і контролінг, що забезпечують цільову реалізацію функцій менеджменту.

Інтегрованою функцією логістики і контролінгу є логістичний контролінг, який відіграє важливу роль в стратегічному і оперативному управлінні підприємством, як логістичною системою, щодо управління матеріальними і пов'язаними з ними фінансовими та інформаційними потоками. Він робить вагомий

внесок у впевнену поведінку підприємства, базуючись на аналізі переваг логістичних проектів, вимог споживачів, умов конкуренції, встановлення можливостей подальшої трансакції сукупності цільових логістичних послуг і витрат логістики та вимагаючи регулярного узгодження цілей планування, управління і контролю за сферами діяльності підприємства.

Впровадження логістичного контролінгу в систему управління підприємством пов'язане з еволюцією процесу управління, що спричинена науково-технічним прогресом, науковістю управлінського процесу, складністю виробничих процесів та зростаючою вибагливістю учасників ринкових відносин.

Вагомий внесок у дослідження концепції логістичного контролінгу зробили: Дж.Коул, М.Хрістофер, М.Хаберек, В.Прумпер, Г.Фандель, та інші зарубіжні вчені. Основні питання теорії і практики логістики ґрунтовно висвітлені в працях А.Колобова, И.Ташбаєва, Ю.Неруша, О.Гаджинського. В останнє десятиріччя з'явилися також роботи вітчизняних науковців, в яких досліджуються сучасні проблеми логістики і контролінгу, зокрема праці Є.Крикавського, М.Окландера, Н.Чухрай, та інших.

Логістичний контролінг розглядається як інтегрована функція логістики і контролінгу в управлінні підприємством, і визначається як сукупність процедур, що забезпечують ефективно оперативне і стратегічне планування, контроль та регулювання логістичних процесів.

Застосування логістичного контролінгу на підприємстві спрямоване на:

- оптимізацію логістичних витрат (витрат зберігання, транспортування та витрат, пов'язаних із сезонними коливаннями попиту на товари і послуги тощо);
- максимізацію прибутку підприємства за рахунок використання логістичного контролінгу в аспекті стратегічного менеджменту та росту рентабельності діяльності завдяки регулюванню величини запасів, визначенню чіткої послідовності перебігу логістичних операцій тощо;
- збільшення тривалості життєвого циклу підприємства, забезпечуючи конкурентоспроможність функціонування та швидку реакцію на тенденції розвитку ринку.

Доцільно виділити два етапи застосування інструментів логістичного контролінгу:

1) логістичний, що дозволяє ідентифікувати логістичні витрати за логістичними підсистемами (логістика постачання, логістика виробництва, логістика збуту) з розподілом їх на умовно-змінні та умовно-постійні та кодуванням їх за підсистемами логістики;

2) контролінговий, що дозволяє створити методичний інструментарій структуризації показників логістичного контролінгу виробничого підприємства шляхом їх виділення та групування за логістичними підсистемами та загальні показники логістичної системи

Досліджуючи використання інструментів логістичного контролінгу при розгляді управління логістичними витратами, потрібно відмітити, що труднощі в управлінні ними на підприємстві насамперед, полягають у недосконалості обліку та проблемі виділення логістичних витрат із загальних витрат підприємства. З цим



пов'язана недостатня їх диференціація, віднесення їх на певний логістичний продукт, сегмент ринку чи клієнта. Тому схема процесу управління логістичними витратами з використанням логістичного контролінгу передбачає виділення окремих етапів, зокрема обґрунтування нормативних показників, складання кошторису, збір фактичних даних про витрати, аналіз відхилень фактичних витрат від обґрунтованих раніше нормативних показників та прийняття управлінських рішень щодо величини цих витрат.

Поряд з традиційним розрахунком показників логістичного контролінгу важливими спеціальними інструментами логістичного контролінгу є розрахунок (виділення) логістичних витрат, ABC-аналіз, аналіз потенціалу, оцінювання ризиків тощо.

Розрахунок логістичних витрат лише нещодавно було виділено у самостійний напрямок. Труднощі полягають в недостатній ефективності існуючої системи щодо обліку і виділення логістичних витрат з загальних витрат, і логістичних робіт – з загальної діяльності підприємства. З цим пов'язана і недостатня диференціація, а отже й недостатнє акцентування логістичного продукту, сегменту ринку або клієнта. З цією метою необхідно встановити місця виникнення витрат. Такими можуть бути, наприклад, місця надходження комплектуючих, склад, внутрішньозаводський транспорт, склад готової продукції, обробка замовлення. У вищеперелічених сферах можна було б конкретизувати дослідження цих витрат і, отже, розкрити і використати їх оптимізацію.

Облік витрат за носіями повинен відноситись до кожного окремого логістичного продукту. Це дозволить у майбутньому здійснити калькуляцію планових видатків і калькуляцію фактичних витрат.

Вартісні оцінки логістичних дій лежать в основі так званого ABC-аналізу, за яким означені логістичні витрати розміщуються в порядку зменшення вартісних оцінок, що дає можливість розрахувати підсумовані вартісні оцінки і їх процентний вміст. Одночасно розраховуються оцінки кількісної позиції логістичних дій та накопичений процентний вміст. Логістичні витрати розділяються на три групи: А, В, С. Група А логістичних дій характеризується витратами з найвищою вартістю. Група С через порівняно низьку вартість слабо впливає на величину логістичних витрат. Група В займає проміжне становище. Очевидно, що логістичний контролінг має концентруватися насамперед на тих логістичних діях, що входять у групу А і В.

Як показує дослідження, зменшення логістичних витрат буде більш ефективне, якщо зосередитись на вагомих для підприємства логістичних витратах та спрямувати зусилля з мінімізації на ті з них, які є контрольованими.

Ефективний логістичний контролінг охоплює сферу підготовки інформації важливої для прийняття управлінських рішень. Тут він перекликається зі створенням логістичної інформаційної системи. Це передбачає разом з використанням інформаційних і комунікаційних технологій переконання в необхідності обміну даними на організаційному рівні. У зв'язку з цим важливим є інтенсивний і постійний процес комунікації зі всіма учасниками всередині логістичного ланцюга, а також активне залучення їх у створення логістичного

контролінгу. Доведення до свідомості всього персоналу підприємства спеціальної філософії контролінгу може допомогти становленню цього процесу на вітчизняних підприємствах. Наочні успіхи логістичного контролінгу і конкретна участь кадрів можуть значно підвищити готовність підприємств до інтегрованої роботи в логістичному ланцюзі.

Отже, впровадження у практику механізму управління логістичними витратами, з використанням інструментів логістичного контролінгу, забезпечуватиме наступні переваги: економію сумарних витрат на переміщення, зберігання і утримання запасів продукції з урахуванням вимог логістики щодо поставки матеріалів у відповідній кількості, якості і асортименті до моменту і місця споживання; заміну запасів матеріалів інформацією про можливості їх швидкого придбання; заміну політики продажу вироблених товарів політикою виробництва товарів, що продаються; виконання замовлень із вищою якістю і в мінімальні строки, а також дозволяє регулювати логістичні витрати на рівні підрозділів логістичної системи.

#### Література

1. Азаренкова Г.М. Фінансові потоки в системі економічних відносин: Монографія / Азаренкова Г.М. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 328 с.
2. Бауэрсокс Дональд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. / Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 640 с.
3. Крикавський Є.В. Логістика для економістів: Підручник / Крикавський Є.В. – Л.: Вид-во Над. ун-ту «Львівська політехніка», 2014. – 448 с.

*Малюта Н.Г.  
студентка*

*КВНЗ «Вінницька академія неперервної освіти»*

## **ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

На нашу думку, становлення та формування державної молодіжної політики неможливе без її головної складової – молоді. Молодь – майбутнє нашої держави. Як пише Ганна Коваль: «Сьогодні, як ніколи раніше, важливою є потреба в створенні умов для саморозвитку молоді».

Ми цілком погоджуємось з її думкою. Для того, щоб підвищити молодіжну політику державні установи, громадські організації повинні підтримувати інноваційну, творчу діяльність молоді. Саме це буде сприяти формуванню в молоді активної громадської позиції, відчуття своєї значущості для суспільства. Адже без ініціативної, творчої молоді неможливе і саме формування та реалізація державної молодіжної політики. Наше завдання полягає в тому аби пояснити значущість молоді в реалізації державної молодіжної політики. Як зазначає український дослідник І. Парубчак «молодіжна політика завжди й майже повністю зорієнтована на майбутнє, є тісно пов'язаною з динамікою конкретних суспільних змін, в цьому її принципова відмінність від будь-якої

іншої політики в особливостях характеру та мети. Державна молодіжна політика визнана в Україні пріоритетним і специфічним напрямом діяльності держави, тому, на даний час, в Україні загострюється необхідність аналізу поетапного становлення молодіжної політики, підвищення ефективності діяльності державних інституцій та розробки практичних кроків у вирішенні наболілих молодіжних проблем» [2, с. 167].

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про широку увагу до даної теми. Державна молодіжна політика в Україні є об'єктом дослідження багатьох вчених. Цьому питанню приділяли увагу у своїх публікаціях та дослідженнях В. Головенько, М. Перепелиця, Ю. Галабурда, Ю. Криворучко, Є. Бородин, А. Васильєв, М. Головатий, І. Ільїнський, М. Канавець, Л. Кривачук, О. Кулініч, В. Лісовський, В. Луков, Н. Метьолкіна, В. Орлов, І. Парубчак, В. Чупрунов, А. Шаронов, О.В. Кулініч, В.В. Орлов, Р.П. Сторожук та ін. Тому, незважаючи на високі успіхи, здійснені ними, дослідження розвитку історії державної молодіжної політики, шляхи формування та реалізації її в Україні, ці дослідження частково є застарілими за час проведення досліджень.

У сфері молодіжної політики законодавчий механізм складається з наступних компонентів:

- прийняття законодавчих актів і рішень органами державної влади для формування та реалізації державної молодіжної політики;
- підготовка щорічної доповіді Президенту України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні, стан реалізації державної молодіжної політики;
- створення механізмів та інститутів для реалізації закону;
- заходи щодо забезпечення реалізації прав молоді, законодавчі та нормативні акти, закріплені в Конституції України;
- розробка та затвердження державних стандартів через законодавство;
- розробка механізмів реалізації міжнародного законодавства, ратифікація документів міжнародних організацій.

Можна виділити основні структурні елементи державної молодіжної політики, до яких належать такі: набір цінностей, цілей і знарядь, пов'язаних із визначенням суспільних проблем, що вимагають уваги; обраний особою, державними органами, урядом напрям дій, завдяки якому вони задовольняють певні свої потреби чи використовують певні можливості, який відображається в досягнутих результатах і в реальному впливові на життя суспільства; політична діяльність органів державної влади – комплекс дій, заходів та інститутів, за допомогою яких відбувається задоволення окремих групових та індивідуальних інтересів, їх узгодження з метою забезпечення політичного й громадського порядку в суспільстві; напрям, порядок дій, обраний державною владою для роз'яснення певної проблеми або відповідного набору проблем, який є відображенням цілей політичної системи і засобів, за допомогою яких вони досягаються; діяльність органів державної влади й органів місцевого самоврядування, що відображає суспільний устрій та економічну структуру держави, також діяльність партій, суспільних організацій і об'єднань, визначається їх цілями та інтересами; напрям дій або утримання від них обрані

органами державної влади для розв'язання сукупності взаємопов'язаних проблем [5]. Так, зовнішня політика включає дуже широкий спектр відносин з іншими країнами. «Операційна стратегія ЮНЕСКО щодо молоді на 2014-2021 роки» [4], «Стратегія розвитку державної молодіжної політики на період до 2020 року» [3] – найважливіші документи, що охоплюють цю тему в Європі та Україні. Молодіжна політика визнається як міжвідомча, інтегрована щодо молоді, яка впливає з їх потреб. Метою молодіжної політики є створення належних умов життя для молоді, надання їм можливості брати участь у суспільному житті, у соціальному, культурному та політичному житті на рівних з іншими соціальними групами. Ключовими в цьому визначенні є слова, що стосуються потреб молоді. Це звужує загальне розуміння молодіжної політики, дає розуміння її в рамках т.зв. тенденції інтеграції. Ця політика не може існувати без діалогу, партнерства і, нарешті, залучення молодих людей до процесів прийняття рішень.

Серед інших заслуговує на увагу тлумачення В. Криворученка: «Молодіжна політика охоплює всі сфери життєдіяльності молоді, включає в себе всі питання, пов'язані з формуванням і вихованням молоді, охоплює всі процеси соціалізації, всю сукупність ідей щодо місця і ролі молоді в суспільстві та їхню реалізацію. Молодіжна політика є сукупністю дій всіх державних і громадських інституцій, проте кожний її суб'єкт, соціальна інституція здійснює її диференційовано відповідно до своїх потреб і можливостей з урахуванням місцевих умов» [5, с. 60].

Як зазначається в Стратегії розвитку державної молодіжної політики на період до 2020 року, – «одним із пріоритетних завдань органів державної влади щодо забезпечення розвитку економіки, відкритого суспільства, інтеграції України до світової спільноти є вдосконалення роботи з основних напрямів реалізації державної молодіжної політики, забезпечення повноцінної роботи з молоддю» [3].

Відтак, здійснивши огляд наукових джерел та нормативно-правової української і європейської бази впровадження державної молодіжної політики в Україні, аналіз її сутності та розкриття значення для успішної реалізації громадсько-державного управління на місцевому та національному рівнях, відзначаємо, що процес її формування знаходиться на початкових етапах. Хоча за короткий період було зроблено чимало завдань.

#### Література

1. Головатий М.Ф. Молодіжна політика в Україні : проблеми оновлення. / М. Ф. Головатий. - К.: Наук. думка, 1993. - 220 с.
2. Парубчак І. Генеза формування нормативно – правової бази молодіжної політики України / О. І. Парубчак // Публічне управління: теорія та практика: зб. наук. пр. Асоціації докторів наук з державного управління. – Х.: Вид-во “ДокНаукДержУпр”. – 2012 – № 1 (9). – С. 167 -174.
3. Стратегія розвитку державної молодіжної політики на період до 2020 року – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/532/2013>

4. Операційна стратегія ЮНЕСКО щодо молоді на 2014-2021 роки – Режим доступу: <http://dsmsu.gov.ua/index/ua/material/22510>

5. Державна молодіжна політика – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Державна\\_молодіжна\\_політика](https://uk.wikipedia.org/wiki/Державна_молодіжна_політика)

*Марій О. Т.  
аспірантка*

*Львівський торговельно-економічний університет*

## **СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

На підприємствах торгівлі, важливу роль відіграє управління процесами, сприяючи ефективному задоволенню кінцевих споживачів. Спочатку підхід до логістики та її завдання в компанії були із обмеженими завданнями. Під логістикою розуміли концепцію впорядкування розподілу, шляхом ефективного управління транспортними процесами та управління складами.

Обслуговування клієнтів займає центральне місце серед логістичної діяльності підприємства. Кожен напрям логістики впливає на те, щоб клієнт отримував потрібний товар, у потрібній кількості, в потрібний час і за правильну ціну. Прагнення до досконалого обслуговування клієнтів означає інтегровану діяльність, тобто управління всіма логістичними процесами з метою досягнення очікуваного рівня задоволеності клієнтів при мінімальних можливих витратах для підприємства. [1,с.14]

Поняття управління логістикою на підприємстві - це ціла сукупність предметних питань, пов'язаних із встановленням логістичних цілей підприємства разом із шляхами їх досягнення. Це складний процес, який відбувається на багатьох взаємопов'язаних фазах діяльності організації, відіграючи все більшу роль на підприємствах, оскільки це один з факторів конкурентної переваги. Підприємство, прагнучи підвищити показники ефективності, і, як наслідок, ринковий та економічний успіх, тісно пов'язане зі ступенем інтеграції управління логістикою та способом організації логістичних процесів та логістичних систем, виконуючи свої цілі та завдання.

Дослідження логістичних систем[2,с.56] торговельних підприємств в сучасних умовах ринку набуває особливої актуальності та значущості, оскільки в даний час їх стан характеризується динамічністю, ускладненим механізмом формування і розвитку, появою нових факторів, що роблять істотний і суперечливе вплив на діяльність підприємства.

За допомогою логістичної системи підприємство торгівлі, може досягти різних цілей:більш високий рівень обслуговування клієнтів; менший ступінь фрагментації замовлень, оброблених окремими відправленнями; скорочення товарних запасів; зниження витрат; покращення прогнозування та планування; поліпшення потоку грошових коштів; поліпшення коефіцієнта прибутковості; підвищення показників ефективності та ефективність проведеної діяльності загалом.

Логістика торговельних підприємств – це складова частина комерційної логістики, і аж ніяк не є узагальнюючою сумою складської та розподільчої логістики. Підкреслимо, що типова класифікація, розроблена виключно з метою визначення методології, та не має на меті розмежовувати логістику, діяльності менеджера, спрямованим на оптимізацію способів взаємодії підприємства з постачальниками і покупцями. Також, це процес управління матеріальними та інформаційними потоками від постачальника, через розподільчу систему підприємства, склади і транспорт – до місця продажу та доставки покупцеві.

Логістика торговельного підприємства являє собою єдину, взаємопов'язану і взаємозалежну систему, що сполучається логістичними ланцюгами процесу закупівлі і збуту. Правильно організована логістична система на торговельному підприємстві, дозволяє налагодити процес торгівлі з урахуванням особливостей всіх її етапів та процесів, що дозволяє значно скоротити витрати і підвищити ефективність роботи торговельного підприємства.

Для реалізації заданої мети, торговельна логістика допомагає вирішити безліч завдань [3, с.101], серед яких можна виділити такі основні:

- розробку способів управління рухом товарів;
- впровадження системи якості на підприємстві;
- розробку та оптимізацію системи переміщення товарів;
- прогнозування обсягів попиту;
- оптимізацію роботи складських комплексів;
- координацію діяльності всіх підрозділів торгового підприємства;
- розробку логістичної стратегії підприємства;
- систематизований облік і аналіз логістичних витрат.

Успішне функціонування торговельної логістики на підприємстві виражається у планомірному збільшенні прибутку підприємства і загальному підвищенні ефективності його роботи.

На підприємстві, що має відділ логістики, усі функції, необхідні для ефективного виконання замовлень, об'єднуються в централізовано-керований механізм, що дозволяє вирішувати завдання практично будь-якого ступеня складності відповідально, складно та професійно. При цьому, відділ логістики не заміняє собою відповідні структурні підрозділи. В організаційній структурі підприємства, майже всі функціональні області взаємодіють з ним, забезпечуючи оптимізацію діяльності і конкурентоспроможність підприємства. Перед фахівцями відділу логістики не ставиться завдання усувати перебої у постачаннях, чи вирішення проблем та конфліктних ситуацій, а аналіз і координація завдань щодо управління, на основі логістичного підходу, узгоджуючи потреби підприємства на між функціональних основах для досягнення основної мети підприємства.

Функції логістичного відділу торговельного підприємства по структурних видах логістики:

- закупівельна: пошук партнерів і формування раціональних зв'язків по закупівлях, у тому числі організація комунікацій з постачальниками: оцінка кон'юнктури ринку пропозиції, вибір оптимальної моделі та умов закупівель, визначення оптимального рівня обслуговування, визначення ціни закупівлі, оцінка економічної ефективності процесу закупівель.

- транспортна: розрахунок потреби в транспорті, вибір перевізника, укладення договору на споживання транспортних послуг, розробка вимог до транспортної тари і вантажно-розвантажувальних операцій, визначення особливих умов транспортування (переадресування, страхівка, умови транспортування).

- складська: здійснення якісного та кількісного приймання вантажу, розробка технологічних карт внутрішньоскладського транспортування та одиниць зберігання, управління запасами, підготовка продукції для виробництва та споживання.

Таким чином, можна стверджувати, що логістика на сучасному етапі набуває все більше практичного спрямування і розвивається за такими напрямками як виробнича логістика, логістика управління запасами, розподільча логістика, збутова, транспортна, складська, інформаційна та фінансова логістика. У свою чергу, розвиток логістичної діяльності дозволяє оптимізувати взаємовідносини суб'єктів господарювання, в результаті чого підвищується економічна ефективність підприємства в цілому.

#### Література

1. D. Krzemińska, *Finanse przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2005, 212 s.

2. 65.050 Л 69 *Логістика: теорія та практика* : навч. посіб. / В.Кислий [та ін.] ; М-во освіти і науки України, Сумський держ. ун-т. - К. : Центр учбової літератури, 2010. - 359 с. : табл. - Бібліогр.: с. 346-347.

3. Тюріна Н. М. *Логістика* [Текст]: Навч. посіб. / Н. М.Тюріна, І. В. Гой, І. В. Бабій. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 392 с.

*Масюк В.О.*

*студентка факультету менеджменту,  
Запорізький національний університет*

*Онищенко О.А.*

*кандидат наук з державного управління, доцент  
Запорізький національний університет*

## **РОЛЬ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ, ЛОГІСТИКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Вивчення та теоретичне узагальнення різноманітних факторів, чинників та умов формування ефективного менеджменту сучасних підприємств дозволяють визначити набір окремих методів та інструментів управління, що сприяють

всебічному розвитку їхньої діяльності. В даному дослідженні представлені наступні методи та інструменти:

1. Ефективне управління мотивацією персоналу.
2. Управління бізнес-процесами в логістиці підприємства
3. Інструменти реалізації підприємництва

Існують загальновідомі інтереси людей, які стають науковими основами менеджменту. Зокрема, переважна більшість людей хочуть: грошей і благ, які можливо купити; здоров'я собі і своїм близьким; мати дружні стосунки і спілкування; бути значними та шанованими в суспільстві особами.

Все перераховане вище в менеджменті називають мотивацією. Природно, що абсолютна більшість людей намагається уникнути зайвих трудових і фізичних навантажень, захворювань і втрати працездатності, агресивного навколишнього середовища в соціальному та екологічному плані.

Сучасна концепція синтезу управлінських рішень орієнтує фахівців на ситуаційне мислення з урахуванням об'єктивних умов функціонування, містить рекомендації щодо застосування конкретних методів для прийняття рішень в певних ситуаціях. В якості основних інструментів закріплення практичних навичок менеджменту та його ефективного функціонування використовуються: ділові (управлінські) гри, господарські ситуації та їх аналіз, рішення практичних завдань менеджменту, контрольне тестування і моніторинг.

У свою чергу, логістичний менеджмент формує структуру. Його інструменти: управління подіями в логістичних ланцюгах, моніторинг логістичних ланцюгів, планування потреби у вхідних, внутрішніх і вихідних матеріальних потоках, логістика, орієнтована на попит, запаси, керовані клієнтами, гнучка система складської вантажопереробки.

Інструменти підрозділу «Управління товаром»: безперервна підтримка закупівель та життєвого циклу виробів, автоматизоване проектування, загальне управління якістю, метод управління якістю «Шість сигм». Управління відносинами зі споживачами відповідає за комунікації. Його інструменти: ефективне реагування на запити споживачів, управління фізичним розподілом, управління продажами. Ключовими складовими в управлінні відносинами з постачальниками є: персонал, постачальники, посередники. Інструментами є: активна система поставок та аутсорсинг. Фінансовий менеджмент охоплює ціну, витрати та час. Інструменти фінансового менеджменту: концепція «Just-in-time», планування потреб у фінансах, система збалансованих показників, функціонально-вартісний аналіз, управління портфелем активів, контроль, метод мінімальних загальних витрат, метод управління витратами [1].

До основних інструментів реалізації підприємництва слід віднести стратегічний аналіз, стратегічне планування, організацію вибору і реалізації стратегії, стратегічний контроль.

Стратегічний аналіз розвитку підприємства дозволяє забезпечити науково-економічну обґрунтованість прийнятих рішень щодо розвитку підприємства в цілому і його окремих елементів, визначити результативність використання трудових, виробничих (технічних, технологічних, матеріальних) і фінансових ресурсів, перевірити оптимальність управлінських рішень [2].



Відповідно, існує декілька технік та способів управління, які є основою формування ефективного менеджменту сучасних підприємств. Мотивація, бізнес-процеси логістики та стратегічне планування – чинники, які необхідно враховувати, щоб розвивати сучасну бізнес-справу. Необхідно дотримуватись конкретних правил, щоб мати успіх у керуванні підприємством. Позитивне спілкування з підлеглими, система контрольних тестів для перевірки працездатності працюючих та стійкості організації, контроль матеріальних потоків, орієнтація підприємства на попит та ресурсні запаси, швидке реагування на запити споживачів, наявність відповідних інформаційних даних, реалізація ефективної стратегії – всі перераховані фактори розглядаються у взаємозв'язку та формують цілісну структуру. Їх дотримання призводить до вагомих результатів в управлінні бізнесом. Визначення оточуючих умов та обмежень розвитку підприємства, проведення комплексного аналізу допоможуть запобігти плинності кадрів, своєчасно виявити потенційні загрози та перспективи функціонування організації, помилки управління та виробництва.

#### Література

1. Основные инструменты логистики. URL: [https://studme.org/74891/logistika/osnovnye\\_instrumenty\\_logistiki](https://studme.org/74891/logistika/osnovnye_instrumenty_logistiki) (дата зверення: 12.11.2019).
2. Инструменты стратегического управления предприятием. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=500> (дата зверення: 12.11.2019).

*Метрик А.А.*  
*старший преподаватель кафедры агробизнеса*  
*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

## **ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Инвестиционный климат – это совокупность социально-экономических, политических и финансовых факторов, определяющих степень привлекательности инвестиционного рынка и величину инвестиционного риска.

Для оценки инвестиционного климата страны принято изучать четыре основных фактора: политический, экономический, социально-демографический и технологический факторы. При изучении политического фактора особое внимание уделяют правовому регулированию, правительственной политике, текущему законодательству на рынке и его будущим изменениям, государственному регулированию конкуренции. Для изучения влияния экономического фактора на инвестиционный климат страны анализируют такие макроэкономические показатели как: Динамика ВВП, внешний долг государства, покупательская способность населения, динамика ставки рефинансирования, инфляция, динамика курса белорусского рубля, налоговое законодательство. При определении социально-демографического фактора рассматривают этнический и религиозный состав населения, наличие национальных и религиозных противоречий внутри страны и их острота,

изменения в уровне жизни, потребительские предпочтения. Для технологического – финансирование исследований, структура инноваций.

Об инвестиционном климате можно говорить относительно отрасли, региона, страны и даже мира. Инвестиционный климат по-разному оценивается разными категориями инвесторов.

Существует несколько характерных подходов к оценке инвестиционного климата, из которых наиболее приемлемым является факторный:

- характеристика экономического потенциала изучаемой сферы, предприятия (развитие отдельных отраслей, их экономические показатели);
- общие уровни хозяйствования (развитие отраслей материального производства, степень изношенности основных фондов, незавершенного строительства);
- зрелость рыночной среды (инфраструктура, приватизация, инфляция, степень вовлеченности населения в инвестиционный процесс, емкость местного рынка, экспортные возможности, присутствие иностранного капитала);
- политическая ситуация;
- социальные факторы (уровень жизни населения, величина реальной зарплаты, отношение населения к местным и иностранным предпринимателям, условия работы иностранных специалистов);
- финансовые (доходы бюджета, доступность бюджетных ресурсов, кредитов в иностранной валюте, уровень банковского процента и др.).

Структура инвестиционного климата представлена на рисунке 1.

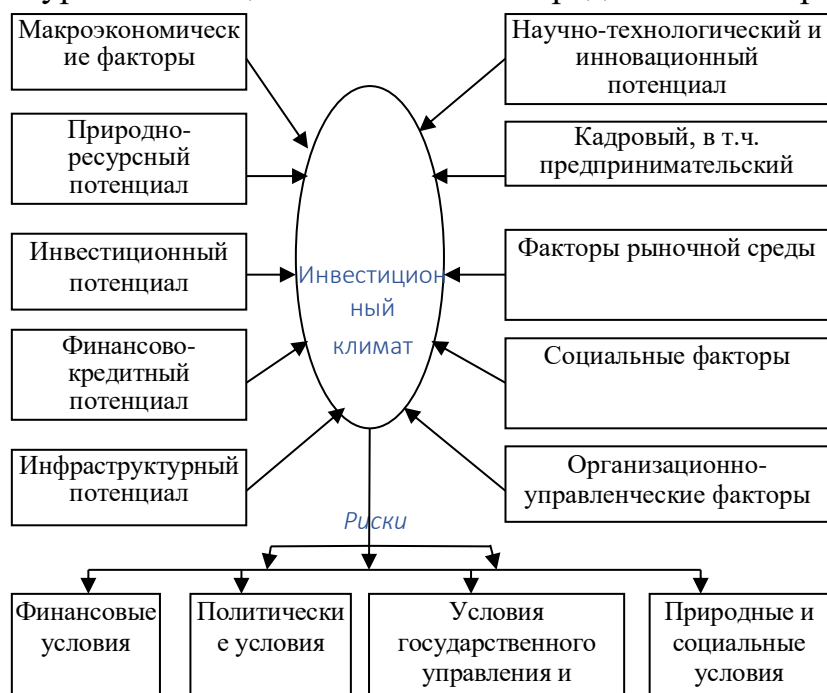


Рисунок 1 – Структура инвестиционного климата

Весьма актуальной задачей для республики становится проведение ежегодного мониторинга инвестиционного климата. Наиболее подходящим вариантом является отслеживание состояния инвестиционного климата

экономики страны без выделения отдельных хозяйственных систем (отраслей, регионов, экономических зон).

Существуют различные инструменты оценки инвестиционного климата. Так называемая «большая тройка» рейтинговых агентств – Standard & Poor's, Fitch Ratings и Moody's – присваивает различным эмитентам, долговым обязательствам (например, облигациям либо иным ценным бумагам) регионам и странам кредитные рейтинги для оценки качества и вероятности своевременной выплаты взятых ими финансовых обязательств.

Кредитный рейтинг оказывается крайне важным как для эмитента, так и для суверенного государства. Кредитный рейтинг помогает расширить доступ к различным источникам капитала, служит хорошим ориентиром кредитоспособности, позволяет снизить издержки по привлечению инвестиций и расширить круг потенциальных инвесторов. Чем выше рейтинг страны, тем более благоприятным является ее инвестиционный климат.

Кредитный рейтинг является инструментом, с помощью которого инвесторы могут оценивать риски покупки ценных бумаг или осуществления других инвестиций. Особенно он важен для тех инвесторов, которые не могут самостоятельно проводить детальные финансовые исследования.

Кредитный рейтинг присваивается по определенной буквенной шкале, она бывает как международной, так и национальной. Например, Standard & Poor's присваивает рейтинги по следующей международной шкале: AAA, AA+, AA, AA-, A+, A, A-, BBB+, BBB, BBB-, BB+, BB, BB-, B+, B, B-, CCC+, CCC, CCC-, CC, C, SD, D. Самое высшее значение рейтинга – AAA – означает, очень высокую способность выполнять свои финансовые обязательства, а самое низшее значение D – дефолт. Рейтинги от AAA до BBB считаются инвестиционными. Многим инвесторам запрещено вкладывать средства в обязательства с рейтингом ниже BBB-, поскольку они обладают значительными спекулятивными характеристиками.

7 октября 2019 г. рейтинговое агентство Standard & Poor's подтвердило долгосрочные и краткосрочные суверенные кредитные рейтинги Беларуси по обязательствам в иностранной и национальной валюте на уровне «В/В», прогноз стабильный.

В целях создания благоприятных условий для динамичного и устойчивого развития белорусской экономики, в целях повышения благосостояния и качества жизни, посредством определения правил ведения бизнеса, направленных на улучшение делового климата и повышение инвестиционной привлекательности Республики Беларусь в тесном контакте с международными организациями нормативная правовая база адаптируется к лучшему мировому опыту.

На протяжении последних лет Беларусь стабильно удерживает позицию в топ-40 лучших мировых экономик. В отчете Всемирного банка «Ведение бизнеса 2019» Республика Беларусь заняла 37-е место среди охваченных данным исследованием 190 государств, набрав при этом 75,77 балла из 100 возможных по показателю благоприятности условий ведения бизнеса [1].

Основными элементами политики в отношении иностранных инвестиций в Беларуси являются:

- постоянное совершенствование инвестиционного законодательства;
- работа Консультативного совета по иностранным инвестициям при Совете Министров Республики Беларусь;
- активизация деятельности СЭЗ и усиление их экспортной ориентации;
- привлечение инвесторов к участию в приватизационных процессах;
- государственная поддержка инвестиционных проектов в форме предоставления гарантий;
- налоговое стимулирование производственных проектов;
- работа над информационным обеспечением зарубежных инвесторов.

С получением Республикой Беларусь рейтинга иностранные инвесторы получили объективную оценку надежности белорусской экономики, и это будет благоприятно сказываться на дальнейшем развитии сотрудничества, улучшении рейтингов белорусских банков и углублении их отношений с международными партнерами. Это даст возможность обеспечить расширение воспроизводственных пропорций, повышение и конкурентоспособности выпускаемой продукции на внешнем и внутреннем рынках и как результат - более полно удовлетворить потребности народного хозяйства и населения страны в средствах производства и потребительских товарах.

#### Литература

1. Беларусь в рейтинге «Ведение бизнеса». – Режим доступа: [http://www.economy.gov.by/ru/doing\\_business-ru/](http://www.economy.gov.by/ru/doing_business-ru/). – Дата доступа 11.01.2020.

*Метрик Л.В.*

*старший преподаватель*

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

## **ВИДЫ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА И ЕГО ИСТОЧНИКИ**

Интеграционные образования в виде единого хозяйственного механизма имеют в своей основе конкурентные преимущества, выражающиеся в таком эффекте совместной деятельности, при котором затраченные объединенные усилия выше суммы индивидуальных усилий. Данный эффект выражает свою сущность за счет получаемой пользы от взаимодействия и сотрудничества и имеет название синергии. Следует отметить, что термин «синергия» имеет греческие корни и состоит из двух частей: «syn» – «вместе», «ergeia» – «труд». Синергия представляет собой особый эффект, который достигается за счет действия группы факторов. При этом, эффект получается гораздо сильнее, чем сумма эффектов каждого фактора, действующего самостоятельно. Чаще всего эффект синергии определяют в виде формулы « $1 + 1 = 3$ », « $2 + 2 > 4$ », « $2 + 2 = 5$ ». Его можно определить, как «Целое больше, нежели сумма отдельных частей».

Важнейшим результатом процессов интеграции выступает синергетический эффект. Экономическая составляющая синергетического эффекта по сути представляет собой возможные результаты совместных усилий

нескольких предпринимательских организаций (или отдельных подсистем одного комплексного предприятия), превышающие итоговый показатель их самостоятельной деятельности. Отечественные и зарубежные авторы, выделяют следующие виды синергетического эффекта, возникающего в интегрированных структурах (таблица 1):

Таблица 1 – Состав и классификация синергетических эффектов интегрированных структур

<b>Операционная синергия</b>	Эффект комплексного использования активов	<b>Синергия снижения затрат</b>
	Эффект маркетинга	
	Эффект масштаба (рост выручки от реализации продукции)	
	Эффект повышения квалификации персонала	
	Эффект монополизации	<b>Синергия объединения оптимально управляемых компаний</b>
	Эффект масштаба (рост выручки от реализации продукции)	
	Эффект имиджа компании	
	Эффект повышения качества управления	
<b>Финансовая синергия</b>	Эффект совершенствования финансовой и инвестиционной политики	<b>Синергия объединения оптимально управляемых компаний</b>
	Экономия на рынке капитала	
	Налоговая экономия	
	Снижение риска за счёт диверсификации	
	Взаимодополняемость в области инноваций	

Выделяют операционную, финансовую синергию и синергию объединения оптимально управляемых компаний. С точки зрения узкой концепции синергии выделяют синергию снижения затрат. Эти виды синергии создаются в результате следующих источников:

- когда товары поставляются по одним и тем же каналам под руководством одной администрации имеет место торговый синергизм;
- более высокая степень использования производственных мощностей и персонала, распределение накладных расходов, закупка крупных партий товаров и прочее - это результат операционный синергизм;
- совместное использование оборудования, общих запасов сырья, перемещение данных инвестиционных ресурсов с одного направления на другое и т. п. представляет собой инвестиционный синергизм;
- использование имеющегося опыта партнеров при выходе в новую сферу деятельности - управленческий синергизм;
- устранение дублирования функций и работы различных отделов отражается в синергии организационной структуры. [2, С.99-100]

Операционная синергии основывается на воздействии таких факторов как экономия операционных издержек. Кроме того, необходимо отметить, что экономия операционных издержек достигается по следующим направлениям:

- эффект масштаба за счет совместных инвестиций в е технологии, которые позволяют снизить затраты;

- эффект масштаба за счет большей специализации;
- экономия на масштабе сферы деятельности, за счет оптимального уровня загрузки производственных мощностей;
- снижение затрат на проведение научно-исследовательских работ используя научно-исследовательские центры интегрируемых компаний;
- увеличения размера рыночной ниши интегрированной структуры, что позволяет достичь роста рыночной мощи объединения и увеличения операционного дохода.

В итоге можно отметить, что операционный эффект создает потенциал для финансового обеспечения инновационного развития.

Источником синергетического эффекта является также возможность снижения транзакционных издержек. Это достигается посредством регулярного взаимодействия участников интеграционного объединения, позволяя при этом увеличить безопасность сделок. Так же необходимо отметить, что чем выше уровень транзакционных издержек, тем больше выигрыш от формирования интегрированных структур.

Финансовая синергия формируется за счёт роста кредитоспособности участников. Например, объединение крупной организации, которая обладает избыточным капиталом, но ограниченными проектными возможностями и малой организации, которая обладает достаточно высокой инновационной активностью, при этом с ограниченными денежными средствами, но имеет высокодоходные проекты. В результате это приводит к увеличению работающих активов у первой организации и повышению возможностей для развития у второй.

Одним из источников финансовой синергии является уменьшение рисков вследствие рассредоточения активов по различным субъектам и минимизация потерь вследствие негативного воздействия внешней среды. Если одна из компаний до объединения обладала налоговыми льготами, то за счет распространения налоговых льгот на вновь образованную интегрированную компанию возникает эффект финансовой синергии.

Повышение эффективности управления тесно связана с управленческой синергией. Более квалифицированный, профессиональный и эффективный менеджмент одной организации позволит другой организации более рационально распорядиться теми ресурсами, которые есть у неё, получив при этом выгоду от интеграционных процессов. Управленческая синергия будет способствовать использованию управленческого опыта, накопленного крупными компаниями для повышения эффективности управления инновационными процессами более мелких инновационных компаний.

Положительные стороны синергетического эффекта интеграционного формирования заключаются в:

- формировании рациональных кооперационных связей на всех уровнях интеграции (региональном, национальном, международном);
- интенсивном обмене между всеми участниками формирования информацией, кадровыми ресурсами, финансовыми ресурсами, а также инновациями;

- оптимізації товарно-фінансових потоків і фінансових розрахунків в відповідності з договорами про спільну діяльність в межах інтеграції;
- реалізації ефекта масштабу виробництва;
- нарощуванні інвестиційного потенціалу;
- в межах оптимізації інноваційних і інвестиційних програм;
- розвитку конкурентних переваг;
- збільшенні частки продаваних товарів в загальному обсязі продажів на ринках аналогічної продукції;
- збільшенні шляхом приєднання контролюваної частки ринку продукції інтегрованої структури.

#### Література

1. Авдони́на, С.Г. Синергетический эффект кластерных образований и параметры его оценки / С.Г. Авдони́на // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал [Электронный ресурс]. – 2014 – №1 (29). – Режим доступа: <http://eee-region.ru/article/2904/> - Дата доступа 25.12.2019.

2. Ермалинская, Н. В. Кооперация в агропромышленном комплексе: учеб. пособие / Н. В. Ермалинская, Е. А. Кожевников. М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2016. – 191 с. – Режим доступа: <http://elib.gstu.by> – Дата доступа 25.12.2019.

*Мигидюк А.  
студентка магистратури  
Інститут підготовки кадрів  
державної служби зайнятості України, м. Київ*

## **МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

В умовах нестабільності, кризи, посилення ризику в діяльності, підвищення рівня конкуренції на ринку маркетинг виступає механізмом, який допоможе підприємствам реалізувати нові можливості, вижити і розвиватися. Для збереження, зміцнення та зростання позиції підприємств на ринку керівники та спеціалісти повинні оволодіти маркетингом, набути маркетингової інтуїції, володіти маркетинговими технологіями.

Надзвичайно актуальним, на сьогоднішній день, є розуміння того, що маркетинг - це багатоаспектне поняття, яке включає ринкову філософію управління; стратегію і тактику дій суб'єктів ринкових відносин; вид професійної діяльності; комплекс конкретних функцій; методологію ринкової діяльності [1, с. 266-268].

Незважаючи на велику кількість наукових видань, присвячених питанням організації маркетингу в усіх сферах господарювання, глибокому теоретичному обґрунтуванню, методиці дослідження і практичній реалізації маркетингового процесу на підприємствах, приділяється недостатньо уваги. А тим часом підприємства, які не використовують маркетинговий підхід у своїй діяльності, ризикують втратити власні позиції на ринку.

Основною негативною тенденцією розвитку маркетингу на українських підприємствах є його короткострокове планування. Керівникам підприємств треба розробляти довгострокові стратегії, що дозволило б оперативно реагувати на мінливі умови ринку у перспективі [2, с.34]. Аналіз функцій маркетингу, який впроваджують вітчизняні підприємства, показав, що стимулювання збуту все ще розглядається як найважливіший аспект маркетингової діяльності, водночас вивченню потреб споживачів відводиться другорядна роль. Більшість досліджень ринку, що проводять українські підприємства, є простим збиранням фактів чи, у кращому разі, функціональним моніторингом. Лише деякі підприємства намагаються використовувати маркетингові дослідження як підґрунтя для операційного планування своєї діяльності. Крім того, все ще залишається і проблема кадрового забезпечення маркетингової діяльності. На багатьох підприємствах виникла тенденція до «вирощування» кадрів. Багато керівників віддають перевагу людям з досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти. Як наслідок, доводиться займатися підвищенням кваліфікації працівників, оплачуючи дорогі тренінги. В результаті можна одержати фахівця, який не вміє орієнтуватися на ринку загалом [3].

Найактуальнішим питанням для українських підприємств залишається необхідність активізації маркетингової діяльності. Підприємець як організатор виробничого процесу повинен не лише глибоко розуміти інтереси споживача, а й уміти передбачати, як реалізація нових ідей у виробництві буде сприйнята ринком, адже «уміння з'єднати в одному процесі ці два компоненти – впровадження новинки й реакцію ринку – запорука майбутнього успіху підприємця» [4, с. 90].

Аналіз методологічних і теоретико-методичних підходів до активізації процесів маркетингової діяльності, а також практично-орієнтованих методів і інструментів, які дістали визнання в практиці маркетингової діяльності, дозволив їх систематизувати наступним чином (рис.1).

Підсумовуючи можна сказати, що необхідність впровадження маркетингових досліджень у господарську практику підприємств вже ні в кого не викликає сумніву. Про це свідчить хоча б той факт, що 90% підприємств у США та 75% у ФРН і Великобританії регулярно проводять маркетингові дослідження, освоюючи тим ринок збуту, і одержують високий приріст прибутку. Пересічна американська компанія з річним обсягом збуту 25 млн.дол. витрачає на маркетингові дослідження майже 3,5% свого маркетингового бюджету, а фірма із продажами менше 25 млн. дол. – лише 1,5% [5, с. 23]

Для забезпечення стабільної стійкості підприємства в умовах мінливого ринкового середовища важлива корінна зміна всієї системи планування. На основі глибоких маркетингових досліджень ринку, системи збуту, споживчих характеристик товарів, і конкурентоспроможності, реклами, економічного аналізу витрат, прибутків, цін і інших показників, проведення мотиваційного аналізу повинно здійснюватися планування маркетингової стратегії. Ця стратегія у вигляді сформованих цілей, поставлених задач, визначеної послідовності дій знаходить конкретне виконання в програмі маркетингу.



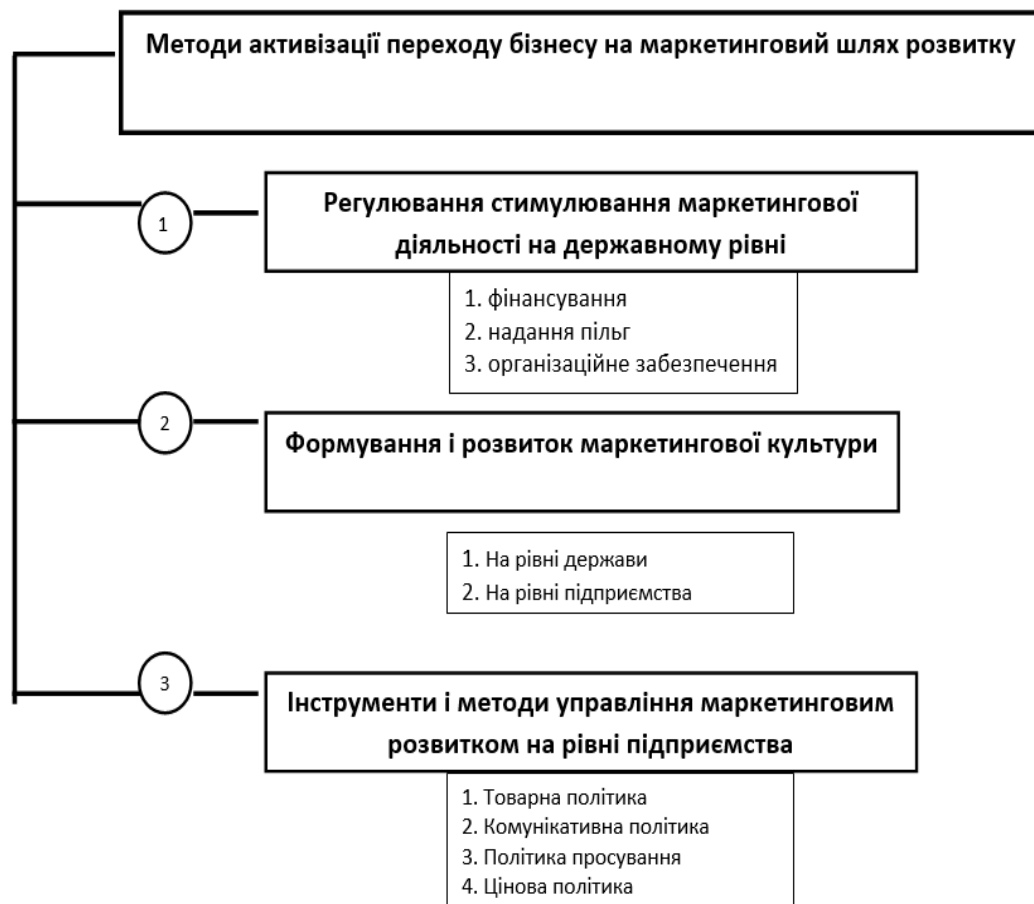


Рис.1. Активізація процесів маркетингової діяльності

Таким чином, на даному етапі розвитку ринкових відносин жодне підприємство не може нормально функціонувати без застосування маркетингу для визначення свого положення на ринку, аналізу своїх можливостей, вивчення ринкового середовища, визначення стратегії розвитку тощо. Впровадження комплексної системи управління підприємствами на основі маркетингу дозволить забезпечити маркетингову орієнтацію управлінської діяльності незалежно від величини і потужності підприємств, сприяє підвищенню внутрішньої і зовнішньої ефективності підприємств, що нарівні з використанням стратегічного підходу до управління забезпечить зміцнення їх ринкових позицій і отримання довготривалих конкурентних переваг.

#### Література

1. Курбацька Л.М., Кожушко І.Г. Використання маркетингу в управлінні підприємством / Л.М. Курбацька, І.Г. Кожушко // Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського ПДАТУ. – 2008, вип. 16. Т.3. – С. 266 – 268.

2. Азарян О.М. Маркетинг: принципи та функції : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – 2. вид., перероб. і доп. /О.М. Азарян. – К. : НМЦВО МОН України.- 2016. - 319 с.

3. Набока Р.М. Проблемы застосування стратегічного маркетингу на підприємствах України: [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/21\\_NNP\\_2010/Economics/70722.doc.htm](http://www.rusnauka.com/21_NNP_2010/Economics/70722.doc.htm).

4. Огліх В. В. Основи здійснення маркетингових досліджень та аналіз їх економічної ефективності при плануванні виробничої програми на підприємстві / В. В. Огліх, С. П. Криворучко // Вісник ДНУ. Економіка. – Вип. 2. – 2010. – №10/1. – С. 89–95.

5. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Міжнародні маркетингові дослідження та управління ризиками – важливі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – Вип. 26. – 2018. – С. 14–26.

*Молчанова Е.А.  
ст. преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», г. Горки,  
Республика Беларусь*

## **ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА ОПТИМАЛЬНОГО ВАРИАНТА ЗЕРНОУБОРОЧНОЙ ТЕХНИКИ**

Производство зерна традиционно является основной и наиболее значимой отраслью сельского хозяйства в Республике Беларусь. Важнейшим звеном в технологической цепочке производства зерна и наиболее напряженной операцией является уборка. От ее длительности напрямую зависит качество убираемого урожая.

Большое разнообразие сельскохозяйственных культур, непредсказуемая погода, вносящая свои коррективы в сроки уборки, не оставляют производителю иного пути, как разработка и создание высокопроизводительных и надежных зерноуборочных комбайнов.

Комбайны — узкоспециализированные машины и используются только в период уборки урожая. Функционально совмещают в себе операции нескольких приспособлений – жатки, веялки и молотилки. Благодаря полной автоматизации рабочих процессов позволяют закончить уборочную страду в сжатые сроки, что немаловажно для сохранения качества и питательной ценности убранного материала.

На сегодня ассортимент зерноуборочной техники настолько расширился, что сложно ответить, какой зерноуборочный комбайн лучше. В таблице 1 представлены основные технические характеристики комбайнов разных производителей.

Таблица 1. – Краткая техническая характеристика комбайнов

Параметры	Марка комбайна			
	КЗС-1624-1	W650	TORUM 750	LEXION 770
Производитель	Гомсельмаш (Беларусь)	JohnDeere (США)	Ростсельмаш (Россия)	CLAAS (Германия)

Цена, руб	328 170	480 120	355 572	426 912
Мощность двигателя номинальная, л.с.	530	320	425	419
Емкость топливного бака, л	800	700	850	1150
Объем бункера, м <sup>3</sup>	10,5	10,6	10,5	11,5
Скорость выгрузки, л/с	100	88	105	130
Рабочая скорость двигателя, км/ч	10	8	10	10
Длина ротора, мм	4260	4600	3200	4200

Примечание – составлена автором по данным официальных источников [1, 2, 3, 4].

Данные таблицы показывают, что наиболее привлекательный комбайн оказался CLAAS LEXION 770 – Германия. При мощности двигателя в 419 л.с. у него рабочая скорость 10 км/ч, по сравнению с белорусским комбайнером мощность двигателя которого составляет 530 л.с. Емкость топливного бака у CLAAS составил 1150 и объем бункера – 11,5 м, что позволяет больше работать в поле.

Однако, стоит учитывать при анализе выбора варианта уборочной техники для предприятий Республики Беларусь, что преимуществом отечественной техники является относительно не высокая цена, хотя по производительности наша техника уступает зарубежным аналогом. Каждая сельскохозяйственная организация должна выбирать сельхоз технику исходя из финансовых возможностей. Однако главным фактором при выборе техники между отечественной и зарубежной – это эффективность ее использования.

Зерноуборочный комбайн КЗС-1624-1 «ПАЛЕССЕ GS16» по производительности занимает верхнюю ступеньку модельного ряда комбайнов ПАЛЕССЕ. Машина современного технического уровня с двигателем мощностью 530 л.с. предназначена для сельхозпредприятий с крупными объемами уборки высокоурожайных зерновых колосовых, крупяных, зернобобовых и других обмолачиваемых культур.

Двухбарабанная система обмолота с предварительным ускорением потока хлебной массы обеспечивает бережный обмолот при высокой производительности. Вместо клавишного соломотряса комбайн оснащен роторным соломосепаратором с двумя роторами, «обернутыми» неподвижными решетчатыми деками и вращающимися во встречных направлениях. Такая комбинированная схема, сочетающая достоинства барабанного обмолота и роторной сепарации, лучше всего подходит для хозяйств, которые, наряду с зерновыми, в больших объемах убирают кукурузу на зерно [1].

JohnDeere W650 – зерноуборочная машина нового семейства W, сочетающая в себе отменное качество уборки и высокую производительность. Комбайн представляет новую серию продуктов JohnDeere, выпуск которых начался в 2007 году. В линейке бренда они заменили машины WTS. Проектировщики пересмотрели прежнюю конструкцию, создав новый комбайн с улучшенными характеристиками.

Модели серии W сохранили пальцевый сепаратор и классической механизм обмолота. Длинные подбарабанья и инерционный барабан позволяли убирать культуры в любых условиях. Комбайн Джон Дир W650 стал одним из наиболее удачных продуктов серии. Компактные размеры, расширенный функционал, повышенный межремонтный ресурс и энергонасыщенность делали его оптимальным вариантом для единичного фермерского хозяйства и крупной организации с огромными площадями зерновых. При этом модель была адаптирована под тяжелые условия работы. Новое освещение и особая конструкция позволяли использовать технику в темное время суток и в запыленных районах [2].

«Торум-750» – один из наиболее высокопроизводительных комбайнов не только в линейке продукции «Ростсельмаша», но и во всём мире в принципе. Эта мощная роторная сельхозмашина 7-го класса может в течение сезона убрать урожай различных, не только зерновых, агрокультур с площади свыше двух тысяч гектаров. За один час «Торум-750» намолачивает до сорока, и более тонн зерна, то есть, за 8-часовую смену – более 320 тонн. Впечатляющий результат.

Соответственно, родной стихией «Торума» можно назвать крупные агропромышленные хозяйства, с большими посевными площадями и стабильно высокими показателями урожайности на гектар. Ведь чем больше загружен комбайн, тем эффективнее, экономически выгоднее и рентабельнее становится его работа [3].

Комбайн LEXION обеспечивает механизатору свободу движений и отличный круговой обзор. Приятный климат благодаря кондиционеру, очень низкий уровень шума и регулируемая в трех положениях рулевая колонка создают первоклассные условия для работы. Обеспечивается полная поддержка комбайнеров, которые динамично и активно работают в сидячем положении.

Пневмоподвеска с автоматическим контролем высоты адаптируется к весу комбайнера и эффективно гасит до 40% колебаний. Пневматическая двойная поясничная опора удерживает спину в нужном положении [4].

На сегодня ассортимент зерноуборочной техники настолько расширился, что сложно сказать, какой зерноуборочный комбайн лучше. Для того чтобы приобретение зерноуборочного комбайна сельскохозяйственной организацией не стало напрасной тратой денег, необходимо ориентироваться на следующие критерии: величину обрабатываемых площадей; производительность работы; ширину захвата жатки; качество и чистоту убранных семян; ремонтпригодность и доступность запчастей на ту или иную модель техники; бренд изготовителя – рейтинги прошлых лет.

Мы считаем, что одним из направлений поиска резервов сокращения затрат на производство сельскохозяйственной продукции и увеличения прибыли организации является выбор оптимального варианта техники и технологического оборудования.

Когда речь идет о выборе оптимального варианта техники, нужно учитывать не технически более совершенную технику, а экономически целесообразную. Так как техника – средство производства.

Дальнейшее развитие сельскохозяйственного производства растениеводства во многом зависит от увеличения производства зерна, то выбор оптимального варианта уборочной машины является важнейшим условием сельскохозяйственной организации. Данная проблема, на наш взгляд, является до конца не решенной и требует дальнейшего исследования.

#### Литература

1. Зерноуборочный комбайн КЗС-1624-1 «ПАЛЕССЕ GS16» [Электронный ресурс] // Гормсельмаш. – Режим доступа: <https://www.gomselmash.by/produksiya/zernouborochnye-kombainy/kzs-1624-1-palesse-gs16/>. – Дата доступа: 20.11.2019
2. Комбайн JOHNDEERE W650 — зерноуборочный универсал в импортном варианте [Электронный ресурс] // Агромания. – Режим доступа: <https://agromania.com.ua/kombajn-john-deere-w650-zernouborochnyj-universal-v-importnom-variante/#2>. – Дата доступа 20.10.2019
3. Зерноуборочный комбайн TORUM 750 [Электронный ресурс] // Ростсельмаш. – Режим доступа: [https://rostselmash.com/products/grain\\_harvesters-/TORUM\\_750/](https://rostselmash.com/products/grain_harvesters-/TORUM_750/). – Дата доступа 20.10.2019
4. LEXION 770–750 [Электронный ресурс] // CLAAS. – Режим доступа: <https://stotz.by/product/claas-lexion-770/>. – Дата доступа 20.10.2019

*Мостовий В.О.  
аспірант кафедри бізнес-  
адміністрування та менеджменту  
ЗЕД  
Запорізький національний університет*

## **ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД**

Публічно-приватне партнерство являє собою взаємодію між сторонами, спрямовану на отримання прибутку та досягнення соціально важливого ефекту в інтересах місцевих громад. Практика реалізації успішних публічно-приватного партнерства в світі та Україні свідчить про те, що всі реалізовані успішні та тривалі проекти належне інституційне забезпечення, тобто здійснюються в рамках чинного законодавства, мають формалізовану та логічну форму, опосередковану угодою. Інституційне забезпечення публічно-приватного партнерства має створювати якомога більшу сферу його застосування, дозволяти залучення приватних партнерів в ті напрямки соціального життя, де можливо отримати вигоду одночасно із рішенням нагальних суспільних проблем. Інституційне забезпечення появи нових норм та законів, які регулюють певну сферу діяльності є формальними рамками для певного виду діяльності.

Публічно-приватне партнерство – це комплекс заходів, які пов'язані із прямою участю підприємств або фізичних осіб у розвитку діяльності громади та, з іншого боку – забезпечення участі громади в реалізації приватних справ.

Слід розрізняти декларацію про публічно-приватне партнерство та угоду про публічно приватне партнерство, які є відмінними за змістом та мірою впливу.

Угода про публічно-приватне партнерство має бути конкретною, тобто:

- визначати предмет угоди, яким має бути соціальна проблема, яка підлягає вирішенню через відповідну угоду;
- визначити учасників соціального партнерства, осіб, які підписують угоду, підставу, якою їм делеговане це право;
- встановлювати зобов'язання учасників угоди, їх зміст, час та обсяги;
- встановлювати відповідальність сторін, яка виникає в межах виконання їми зобов'язань, в разі невиконання зобов'язань та в разі настання обставин, що роблять виконання зобов'язань неможливим.

Публічно-приватне партнерство в сільських громадах виникає, як стабільна співпраця між сільськими радами та місцевими підприємцями, які забезпечують розвиток місцевої інфраструктури, яка, підтримує бізнес та виконує окремі функції у відповідному напрямку діяльності фірми. Основним напрямом публічно-приватного партнерства є інфраструктура, яка слугує інтересам підприємства та забезпечує сприяння місцевій громаді.

Вигоди учасника угоди публічно-приватного партнерства складаються вигоди кожного учасника цієї угоди, яка виникає в результаті її успішної реалізації, є тривалою в часі та не призводить до локальних витрат окремих учасників.

Учасниками угоди публічно-приватного партнерства є ті суб'єкти, які задіяні там формально, тобто відповідальність за реалізацію предмета угоди, обов'язки учасників, ціна та умови є визначеними та зафіксованими в договорі.

Специфікою угод про публічно-приватне партнерство в місцевих громадах є галузева приналежність приватного партнера, пов'язана із переробкою сільськогосподарської продукції або альтернативним використанням сільських територій, які забезпечують зайнятість значної частини населення громади.

Приклади міжнародного співробітництва та публічно-приватного партнерства за участю іноземних партнерів у сільському господарстві можуть бути використані у сільських районах Запорізької області:

- будівництво, експлуатація та управління іригаційними проектами у південних районах Запорізької області;
- будівництво та управління мережами компаній «холодного ланцюгу» - створення холодильного господарства та ланцюгу переробки овочевих культур;
- будівництво, обслуговування та управління оптовими ринками для збуту фруктів, овочів та місцевої сільськогосподарської продукції
- будівництво та експлуатація зернових терміналів у портах Дніпра та Азовського моря;
- будівництво та експлуатація сільськогосподарських сховищ (зернових елеваторів, цукрово-перероблювальних заводів, заводів, що спеціалізуються на виготовленні добрив);
- переробка відходів сільського господарства (біомаси) для вироблення енергії;
- переробка відходів на свинофермах.

## Література

1. Иванишкина Ю.А. Опыт зарубежных стран по использованию государственно-частного партнерства в сфере инвестиционно-строительного комплекса / Ю. А. Иванишкина // Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. – К.: Техніка, 2010.– № 92. – С. 317–323.
2. Уайт Н. Державно-приватне партнерство в сільському господарстві: міжнародний досвід та перспективи для України [Електронний ресурс]/<http://ppp-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/01/Edward-White-PPPs-in-Agriculture-for-Ukraine-UKR-1.pdf>

*Назаренко Ю.О.*

*заступник директора з методичної роботи*

*Державний навчальний заклад*

*«Одеський центр професійно-технічної освіти державної служби зайнятості»*

## **НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ**

В сучасному глобалізованому світі суспільні інститути, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними, повинні швидко реагувати на зміни, що відбуваються в політиці, економіці, суспільному житті. Особливо це стосується сфери освіти та закладів освіти. Одним з наслідків такого реагування в сучасних умовах є розмаїття видів, форм, моделей навчання та отримання освіти. Чинним українським законодавством, зокрема законом України «Про освіту», введено чітку класифікацію видів освіти: формальна, неформальна та інформальна [1]. Саме неформальна освіта, що за визначенням українського законодавства, здобувається, як правило, за освітніми програмами та не передбачає присудження визнаних державою освітніх кваліфікацій за рівнями освіти, але може завершуватися присудженням професійних та/ або часткових освітніх кваліфікацій [там само], відіграє особливу роль у формуванні та розвитку людського капіталу (як сукупності навичок, знань та умінь людини). Також постановою Кабінету Міністрів України, відповідно до закону України «Про зайнятість населення» [2], затверджено «Порядок підтвердження результатів неформального професійного навчання осіб за робітничими професіями» [3].

Слід зазначити, що виокремлення, застосування та поширення неформальної освіти в Україні у цілому співпадає із загальноосвітніми тенденціями. По-перше, феномен освіти розширює сфери свого існування: межі між навчанням та вільним часом стають все менш помітними, з'являються нові комбінації роботи та навчання, вільний час інвестується у вивчення нового та отримання знань. По-друге, стрімкі темпи примноження інформації, розвитку комунікаційних та інформаційних технологій, накопичення й оновлення масивів знань вимагають від сучасної людини не лише навчання впродовж життя, а й безперервного навчання впродовж періоду, тривалість якого – все життя. За

таких умов саме неформальна освіта (nonformaleducation) та навчання впродовж всього життя (lifelonglearning) стають важливими складовими сучасного освітнього простору. Наразі умови життя вимагають, щоб процес навчання ставав все більш динамічним, а освіта була доступна і при цьому відповідала потребам різних категорій населення, зокрема й дорослих. Тому система формальної освіти, представлена в університетах, коледжах, професійно-технічних та інших освітніх закладах, виявляється часто недостатньою. І щоб заповнити «лакуни», які не здатна заповнити формальна система, піднімається питання про можливості неформальної освіти. Процес неформальної освіти (освітній процес) відбувається переважно поза навчальними закладами, – у межах робочого місця, у приміщеннях провайдерів такої освіти та ін.

На європейському рівні поки що не досягнуто згоди щодо трактування сутності та змісту поняття «неформальна освіта», що пояснюється, на думку фахівців, відмінностями у традиціях неформальної освіти різних європейських країн. Розуміння сутності неформальної освіти свого часу запропонували експерти Ради Європи спільно з Єврокомісією. В рамках проекту «Європейський Центр Знань Молоді» (European Youth Knowledge Centre) неформальну освіту розуміють, як будь-яку організовану поза формальною освітою навчальну діяльність, яка доповнює формальну освіту, забезпечуючи засвоєння тих умінь і навичок, які необхідні для соціально та економічно активного громадянина країни. Ця освітня діяльність є структурованою, вона має освітню мету, визначені часові рамки, інфраструктурну підтримку і відбувається свідомо. Неформальна освіта базується на певних принципах, найбільш важливими з яких є: навчатися в дії (learningbydoing), вчитися співпраці, навчитися вчитися. Дотримання принципу «навчатися в дії» означає отримувати різні вміння та навички під час практичної діяльності. Принцип «вчитися співпраці» передбачає отримання та розвиток уявлень про відмінності, які існують між людьми, вміння працювати в групі та в команді, а також приймати оточуючих такими, які вони є, і співпрацювати з ними. Принцип «навчитися вчитися» означає отримувати навички пошуку інформації та її опрацювання, навички аналізу власного досвіду і виявлення індивідуальних освітніх цілей, а також здатність застосовувати вище сказане в різних життєвих ситуаціях [4].

На сьогодні, одним із головних завдань неформальної освіти є підготовка молоді та дорослих до самостійного життя. Неформальна освіта пропонує альтернативні форми навчання та новий зміст, які допомагають людям пристосуватися до постійних трансформацій суспільства. Якщо формальна освіта створює «загальну базу», то неформальна освіта швидше розвиває її, поглиблюючи компетентність у сферах, які представляють інтерес для тих, хто навчається, або ж формує вміння та навички, які виходять поза межі цілей формальної освітньої системи (наприклад, вміння справлятися з проблемами та стресовими ситуаціями, вміння критично мислити та брати участь в суспільно-політичних процесах, вміння жити в умовах різноманітності та динамічних змін у суспільстві, вміння вчитися тощо). Важливим аспектом залишається те, що неформальна освіта дозволяє отримувати нові знання «без відриву від виробництва». Крім того, неформальна освіта зберігає всі переваги формальної



(крім отримання офіційного атестата або диплома), припускається контакт учасників освітнього процесу. Основний акцент в програмах неформальної освіти зазвичай робиться на ті галузі знання, які виявляються найбільш актуальними для слухача, які надають комплексне знання, що є перевагою в порівнянні з формальною освітою. Важливою відмінністю неформальної освіти від формальної є також необхідність в особистій мотивації з боку слухача неформальної освіти. Так як навчання на неформальних курсах не передбачає отримання будь-яких дипломів, то єдиною нагородою стає те знання, яке слухач неформальної освіти отримує в результаті участі в програмах. З іншого боку, найчастіше програми неформальної освіти організовані таким чином, щоб бути максимально зручними для слухача. Можна сформулювати гасло неформальної освіти наступним чином: «Не людина – для освіти, а освіта – для людини». З цих причин в рамках неформальної освіти відбувається постійне оновлення програм, задіюються найбільш зручні для слухача форми освіти, такі, наприклад, як дистанційне навчання. Активну роль в популяризації неформальної освіти зіграли інформаційно-комунікаційні технології. Також, основними принципами неформальної освіти можна назвати навчання з урахуванням потреб, зв'язок з практикою і гнучкі програми, розклад і вибір місця проведення.

Однією з головних труднощів, з якою стикається неформальна освіта в Україні, вважається проблема успадкування українським суспільством радянських стандартів. На думку провідних фахівців, залишки радянської системи освіти культивує старий тип радянського мислення, для якого характерно сприйняття будь-якої неформальної діяльності як чогось ворожого. Також рівень самосвідомості в суспільстві не настільки високий, щоб побачити всі переваги неформальної освіти. Неформальна освіта стикається не тільки з питанням, як зробити освіту найбільш зручною і актуальною, а й з необхідністю освіти громадян.

Одним з головних чинників, що актуалізує неформальну освіту в Україні нині є дефіцит людських ресурсів, компетенцій яких відповідає сучасним вимогам ринку праці. Основні п'ять проблем, що призвели до якісного та кількісного дефіциту людських ресурсів, зокрема – це: 1) природне старіння населення та демографічна криза; 2) зовнішня трудова міграція; 3) дисбаланс на ринку праці, пов'язаний із значною кількістю працівників з вищою освітою і браком робітничих кадрів; 4) недостатній для успішного працевлаштування і активної участі у суспільному житті рівень володіння сучасними компетентностями людьми вікової категорії «45+»; 5) відсутність протягом усіх років незалежності державної політики з навчання дорослих в Україні [5, с. 3].

Україна інтегрується в глобальне інформаційне суспільство, що змушує нас постійно оновлювати власний інтелектуальний багаж. Темпи розвитку інформаційних технологій змушують постійно розвивати і вдосконалювати все нові і нові навички. Тому можна припустити, що неформальна освіта є необхідним, якщо не найоптимальнішим, шляхом розвитку української освіти, а також формування людського капіталу України вже сьогодні та в майбутньому.

## Література

1. Закон України «Про освіту» № 2145-VIII від 05.09.2017.  
URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон України «Про зайнятість населення» № 5067-VI від 05.07.2012.  
URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку підтвердження результатів неформального професійного навчання осіб за робітничими професіями» № 340 від 15 травня 2013 р.  
URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/340-2013-%D0%BF>.
4. Що ж таке неформальна освіта? URL : <http://uc.volyn.net/neformalna-osvita/>.
5. Якою має бути політика навчання дорослих в Україні? Аналітичний звіт, підготовлений під егідою Платформи громадянського суспільства Україна-ЄС за сприяння Європейського Союзу і Міжнародного фонду «Відродження» у рамках проекту «Громадська синергія». URL : [https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Navchannya\\_doroslyh\\_v\\_Ukrayini.pdf](https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Navchannya_doroslyh_v_Ukrayini.pdf).

*Нехай В.В.*

*к.е.н., доцент*

*Таврійський державний агротехнологічний університет  
ім. Дмитра Моторного*

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЗБУТУ ТЕХНІКИ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ РОБІТ**

Первинним завданням будь-якого наукового дослідження є визначення методичних та методологічних основ явища, події або побудови певної системи. Виокремлюючи певні категорії, наука покликана визначати їх природу, а потім – уточнювати утворений апарат категорій з урахуванням етапу розвитку.

Згідно з законом діалектичного синтезу кожний наступний етап є синтезом попередніх етапів та відтворює їх на більш досконалії основі. При цьому об'єкт, який розвивається, набуває інших якостей на зміну тим якостям, які заперечуються. Заперечення якостей попереднього рівня є вибіркоким, а вибір залежить від певного суб'єкта, який специфічно, на основі емпіричних знань, обирає риси для заперечення. Закон діалектичного синтезу, є законом розвитку, тому, хоча й припускає повне заперечення (нігілізм), але на практиці не декларує його. Нігілізм передбачає повну негативну установку стосовно набору якостей об'єкта на попередній стадії розвитку, а якщо скасувати ці якості у повній мірі, то об'єкт дослідження за своєю суттю уже перестає бути ним. Тому це вже не розвиток об'єкту, а його повна заміна, і це є деструктивний тип заперечення. Так, виробництво техніки для ведення агробізнесу за час свого існування проходило певні етапи розвитку, синтезуючи попередні етапи. Завданням є подальше їх відтворення на більш досконалії основі [1,2].

Беручи до уваги економічну сферу діяльності людства, слід розуміти, що чим би воно не займалось, прослідковується потяг до раціональності. Науковий підхід до забезпечення раціонального передбачає саме пошук конкретного підходу до виявлення тих компонентів структури, які потрібно усунути-конструктивний тип заперечення. При цьому застосовується метод відбору: обирають краще, бажане, доцільне.

У дослідженні та науковій розробці питань розвитку функції збуту вбачається конструктивний тип заперечення, детермінація бажаних якостей та їх селективне обрання. Важливим є аналіз систем і методів реалізації продуктів. У рамках такого аналізу необхідним є вивчення методів, які застосовуються для того, щоб товар дійшов до ринку, дослідження досвіду помилок та досягнень торговельних та збутових посередників, які працюють з аналогічним та спорідненим за використанням товаром. «Цей аналіз включає вивчення функцій та особливостей діяльності різних типів підприємств гуртової та роздрібно торгівлі, виявлення їх слабких та сильних боків, характеру взаємодії з виробником, що склалася. Таким чином визначається як можна краще та найефективніше реалізувати продукцію даного підприємства в умовах конкретного ринку, хто може стати торговельним посередником (самостійна торговельна фірма або власний збутовий підрозділ підприємства). Важливо при цьому порівняти усі види витрат з реалізації продукції, розглянути варіанти реалізації через посередників та шляхом формування особистої збутової мережі визначити частку витрат з реалізації у кінцевій ціні виробу тощо» [3].

Якщо виробник, а саме він може бути зацікавленим у поліпшенні результатів діяльності, приділяє значення якості збуту продукції, підходить до розв'язання питань збуту комплексно, тобто на основі добірки методів дослідження ринку та впливу на ринок, виробляючи індивідуальний підхід, як комплекс методів, він може продовжувати самостійно працювати над покращенням збуту. Але не треба забувати, що у випадку зі збутом, наприклад, сільгоспмашин є ще одна зацікавлена сторона – сільгоспвиробник. Тому, в опрацюванні підходів покращення збуту і його господарська характеристика займає значне місце. Розраховувати на належний збут можливо за умов платоспроможності споживача та виявлення зацікавленості саме у техніці вітчизняного виробництва.

Серед методів впливу на агровиробника також значущим є обрання інноваційних найраціональніших за сполученням «потужність впливу – ціна комунікативних засобів», форм впливу на прихильність, засобів залучення торговельних фірм (знижки за гуртові закупівлі, серійні закупівлі, за замовлення, за авансовий платіж, вчасний розрахунок, позасезонні закупівлі тощо).

Важливою складовою цього комплексу є завоювання довіри та прихильності агровиробника через жорсткий контроль якості постачань своєї продукції, супроводження її руху (фактичного й формального) до споживача.

Науково-методичний комплекс з забезпечення обрання раціональних рішень щодо організації збуту сільськогосподарської техніки виглядає так – рисунок 1

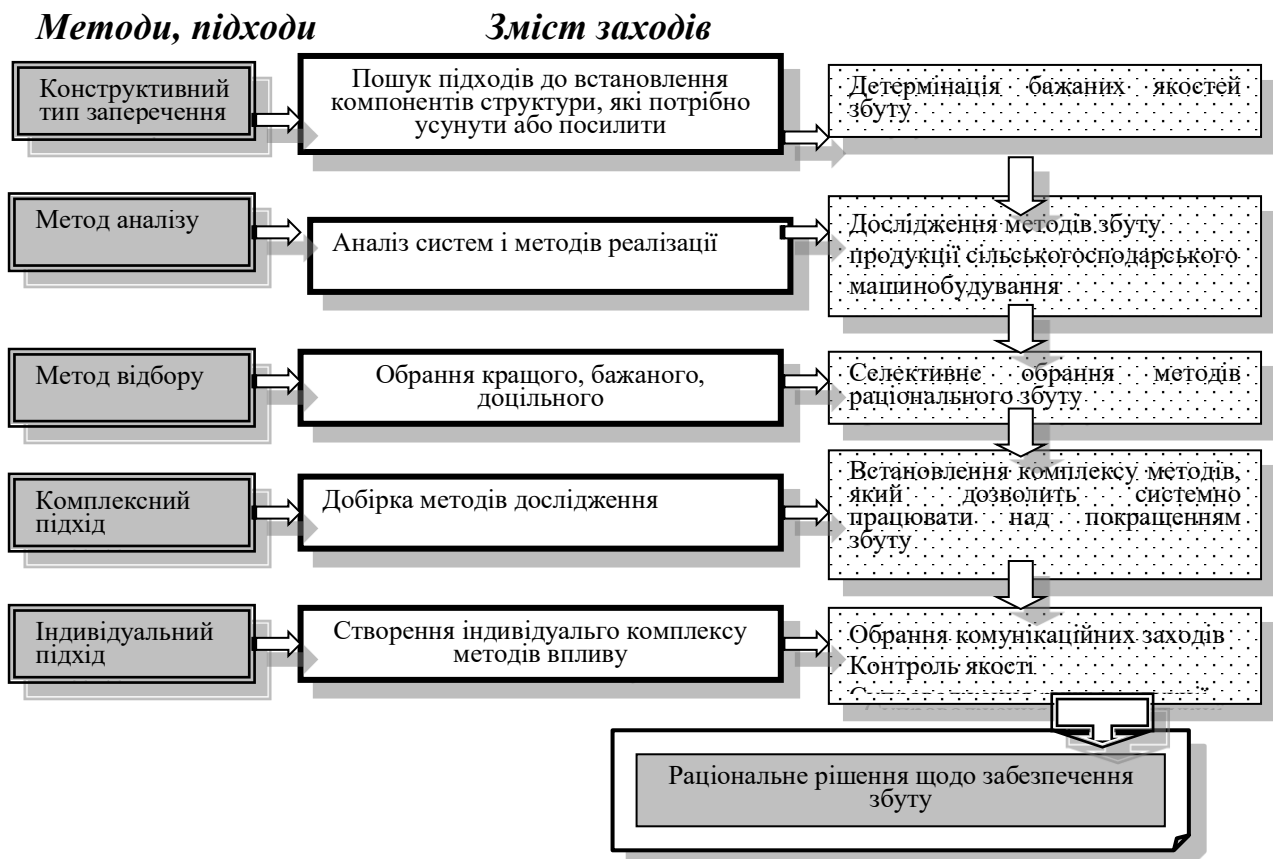


Рис. 1. Формування науково-методичного комплексу з забезпечення раціонального рішення щодо організації збуту техніки для сільгоспробіт

Один з перших на постдирективному просторі авторів наукових робіт з маркетингу В. Хруцький ще за часів, коли відділів маркетингу не існувало на підприємствах епохи «перебудови», зазначав: «З часів І. Н'ютона наука навчає нас, що якщо щось відбулось, то обов'язково повинна знайтись причина, чому це відбулось. Причина передує наслідкам, результатам. Для керівників це означає, що якщо треба отримати певний результат, то спочатку потрібно знайти причину, завдяки якій цей результат буде досягнуто» [4].

Важко не погодитись і з автором і з простими й зрозумілими уроками історії господарювання людства. На наш погляд, ключовим у цьому твердженні є термін «причина». Якщо щось уже відбулось і за результатами шукають виходу з ситуації або, навпаки, закріплення положення, необхідним є аналіз усіх факторів впливу на ситуацію. Якщо чогось очікують, вживши певні заходи, аналізують можливі зрушення та результати. Якщо ж лише плануються самі заходи, є сенс робити усе можливе для отримання найбажанішого результату. У цьому випадку зусиль більше і коштують вони дорожче, але й ризиків того, що надії не справдяться значно менше. Під причиною, зрозуміло, автор мав на увазі відчутні фактори впливу на ситуацію.

Виходячи з філософсько-категоріального образу маркетингу, у сфері інновацій щодо збуту техніки виокремлюється проблема стимулювання поведінки аграріїв у процесі прийняття рішення про купівлю. Для появи індикативу управляти поведінкою споживачів необхідно відстежувати ринкову

кон'юнктуру та прагнення, орієнтацію, потреби та установки споживачів. Отримані дані треба постійно поновлювати й уточнювати. У такому разі будь-які зміни можливо передбачити. Для здійснення такої можливості, масиви інформації мають найповнішими та аподиктичними.

З огляду на те, що у будь-якій діяльності існує причинно-наслідковий зв'язок, непередбачуваність, відсутність зваженого підходу до здійснення товарної політики може збільшити негативні наслідки, небажані для агровиробника. Хаос вбиває комерційні прагнення. Виникнення попиту є стихійною подією, але управляти процесом виникнення попиту можливе. Для цього необхідні певні інновації у формуванні методів збуту з боку тих, хто прагне під цей попит підвести гідні товари для збуту – сучасну вітчизняну техніку для аграріїв.

#### Література

1. Нехай В.В. Управління ринком сільськогосподарської техніки на основі консолідації та прямого маркетингу. *Економіка АПК*. Київ, 2015. №12. С.68 – 71.
2. Нехай В.В. Забезпечення маркетингової підтримки підприємства. *Вісник Запорізького національного університету*. Запоріжжя, 2011. №1 (9). С. 52 – 58.
3. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / Х. Хершген. М. : ИНФРА-М, 2000. 334 с.
4. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., Автухова Е.Э. Современный маркетинг / под ред. В.Е. Хруцкого. М. : Финансы и статистика, 1991. 256 с.

*Ніколаєвська А.О.  
студентка факультету менеджменту  
Запорізький національний університет  
Онищенко О.А.  
к. н. держ. упр., доцент  
Запорізький національний університет*

### **ЛОГІСТИКА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Динамічний розвиток електронної комерції стає викликом для сучасної логістики, яка поряд з маркетингом відіграє одну з ключових ролей в управлінні галуззю електронної комерції. Дана галузь стрімко революціонізує логістичний сектор. Доставка товару постачальником (кур'єром) є одним з найважливіших моментів на шляху покупки і картиною, що формує позитивні відгуки про інтернет-магазин. Швидке та професійне обслуговування доставки впливає на задоволення клієнтів.

Розвиток електронної комерції збільшує складність операцій та логістичних процесів. Електронна комерція, за Котлером – це термін, який використовується для опису процесів купівлі та продажу, підтримуваних електронними пристроями [1, с. 217]. Доставка товару – один із ключових процесів електронної комерції. Дослідження показують, що ціна транспортної

послуги не є найважливішим критерієм. Пріоритетом є своєчасність, відсутність пошкоджень та втрачених товарів, а також гарантія дати доставки [2, с. 432].

В Інтернет-торгівлі логістика зводиться до трьох аспектів:

- управління товарами (наприклад, інформаційний потік);
- складування, де складські та дистриб'юторські центри адаптовані до вимог онлайн-замовлень;
- доставка товару замовнику.

Якісна логістична система електронної комерції ще тільки починає формуватися в Україні. І на поточний момент онлайн-рітейлерам доводиться стикатися з величезною кількістю проблем: чи організувати свою логістичну діяльність самостійно або залучати аутсорсингові джерела, чи створювати власне складське господарство або обійтися без складування товару взагалі, яким чином підвищити ефективність електронного маркетингу власної справи, як налагодити систему електронних платежів та інше.

Існує три основні форми організації логістики в електронній комерції: власна логістика, дропшипінг та торгівля «під ключ» [3, с. 351]. Перший підхід – це найбільш практична модель логістичного рішення. Він передбачає існування власного складу. Він складається із замовлення товару у продавця, розміщення товару на складі та обробки замовлень. Доставка відбувається власним або зовнішнім транспортом.

Дропшипінг полягає у відправці товару безпосередньо із зовнішнього складу підприємства (наприклад, виробника) замовнику. Послуга складається із зберігання продуктів, прийому замовлень, заповнення, видачі документів про продаж та відправки на замовлення користувачів Інтернету. Інтернет-магазин виступає своєрідним посередником, який набуває споживачів, збирає замовлення, видає замовлення на розповсюдження та стягує збори.

Інший підхід, так звана послуга «під ключ», є комплексним обслуговуванням інтернет-магазинів спеціалізованими логістичними компаніями. Логістичні оператори такого типу мають відповідати високому рівню вимог, адже сучасний замовник електронної комерції очікує доступу до процесу доставки посилки через мобільні пристрої, можливості внесення змін до замовлення в режимі реального часу, можливості вибору кур'єра залежно від його поточного місцезнаходження, можливості скоротити час отримання посилки та пристосувати місце отримання до своєї потреби, простежуваність, подання скарг через мобільні пристрої. Це означає необхідність орієнтації логістичних компаній на нові технології та рішення, присвячені окремим клієнтам.

Інтернет принципово змінив функціонування роздрібною торгівлі. Розвиток електронної комерції – це початок революції в польській торгівлі. Попит на логістичні послуги зростає. Конкуренція в галузі електронної комерції зміщується від параметра ціни до параметра розподілу. Кур'єрські та логістичні компанії прагнуть задовольнити потреби та сподівання клієнтів, зосереджуючись на усуненні проблем з доставкою. Майбутнє логістики буде залежати від індивідуальних потреб клієнтів.

## Література

1. Котлер Ф., Гари А. Основы маркетинга. 5-е европейское изд. Москва: Вильямс, 2015. 752 с.
2. Kawa A. Fulfillment service in e-commerce logistics. *Logforum*. 2017. № 13 (4). С. 429-438.
3. Антоненко О.М., Міщук. І.П., Хамула О.О. Формування систем електронної торгівлі і логістика: теорія та практика організації. *Вісн. нац. ун-ту «Львів. Політехніка»*. 2012. № 749. С. 349-356.

*Олійник М.О.*

*студент магістратури економічного факультету  
Київський національний університет ім. Т.Г. Шевченко*

*Олійник О.М.*

*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ**

Русійна сила сталого розвитку кожної компанії - це люди, тому підприємство повинно забезпечувати людям комфортні умови роботи, щоб досягти максимальних результатів.

Філософія компанії або принципи, якими користуються керівники, є оплотом і вирішальним фактором створення корпоративної культури на підприємстві.

Корпоративна культура — одна з організаційних підсистем, що виконує функції адаптації організації до навколишнього середовища та ідентифікації її співробітників. У цьому сенсі термін «корпоративна культура» описує атрибут або властивість групи і являє собою сукупність поведень, символів, ритуалів і міфів, які відповідають поділюваним цінностям, властивим підприємству, і передаються кожному члену з вуст в уста як життєвий досвід.

Завдання розвитку в різних організаціях вирішуються по-різному. Багато менеджерів самостійно створюють систему управління персоналом, адаптувавши її до умов і специфіки діяльності підприємства. Так само можна залучити фахівців, щоб грамотно побудувати шляхи вирішення виникаючих завдань і їх діагностики або вивести HR-службу на аутсорсинг. Не важливо, який буде механізм вирішення завдання, головне – побудувати правильну стратегію і тактику роботи з персоналом, сформулювавши конкретні завдання.

Корпоративні стандарти є частиною корпоративної культури і являють собою правила, які треба виконувати. У різних компаніях ці правила можуть бути різними, але їх усереднений перелік зводиться до наступного:

- відносини з колегами (відносини керівників і підлеглих, поведінка в конфліктних ситуаціях, правила взаємозамінності, порядок підвищення кваліфікації та навчання нового співробітника);

- відносини з клієнтами (вітання, ведення переговорів, розмови по телефону, розрахунки, поведінку в конфліктній ситуації, прощання);
- робоче місце (оформлення, підтримання порядку, поведінку на робочому місці, передача його іншому виконавцю);
- відносини з зовнішнім середовищем (захист інтересів компанії, збереження комерційної таємниці, способи представлення компанії).

Етапи формування корпоративної культури:

1. Зародження корпоративної культури. Вона зазвичай відбувається з виникненням нової господарюючої організації і в певному сенсі окремі елементи цієї культури можуть кинути виклик уставленим у суспільстві уявленням і настроям. На цій стадії до зароджується культурі переважає або пасивно-поблажливе, або негативне ставлення.

2. Стабілізація корпоративної культури. Може бути констатовано, коли цієї культури дотримується переважна більшість, коли вона стає органічним середовищем існування і розвитку суспільства.

3. Історія корпоративної культури. При цьому етапі основні елементи культури узагальнюються, обростають міфами і легендами. Цей рівень стає плацдармом для подальшого розвитку колективу.

Багато підприємств беруть за основу класифікацію, запропоновану Т. Ю. Базаровим, яка будується з урахуванням спільного типу діяльності і відносин, що виникають між людьми. У відповідності з цим підходом виділяють наступні типи організаційної культури: бюрократична, підприємницька, органічна та партиципативна.

Психологічний комфорт дуже важливий при налагодженні відносин між співробітниками і досягнення ними цілей підприємства. Наприклад, працівникам, які схильні до монотонної праці, врівноважених, що відрізняються високим ступенем старанності, їм психологічно комфортно працювати при бюрократичному тип трудових відносин. Як правило, це люди не креативні, але вони здатні протягом багатьох годин якісно виконувати важку рутинну роботу, яка вимагає постійної концентрації уваги.

Коли змінюються стратегічні завдання організації або окремого структурного підрозділу, менеджери з персоналу можуть поставити перед собою мету змінити культуру цього підрозділу в бік того типу, який найбільшою мірою сприятиме підвищенню ефективності його діяльності. Однак не завжди можна «директивно» перейти. Перехід повинен здійснюватися послідовно: спочатку міняємо вимоги до компетенцій, потім — підхід до підбору персоналу, вимоги до типу керівника. Для цього проводимо певну роботу з людьми.

Тож для того, щоб підприємство ефективно функціонувало, стало розвивалось потрібні не лише техніка, приміщення та машини, але й люди, які би вдало використовували їх у своїй роботі. Але для цього треба сприяти позитивному взаємовідносинам в колективі, щоб людям подобалось те, чим вони займаються і робили це з задоволенням та натхненням.



## Література

1. Гриньова В.М., Попов О.Є. Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні: монографія. Харків : Вид-во ХДЕУ, 2015. 203 с.
2. Дяченко Т.О. Взаємозв'язок розвитку корпорацій із застосуванням корпоративної культури. *Формування ринкових відносин в Україні*. № 10 (77). 2017. С. 7–10.

*Олійник О.М.*

*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

### **АКТУАЛЬНІ КОНЦЕПЦІЇ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

На сьогоднішній день для більшості підприємств необхідною умовою ефективного функціонування та успішної діяльності загалом є впровадження інноваційних, креативних інструментів та методів управління підприємством.

Забезпечення розвитку підприємства та його конкурентоспроможності в умовах інтелектуалізації капіталу неможливо без формування персоналу, який володіє необхідними знаннями і компетенціями. В умовах інтелектуалізації капіталу особливу цінність для підприємства становлять так звані інноваційні працівники, до компетенцій яких належать творчі здібності, оригінальність ідей, креативність, нестандартні підходи до вирішення професійних завдань. Відповідно до цих тенденцій виникла специфічна галузь менеджменту — креативний менеджмент, який спрямований на формування, утримання та розвиток креативних працівників [1].

Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку свідчать саме про зростання ролі креативних, інноваційних способів управління підприємством. Ідеї та продукти, які ґрунтуються на інноваційності, креативності та новизні завчасно надають конкурентні переваги будь-якому підприємству. Успіх більшості підприємств залежить від формування креативних ідей, які залежать саме від управління підприємством на засадах креативного менеджменту.

Основна суть поняття «креативний менеджмент» полягає саме у діях керівників, управлінців, які повинні забезпечити ефективне розкриття творчого потенціалу працівників, створити сприятливі умови для винайдення чогось нового, що забезпечувало б підприємству успіх. Розвиток творчого потенціалу співробітників сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства в цілому, а використання інструментів креативного менеджменту дозволяє оперативно і творчо вирішувати складні завдання та формувати нові методи управління самим підприємством [2].

Креативний менеджмент можна охарактеризувати як спосіб управління підлеглими та підприємством на більш вищому рівні, ніж звичайне

адміністративне управління, яке задиктовує чіткі та нормативні правила управління підприємством.

Управління в сучасному світі підприємством на засадах креативності та нестандартності вже є необхідною тенденцією та умовою досягнення успіху. Креативний менеджмент – це нестандартний спосіб управління підприємством, який дозволяє розвивати творчі здібності та знання, створювати в колективі теплий робочий клімат, що сприятиме розвитку будь-яких ідей, при цьому досягаючи цілей підприємства та отримуючи великі прибутки.

Як свідчить практика управління, повний вплив креативності може бути помітним тільки в довгостроковій перспективі, але на підвищення якості управлінських рішень з одночасною інтенсифікацією на всіх рівнях можна розраховувати в короткостроковому періоді.

Креативний менеджмент спрямований на вирішення багатьох управлінських завдань (рис.1).

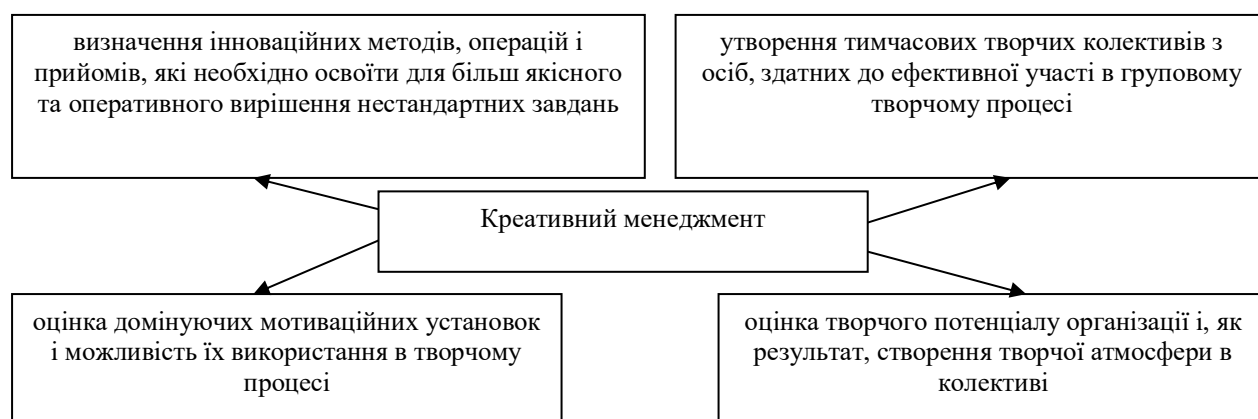


Рис. 1 Управлінські завдання креативного менеджменту

На формування й розвиток креативного менеджменту безпосередньо впливають такі фактори: рівень розвитку креативного суспільства; формування креативної економіки; розвиток креативної освіти; рівень інноваційності підприємства; творчий потенціал особистості; потенціал менеджера креативного типу.

Креативний менеджмент – це розумний менеджмент. Серед головних переваг його використання можна назвати: можливість стабільно отримувати великі прибутки, ефективний інноваційний розвиток підприємства, розкриття творчих здібностей, духовний розвиток працівників підприємства, а головне – підвищення конкурентоспроможності.

Отже, результатом успішного формування й розвитку креативного менеджменту на підприємстві стає формування нової організаційної моделі, яка називається креативна організація, тобто організації, яка постійно адаптується, вдосконалюється шляхом впровадження інновацій, які допомагають створювати продукцію очікувану споживачами, забезпечуючи зростання конкурентоспроможності в сучасних умовах господарювання.

## Література

1. Вартанова О. В., Шестер І.В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства *Науковий вісник Київського національного економічного університету* URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/4895/1/30%20-%2034.pdf> (дата звернення: 14.01.2020)

2. Каленіченко Ю. Б. Креативність як основа менеджменту організації. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. С. 186–191.

*Олійник О.М.*

*к. філос. н., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності  
Запорізький національний університет  
Педорич С.С.  
учень ІІ класу Запорізького ліцею №34*

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БІОЕНЕРГЕТИЧНИХ ПРОЕКТІВ: МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ**

Біоенергетика – це галузь альтернативної енергетики, яка наразі має значний потенціал розвитку в Україні, але водночас є найменш розвинутою. Як паливо, вона посідає четверте місце у світі за обсягами виробництва і споживання енергії. Її частка у виробництві первинної енергії сягає 10%.[1] Зазначимо, що після виробництва основної продукції на підприємствах з переробки насіння соняшника, залишається багато сміття у вигляді лузги соняшника. На багатьох великих заводах, таких як Запорізький оліе-екстракційний завод та Пологівський оліе-екстракційний завод, цю лузгу гранулюють та отримують із неї пелети. Частину пелетів вони продають, а частина йде на забезпечення енергією самого заводу. Менші підприємства знаходять іншу альтернативу сміттю, або ж утилізують його на полігонах. Але утилізація – платна. Тобто витрати на утилізацію можна замінити на дохід від продажів пелетів. Над дослідженням питання розвитку економічних аспектів біоенергетики працювали такі вчені як: Гелетуха Г.Г., Рязанова Н.О., Пилипенко та інші.

Метою даного дослідження є оцінка інвестиційної привабливості проекту створення цеху грануляції на ТОВ «Агропроінвест 08» задля виробництва паливних пелетів із лузги соняшника для подальшого їх продажу.

Використаємо для оцінки інвестиційної привабливості створення виробництва пелетів на ТОВ «Агропроінвест 08» аналіз вразливості вибраних критеріїв ефективності. Він ґрунтується на дослідженні залежності значення показника ефективності від змін значень показників, які приймають участь у його розрахунку. Для використання даного методу доцільно використати формулу для розрахунку чистої приведеної вартості проекту.

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+r)^i} - CF_0, \quad (1.1)$$

де NPV – чиста приведена вартість проекту, CF – чистий грошовий потік у і –му періоді часу, тобто різниця між надходженнями та поточними витратами у даному періоді, CF<sub>0</sub> – необхідні початкові інвестиції, r – ставка дисконту за даним інвестиційним проектом, що повинна враховувати рівень його ризику, n – термін реалізації проекту.

Далі визначаються найбільш ймовірні значення для вихідних показників, що використовуються для чистих грошових потоків, а також можливі діапазони їх змін. Змінюючи значення вихідних показників, досліджуємо їх вплив на зміну показника ефективності інвестиційного проекту. Зазвичай описаний аналіз вразливості інвестиційного проекту передбачає зміну одного вихідного показника, у той час як інші передбачаються сталими. Здійснимо даний аналіз для досліджуваного інвестиційного проекту.

Для цього нам потрібно прорахувати витрати на проект. Витрати розділяють на інвестиційні, постійні та змінні. До інвестиційних витрат належать побудова цеху, купівля лінії виробництва та транспортної лінії. Для функціонування гранулятора, потрібно побудувати цех грануляції. Ціна за 1 м<sup>2</sup> в Запорізькій області становить приблизно 12,000 грн [2] Площа цеху грануляції має бути приблизно 10 м<sup>2</sup>. Отже будівні роботи обійдуться нам в 120,000 грн. Розглянемо лінію з виробництва пелет продуктивністю в 800-1200 кг / год. на базі гранулятора «СРМ 3000» (Holland). [3] Він коштує 120000 доларів, тобто 2,832,241 грн. Для транспортування лузги до гранулятора із силосу на заводі, потрібно закупити норії. Вони обійдуться нам у 10,000 грн.[4] Як бачимо, сума інвестиційних витрат становить 2,962,241 грн.

До постійних витрат належить забезпечення цеху електроенергією та оплата начальника цеху. На забезпечення лінії грануляції електроенергією потрібно 130 Квт/год. Ціна за 1 квт/год – 2,08 грн. [5] У місяці в середньому 22 робочих дня. Отже, витрати на електроенергію дорівнюють 130\*2,08\*24\* 22 і становлять 142,771 грн. За рекомендаціями експертів, для роботи з такою лінією грануляції потрібно 3 працівники і 1 начальник цеху. Середня зарплата для працівників – 8000 грн, для керівника – 10,000 грн. Отже, постійні витрати складають 152,771 грн.

До змінних витрат належать витрати на заробітну плату працівникам та витрати на біг-беги. Встановимо заробітну плату для кожного робітника на рівні 40 грн за кожен виготовлену тону пелетів. За годину виробляється 1,2 тони. Робітник працюватиме по 8 годин 22 дні в місяць. Отже він отримуватиме 8,450 грн за місяць. Біг-бег розмірами 90\*90\*180 см та максимальною місткістю в 1000кг (1 тонна) коштують по 169 грн. Працюючи 22 робочих днів принаймні по 24 години гранулятор з продуктивністю 1200 кг/год буде виробляти 633.6 тон пелетів за місяць. Відповідно нам потрібно 633.6 бегів. Їх вартість становить 124,185.6 грн. Змінні витрати на виготовлення 1 тони пелетів будуть становити 289 грн. Вихідні дані для аналізу наведемо у табл. 1.

Таблиця 1

## Вихідні дані для аналізу інвестиційних ризиків ТОВ «Агропроінвест 08»

Показники	Умовні позначення	Діапазон змін показника	Найбільш ймовірне значення показника
Обсяг виробництва, т на рік	Q	7603,2	7603,2
Ціна за 1 т, грн.	P	900-2000	1500
Змінні витрати, грн.	VC	289	289
Постійні витрати, грн.	FC	152771	152771
Амортизаційні відрахування, грн.	A	5000	5000
Податок на прибуток, %	T	18	18
Норма дисконту, %	R	15-25	20
Термін реалізації проекту, років	N	1-3	1,5
Залишкова вартість, тис. грн.	S	148060	148060

Знайдемо залежність показника ефективності інвестиційного проекту, тобто його чистої приведеної вартості від вихідних даних, наведених у табл. 1. Вона визначається за формулою (1.2).

$$NPV = \sum_{i=1}^N \frac{(Q(P - VC) - FC - A)(1 - T) + A}{(1 + r)^i} + \frac{S}{(1 + r)^N} - CF_0 \quad (1.2)$$

Виберемо параметр, вплив якого буде досліджуватися, - ціну реалізації тони пелет з лузги соняшнику. Даний показник наводиться у гривнях, оскільки компанія передбачає реалізацію даного товару як на вітчизняному, так і на зарубіжних ринках. Здійснимо розрахунок чистої приведеної вартості проекту за формулою 1.2 змінюючи значення ціни від 900 до 2000 грн. за незмінності решти параметрів проекту. Результати розрахунку наведемо у таблиці 2.

Таблиця 2

## Чиста приведена вартість інвестиційного проекту ТОВ «Агропроінвест 08» за різних цін за тону пелетів

Ціна, грн	Чиста приведена вартість, тис. грн.
900	351211
1000	870763
1500	3468523
1800	5027179
2000	6066283

Промоніторивши декілька сайтів, де продаються пелети, наприклад Flagma.ua, Prom.ua, Drovnik.ua, ми визначили, що середня ціна за тону пелет із лузги соняшника – 1500 грн.

Отже, як виявило дослідження, чиста приведена вартість запропонованого проекту створення цеху грануляції додатна навіть за найнижчої ціни за тону пелет. Це означає, що проект створення цеху грануляції на ТОВ «Агропроінвест 08» є вигідною інвестиційною пропозицією.

## Література

1. Результати опитування. Ринкові умови для впровадження проектів виробництва енергії з біомаси в Україні. URL: [https://sae.gov.ua/sites/default/files/LFC\\_Survey.pdf](https://sae.gov.ua/sites/default/files/LFC_Survey.pdf) (дата звернення: 10.01.2020)

2. *domik.ua*. Минрегионстрой рассчитал среднюю стоимость строительства

квадратного метра в 2018 году. URL: <http://domik.ua/novosti/minregionstroj-rasschital-srednyuyu-stoimost-stroitelstva-kvadratnogo-metra-v-2018-godu-n257738.html> (дата звернення: 10.01.2020)

3. Bioecoprom. лінія гранулювання cpm 3000 (holland) 1200 кг / год. URL: [https://bioecoprom.com.ua/ua/katalog/linii\\_granulirovaniya/liniya\\_granulirovaniya\\_cpm\\_3000\\_\(holland\)\\_1200kg\\_chas/](https://bioecoprom.com.ua/ua/katalog/linii_granulirovaniya/liniya_granulirovaniya_cpm_3000_(holland)_1200kg_chas/) (дата звернення: 10.01.2020)

4. Zakupka.com. Норії Зернові, 130 т/год. URL: <https://zakupka.com/p/10638328-norii-zernovye-130-t-chas/> (дата звернення: 10.01.2020)

5. Ціни на електроенергію для споживачів у I півріччі 2019 року. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/energ/cin\\_el\\_energ/cin\\_el\\_energ\\_u/c\\_elenI\\_19\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/energ/cin_el_energ/cin_el_energ_u/c_elenI_19_u.htm) (дата звернення: 10.01.2020)

*Панченко Д.С.  
студентка*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

На сегодняшний день одним из главных составных элементов финансового менеджмента является финансовый анализ деятельности предприятия, представляющий собой механизм управления финансами конкретной организации.

Анализ финансовой устойчивости является одной из важнейших составляющих анализа финансового состояния предприятия. В имеющейся экономической литературе и в действующей практике можно встретить различные подходы к оценке финансовой устойчивости предприятия.

В общем смысле финансовая устойчивость представляет собой такое состояние финансовых ресурсов предприятия, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли и активов при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого риска.

Целью финансовой устойчивости предприятия является своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности предприятия, а также в уже сложившейся на данном предприятии структуре активов и пассивов.

Для достижения цели финансовой устойчивости предприятия, можно выделить ряд следующих задач.

1. Определить степень финансовой устойчивости предприятия.
2. Выявить проблему несоответствия степени финансовой устойчивости норме, характерной для анализируемого предприятия.
3. Определить причины, вызвавшие вышеизложенное отклонение от нормы.
4. Спрогнозировать возможную степень финансовой устойчивости предприятия, взяв за основу различные варианты использования ресурсов

предприятия, реальных условий его хозяйственной деятельности, а также заемных средств.

5. Разработать ряд мероприятий, которые будут направлены на повышение финансовой устойчивости предприятия с целью более эффективного использования финансовых ресурсов предприятия и, в последствие, улучшения финансового состояния предприятия[1].

Чтобы более полно раскрыть сущность понятия «финансовая устойчивость», следует выделить ряд его функций:

1. Равновесия (сохранение баланса между собственными и заемными средствами);
2. Высокой кредитоспособности (возможность своевременно и в полном объёме отвечать по имеющимся обязательствам);
3. Высокой рентабельности (обеспечение стабильного развития предприятия путём сохранения прибыли на определённом уровне).

Анализ финансовой устойчивости предприятия подразумевает расчёт специальных коэффициентов, отражающих состояние активов и пассивов баланса предприятия. Перечень основных показателей приведён в таблице 1.

Таблица 1 - Показатели финансовой устойчивости организаций.

Показатели	Формула	Нормальное значение	Характеристика
Коэффициент автономии ( $K_a$ )	$K_a = \frac{СК}{ВБ}$	$K_a \geq 0,4-0,6$	Показывает долю собственного капитала в общей величине источников финансирования
Коэффициент финансовой зависимости ( $K_{ф.з}$ )	$K_{ф.з} = \frac{ЗК}{ВБ}$	$K_{ф.з.} \leq 0,3$	Показывает долю заемных средств в общей величине источников финансирования
Коэффициент финансовой устойчивости ( $K_{ф.у.}$ )	$K_{ф.у.} = \frac{СК+ДЗО}{ВБ}$	$0,8 < K_{ф.у.} < 0,9$ (при отсутствии заёмных средств $K_{ф.у.} = K_a$ )	Показывает долю длительно используемых средств в общей величине источников финансирования
Коэффициент маневренности собственного капитала ( $K_{м.с.к.}$ )	$K_{м.с.к.} = \frac{СК-ВА}{СК}$	$0,2 < K_{м.с.к.} < 0,5$	позволяет оценить долю свободных для использования собственных оборотных средств
Коэффициент концентрации заёмного капитала ( $K_{к.з.к.}$ )	$K_{к.з.к.} = \frac{КО}{ВБ}$	$K_{к.з.к.} \leq 0,5$	Характеризует долю краткосрочного заёмного капитала в общей сумме капитала

Соотношение собственного и заёмного капитала (эффект финансового рычага) ( $K_{ф.р.}$ )	$K_{ф.р.} = \frac{ДО+КО}{СК}$	$K_{ф.р.} \leq 1$	Отражает соотношение заёмных и собственных средств
Коэффициент инвестирования ( $K_{инв.}$ )	$K_{инв.} = \frac{СК+ДО}{ВБ}$	$K_{инв.} \leq 1$	Показывает долю долгосрочных обязательств и собственного капитала в общей величине источников финансирования

Примечание – составлена автором по данным источника [2].

В таблице отражены нормативные значения каждого из приведенных показателей, однако нельзя говорить о том, что для каждого предприятия данные значения будут являться оптимальными. Каждая организация ориентируется на индивидуальные значения коэффициентов финансовой устойчивости исходя из множества факторов, таких как: отраслевой принадлежности, условий и принципов кредитования банками организации, сложившейся структурой активов и пассивов, конъюнктурой рынка, репутации фирмы. Совместное влияние данных факторов проявляется в возможности предприятия генерировать достаточный объём прибыли, являющийся основным источником наращивания капитала и гарантирующий финансовую устойчивость организации в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Организация прогнозирования финансовой устойчивости необходима, прежде всего, для того, чтобы увязать источники поступления и направления использования собственных денежных средств.

В настоящее время важно не только проанализировать финансовое состояние предприятия, но и спрогнозировать финансовую устойчивость, а также разработать мероприятия по улучшению финансового состояния.

Оценка финансовой устойчивости является не только частью анализа финансового состояния, но и выясняет вопросы имущественного положения предприятия, ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности и рентабельности. Кроме того, анализ финансовой устойчивости вскрывает имеющиеся недостатки и позволяет наметить пути их устранения[3].

Проведение финансового анализа деятельности предприятия позволяет не только выявить проблемы и причины, а также заранее продумать мероприятия по выведению предприятия из неблагоприятной (кризисной) обстановки и воплотить их. С целью обеспечения стабильности предприятия в современных условиях, работникам, а также управленческому персоналу необходимо уметь реально оценивать устойчивость финансового состояния как предприятия в целом, так и его существующих и потенциальных контрагентов.



## Литература

1. Милютіна, Л.А. Финансовая устойчивость предприятия как ключевая характеристика финансового состояния / Л.А. Милютіна // Вестник университета: ГУУ. – 2017. - № 5. – С. 47-48.

2. Вяткіна, О.И. Финансовая устойчивость предприятия (организации) / О.И. Вяткіна // Научно-практический электронный журнал Аллея науки. – 2018. - № 8. – С. 34-35.

3. Давыдова, Е.Ю. Анализ финансовой устойчивости и пути её улучшения / Е.Ю. Давыдова, М.В. Шунайлова // Территория науки. – 2012. - № 3. – 13 с.

*Паршин Ю.І.*

*д.е.н., професор*

*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

*Поправко Д.В.*

*аспірант*

*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

Економічна безпека є базисом забезпечення сталого соціально-економічного розвитку національного господарства. Економічну безпеку країни можна визначити як можливість її економіки в цілому, а також її регіонів окремо забезпечувати сталий розвиток всіх господарюючих суб'єктів. Також економічну безпеку країни можна розглядати з позиції забезпечення захисту всіх життєво важливих інтересів суспільства від внутрішніх і зовнішніх загроз. Науковці розглядають економічну безпеку також як процес, тобто, економічна безпека це досягнення такого стану економіки, при якому забезпечується високий і стійкий економічний ріст, ефективне задоволення економічних потреб, контроль держави за рухом і використанням національних ресурсів, захист економічних інтересів країни на різних рівнях [1].

Питаннями економічної безпеки соціально-економічних систем різних рівнів ієрархії вчені займаються ще з середини ХХ ст. Зазначимо, що дослідженню проблеми економічної безпеки присвячено значну кількість наукових робіт [2, 3, 4], зокрема слід відзначити праці О. Барановського, Л. Герасименко, М. Єрмошенко, С. Іляшенко, О. Користіної та багатьох інших.

Враховуючі вагомі результати досліджень сучасних вчених зазначимо, що у загальній структурі економічної безпеки слід виділити такі їх види: техніко-виробнича, технологічна, енергетична, фінансово-кредитна, екологічна, продовольча, інформаційна та мінерально-сировинна.

Техніко-виробничу безпеку системи на рівні держави або системи регіонального рівня необхідно розглядати як здатність промислового комплексу держави або промислового сектору регіонального рівня або підприємства оперативно ліквідувати негативні наслідки у разі виникнення будь-яких негативних ситуацій.

Технологічна складова економічної безпеки повинна зумовлювати такий стан науково-технічного потенціалу системи, який буде гарантувати конкурентоспроможність вітчизняних товарів та послуг на світовому ринку.

Важливою складовою економічної безпеки є енергетична складова, яка передбачає гарантоване забезпечення якісних фізичних поставок енергоносіїв для внутрішнього споживання та усунення негативного впливу можливих коливань цін на них. Основним напрямом роботи повинно бути забезпечення диверсифікованої структури імпорту енергоносіїв та енергоресурсів, а також впровадження та використання енергозберігаючих технологій.

Інформаційна безпека передбачає запобігання несанкціонованому доступу, використанню, розкриттю, спотворенню, зміни, дослідження, запису або знищенню інформації, незалежно від форми її подання.

Фінансово-кредитна складова економічної безпеки може бути визначена як можливість держави, регіону або підприємства отримувати, розміщувати та використовувати вітчизняні й зарубіжні кредити та інвестиції.

Мінерально-сировинна безпека передбачає забезпеченість економіки національного господарства найважливішими видами сировини і мінералами у розмірах, які є необхідними для виробництва конкурентоспроможної продукції та ефективного функціонування системи національного господарства.

Екологічна складова передбачає створення умов запобігання нанесення шкоди галузями економіки навколишньому середовищу та соціуму. Задля її реалізації створюється система екологічної безпеки, на яку покладено функції забезпечення з урахуванням заданого рівня ймовірності щодо допустимого негативного впливу природних та антропогенних чинників на навколишнє середовище, а також на саму людину.

Продовольча складова передбачає забезпеченість національної економіки продовольством у розмірах, необхідних для ефективного функціонування національного господарства. Продовольча безпека повинна забезпечувати стійке виробництво основних продуктів харчування та їх доступність населенню.

Рівень економічної безпеки необхідно оцінювати за допомогою сукупності критеріїв і показників. Критерії економічної безпеки мають відображати якісну сторону, на основі якої вибудовується система протидії загрозам економічної безпеки, а показник економічної безпеки пропонується у вигляді кількісної характеристики здатності об'єкта економічної безпеки зберігати стан і протистояти небезпеці можливого недосягнення цілей економічного розвитку за поставленими критеріями.

До критеріїв економічної безпеки можна віднести такі елементи:

- конкурентоспроможність економіки;
- ресурсний потенціал і можливість його розвитку;
- відтворювальний процес і ступінь його технологічної зрілості;
- наука і ступінь її інтеграції у виробництво та інші сфери життєдіяльності суспільства;
- фінансово-кредитна система та її вплив на ефективність використання ресурсного потенціалу тощо.

Процедурі оцінки економічної безпеки передує етап моніторингу соціально-економічних показників розвитку підсистем та збору необхідних даних.

Взагалі загрози слід класифікувати на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх загроз економічної безпеки можна віднести:

- зовнішньополітичні загрози: територіальний сепаратизм, політичне протистояння з центром;

- валютно-фінансові загрози: відтік валютних коштів, збільшення зовнішнього боргу, нефункціональне використання валютних коштів;

- економічні загрози: витіснення з ринку, втрати зовнішнього ринку, деградація виробничих засобів, криміналізація економіки.

До внутрішніх загроз економічної безпеки можна віднести:

- загрози в реальному секторі економіки: спад виробництва, втрату ринків, втрату основних фондів, відмова від підтримки підприємств, згортання наукових досліджень, скорочення замовлень на високотехнологічних виробництвах, втрату кваліфікованих кадрів;

- загрози в соціальній сфері: зростання безробіття, зниження життєвого рівня населення, втрату трудових навичок;

- виробничі та енергетичні загрози: відкритість ринку для імпорту, загострення цінових диспропорцій, падіння виробництва енергії, переважання імпортової продукції.

У багатьох дослідженнях крім понять загроз, використовуються поняття факторів дестабілізації, небезпек і викликів. Фактори дестабілізації викликають кризові ситуації і загрози економічній безпеці, що знаходить своє відображення в системі кількісних показників (індикаторів), які у свою чергу реалізуються в економічній безпеці. До факторів дестабілізації відносять:

- спад виробництва і втрату внутрішнього або зовнішнього ринку;

- згортання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, розпад наукових колективів, скорочення замовлень на високотехнологічну продукцію, домінування сировинної галузі;

- втрату продовольчої незалежності;

- зростання безробіття та ослаблення трудової мотивації;

- криміналізацію економіки тощо.

Зазначимо, що взаємодія індикаторів існує завжди, і якщо за певних умов наростання небезпеки показники виходять за встановлені межі, то ситуація набуває такого характеру, що потрібно приймати обґрунтовані рішення. Таким чином найвищий ступінь економічної безпеки досягається за умови, коли вся система показників має знаходитися у межах їх допустимих відповідних значень.

#### Література

1. Шпилевская Е.В. Экономическая безопасность страны: угрозы и пути ее обеспечения. *Экономические науки*. 2016. №5(47). С.188–193.

2. Види економічної безпеки держави [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://simplehomebusinesssystem.com> (дата звернення: 27.09.2019).

3. Дюжилова О.М. Вопросы оценки экономической безопасности региона. *Региональная экономика: теория и практика*. 2015. № 14. С.53–61.

4. Користін О.Є., Барановський О.І., Герасименко Л.В. Економічна безпека : навч. посіб. Київ. КНУВС, 2008. 400 с.

*Паршина М.Ю.*

*к.э.н., доцент*

*Приднепровская государственная  
академия строительства и архитектуры*

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ АГРАРНОЙ СФЕРЫ**

В условиях экономического кризиса вопросы обеспечения эффективного развития предприятий аграрной сферы приобретают особую актуальность. Решение целого комплекса задач в этой области требует проведения фундаментального анализа использования потенциала предприятий аграрного сектора экономики. С целью разработки эффективных управленческих решений, направленных на повышение эффективности использования потенциала предприятий, необходимо формирование соответствующей системы менеджмента.

Анализ результатов исследований многих научных школ позволил авторам работ [1, 2] выделить основные направления исследования экономического потенциала, связанные с ресурсным подходом. Современные ученые рассматривают экономический потенциал с точки зрения способности хозяйствующего субъекта осваивать, перерабатывать имеющиеся у него ресурсы для удовлетворения общественных потребностей.

Проведенные исследования позволяют отметить, что для формирования эффективных стратегических решений по управлению потенциалом какой-либо экономической системы наряду с аналитическими методами и экономико-математическими моделями, необходимо использовать и рефлексивные методы, позволяющие лицу, принимающему решения, одновременно и действовать в любой ситуации, и находиться в анализирующей, рефлексивной позиции с целью корректировки своих действий.

Будем рассматривать потенциал предприятия аграрной сферы как интегральную характеристику, которая отображает степень преимущества финансово-экономических возможностей предприятия при условии оптимального использования ресурсов и выявленных производственных резервов, которые в основе определяют условия устойчивого развития предприятия на рынке аграрного сектора национальной экономики за определенный промежуток времени.

Для принятия эффективных стратегических решений разработана комплексная модель управления потенциалом предприятия аграрной сферы, позволяющая не только количественно оценить потенциал предприятия, но и

сформировать основу для моделирования различных производственных ситуаций с учетом элементов рефлексивного воздействия [3, с. 352–354].

В основу разработки комплексной модели управления потенциалом предприятия аграрной сферы положена ресурсная концепция и научный подход, согласно которому к основным составляющим потенциала предприятия следует отнести производственную, материальную и кадровую составляющие.

Предлагается использование комплекса оптимизационных экономико-математических моделей, на основе которых возможно формирование оптимальных планов выпуска продукции и выявление условий эффективного использования ресурсов предприятия аграрной сферы. Использование таких моделей позволит выявить скрытые производственные резервы, более детально исследовать эффективность использования ограниченных ресурсов и на этой основе изучить количественные изменения составляющих потенциала с формированием путей эффективного экономического развития.

Для исследования потенциала предприятия и его основных составляющих сформирована система показателей количественной оценки, представляющая по существу информационную базу. Совокупность коэффициентов и показателей, характеризующих состояние, а также использование основных фондов предприятия, в частности коэффициенты обновления, выбытия, прироста, износа и годности основных фондов, а также показатели фондоотдачи, фондоёмкости, рентабельности по основным фондам составляют информационную базу для определения производственной составляющей потенциала предприятия аграрной сферы.

Для определения материальной составляющей потенциала предприятия используются коэффициенты неравномерности поставок сырья и материалов, а также коэффициенты их использования, коэффициенты обеспеченности материальными ресурсами, показатели материалоотдачи и материалоемкости.

Информационную базу для определения кадровой составляющей потенциала предприятия аграрной сферы составляют коэффициенты оборота по приёму и по выбытию; коэффициенты текучести и постоянства кадров, показатели среднегодовой выработки продукции одним работающим, а также изменения этого показателя за отчетный период времени.

Информационную базу для определения финансового потенциала составляют финансовые показатели, в частности: коэффициенты финансовой независимости, коэффициенты текущей ликвидности, коэффициенты срочной и абсолютной ликвидности, рентабельность всех активов и рентабельность собственного капитала, доля заемных средств в общей сумме источников и доля накопленного капитала.

В основу количественной оценки потенциала предприятия аграрной сферы положены экспертные оценки, с использованием которых определяются весовости составляющих элементов.

Как известно [4], успех экспертизы во многом зависит от подготовки работы для проведения экспертного оценивания, поэтому предусматривается формирование экспертных групп.

Проведение экспертизы планируется осуществлять в несколько туров. Оценка осуществляется по 9-ти бальной шкале, по которой предусмотрено выставление баллов в соответствии с требуемым уровнем. После каждого тура экспертизы аналитиком выполняются расчеты средних значений показателей по каждой составляющей потенциала, абсолютные и относительные значения размаха, по результатам которых определяются допустимые интервалы изменения оценок.

В частности, это предусмотрено при использовании открытой групповой экспертизы. При обсуждении свое мнение выражают аутсайдеры, а также другие эксперты. Именно на этом этапе, при формировании определенного мнения могут быть использованы методы рефлексивного управления и рефлексивного воздействия.

После каждого тура опроса аналитик осуществляет расчеты по определению оценки согласованности мнений экспертов. Сначала это делается на основе анализа интервалов изменений оценок.

При проведении экспертизы эксперты оценивают каждую составляющую потенциала по комплексу предлагаемых показателей соответствующей информационной базы. В рамках каждой составляющей потенциала определяются весомости показателей. Для определения весомости могут быть использованы известные методы парных сравнений. Для каждой составляющей потенциала предприятия рассчитывается комплексный показатель, который представляет аддитивную свертку составляющих показателей с учетом их весомости.

Для оценки эффективности использования потенциала предприятия аграрной сферы предлагается система оценочных результативных показателей.

Разработанная модель положена в основу проведения исследований эффективности использования потенциала предприятия аграрной сферы, что позволит на этапе формирования управленческих решений выявить условия обеспечения устойчивого экономического развития.

Дальнейшие исследования планируются в направлении апробации разработанной модели управления потенциалом предприятия аграрной сферы при разработке сценариев экономического развития.

#### Литература

1. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства / А.Е. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібніс. К.: Техніка, 2000. 152 с.

2. Варналій З.С. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія. Національний ін-т стратегічних досліджень. К.: Знання України, 2005. 498 с.

3. Паршина М.Ю. Использование рефлексивных методов в управлении экономическим потенциалом предпринимательских организаций. *Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз* : Зб. мат.-лів всеукр. наук.-практ. конф., Дніпро, 26-27 квіт. 2018 р. В 2-х томах. Т. 1. / Нац. метал. академія України. 2018. С. 352–354.

4. ХаеТ Г.Л. Корпоративная культура и ценности человека. Краматорск: ДГМА, 2001. 268 с.

*Паршина О.А.  
д.е.н., професор  
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ  
Присяжна А.В.  
аспірант  
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

## **СТРАХУВАННЯ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Економічна безпека являє собою такий стан економіки, в якому економічні інтереси особистості, суспільства, держави, регіону або підприємства надійно захищені як від зовнішніх, так і від внутрішніх загроз.

Система економічних відносин в сучасних умовах характеризується високим ступенем уразливості до впливу різних за своєю природою ризиків, що пояснюється недостатнім рівнем економічної безпеки. З огляду на складність процесів, що відбуваються, як у внутрішньому середовищі, так і в зовнішній політиці щодо нашої держави, необхідно відзначити високу ступінь непевності населення в своєму майбутньому. В якості суб'єктів безпеки в суспільстві виступають окремі громадяни, соціальні групи, громадські та господарські організації, які усвідомлюють реальні загрози і покликані здійснювати певну діяльність щодо їх профілактики та подолання.

Як відомо з практичного досвіду багатьох країн світу протистоянням більшості відомих ризиків є механізм страхування. Страхування дозволяє гарантувати власнику відшкодування отриманого збитку, а також забезпечує соціально-економічну стабільність у суспільстві.

Відзначимо, що механізм страхового захисту в системі економічної безпеки передбачає чітку спільну роботу елементів життєдіяльності таких як: попередження, локалізацію та компенсацію ризиків.

На мікроекономічному рівні роль страхування як чинника економічної безпеки знаходить свій вияв через укладання договорів страхування з фізичними і юридичними особами з різних напрямків. Аналогічним чином і на макроекономічному рівні, тобто у випадках виникнення можливих великих природних або техногенних катастроф, які охоплюють великі території та загрожують життю великої кількості людей.

Тенденції розвитку страхування дають можливість прогнозувати те, що розвиток страхових відносин сприятиме узгодженню інтересів держави, страхових компаній і громадян в питаннях забезпечення страхового захисту, що буде у свою чергу сприяти підвищенню ефективності функціонування національної економіки в цілому. На даному етапі розвитку нашого суспільства можна сказати, що процес формування цілісної системи комерційного страхування відбувся. До основної функції цієї системи відноситься превентивність економічних загроз, а до перспективних напрямків можна віднести страхування техногенних, фінансових, електронних і зовнішньоекономічних ризиків.

Важливим напрямком стає такий напрямок як забезпечення особистої економічної безпеки, оскільки особиста безпека є початковим і фундаментальним рівнем безпеки національного масштабу. Держава повинна забезпечувати і створювати сприятливий клімат загальному вектору розвитку страхових відносин, які відповідатимуть вимогам ринкових відносин і відповідному рівню економічної безпеки. Також важливою складовою є забезпечення розширення поля страхових можливостей і контроль за фінансовою стійкістю ринку страхування.

Відзначимо, що державне регулювання страхового ринку – це система адміністративно-правових і економічних відносин, які виникають між суб'єктами господарювання і державою в результаті цілеспрямованого впливу держави на страховий ринок. Держава в процесі регулювання використовує різні адміністративно-правові й економічні регулятори, систему методів, форм та інструментів регулювання, за допомогою яких впливають на всі сторони життя страхового ринку.

Зазначимо, що страховий ринок повинен здійснювати і якісний вплив на національний ринок, не обмежуючись тільки наданням страхового захисту та формуванням інвестиційного капіталу. З огляду на, що попит на страхові послуги не зменшується, а страхування є за своєю природою глобальним фінансовим інструментом, який здійснює інтегративний вплив на національну економіку, то можна стверджувати, що страховий ринок структурувався в окрему фінансову систему.

Попит на страхові послуги може посилюватися тільки через створення та розвиток комплексної системи управління ризиками. Це одна з основних задач, на яку держава і страхове співтовариство в цілому, повинні звернути увагу. У зв'язку з цим з позиції економічної безпеки страхування можна визначити як сукупність економічних відносин між різними суб'єктами процесу «надання - споживання» страхової послуги з приводу забезпечення страхового захисту, що виражається в перерозподілі ризиків, які обумовлені дією випадкових подій, та іншими негативними факторами, які породжуються різними процесами економічної діяльності [1].

Існує безліч визначень ризику стосовно до різних ситуацій і особливостей застосування. У фінансових колах ризик – поняття, яке має відношення до людських очікувань настання подій, позначає потенційно небажаний вплив на актив або його характеристики, і яке може бути результатом деяких минулих, теперішніх або майбутніх подій [2].

Відзначимо, що умовами страхових ризиків є [3]:

- ризик повинен бути відшкодований;
- ризик повинен носити випадковий характер;
- ризик повинен співвідноситися з масою однорідних об'єктів;
- страховий випадок не повинен бути пов'язаний з волевиявленням страхувальника або іншої зацікавленої особи;
- факт настання страхового випадку невідомий в часі та просторі;



– страхова подія не повинна мати розмірів катастрофічного лиха, а його наслідки повинні бути об'єктивно вимірними та оціненими.

Саме страхування відноситься до методу передачі ризику за допомогою укладання контракту і найбільш близько відповідає ідеальним умовам, що пред'являються до передачі ризику.

Відзначимо, що в рамках забезпечення економічної безпеки можна виділити окремі види страхування, які мають найбільше значення для держави, а саме охорона здоров'я, безробіття, інвалідність тощо. Серед видів страхування, які мають найбільше значення в системі забезпечення економічної безпеки держави можна виділити:

- страхування життя;
- добровільне медичне страхування;
- обов'язкове медичне страхування;
- обов'язкове особисте страхування;
- страхування від нещасних випадків;
- страхування майна юридичних і фізичних осіб;
- страхування професійної відповідальності;
- страхування будівельно-монтажних ризиків тощо.

Страхування не є панацеєю, і не здатне забезпечити захист економічних інтересів усіх суб'єктів у повному обсязі, в той же час практикою зарубіжних країн доведена ефективність передачі частини ризиків професійним учасникам ринку. На сьогоднішній день страхування є одним з найважливіших економічних інститутів з компенсації та зменшення втрат від подій, виникнення яких носить випадковий характер, а імперативною метою страхування є захист власності споживачів страхових послуг.

В сучасних умовах економічної нестабільності та змін вимог законодавства мають бути сформовані ефективні системи забезпечення економічної безпеки на рівнях держави, регіонів, секторів економічної діяльності та окремих підприємств. Основною складовою в таких системах є страхування, що дозволить менеджерам приймати ефективні рішення, спрямовані на зменшення ризиків у підприємницькій діяльності та підвищення рівня економічної безпеки.

#### Література

1. Андрієнко В.М., Кобко Р.В. Сутність та місце безпеки ринку страхових послуг в економічній безпеці держави. *Економіка та держава*. 2017. № 5. С. 24-28.

2. Фурман В.М., Зачосова Н.В. Особливості управління економічною безпекою сучасних страхових компаній як одного із видів фінансових установ. *Агросвіт*. 2015. № 15. С. 20-25.

3. Никулина Н.Н., Березина С.В. Страхование. Теория и практика : учеб. пособ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 520 с.

*Пащенко О. П.  
к.е.н., доцент  
Борушак О. О.  
студентка*

*Державний університет «Житомирська політехніка»*

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЗАПОРУКА ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах аспекти функціонування промисловості України зумовлені складними фінансовими та соціально-економічними чинниками, де тягар прийняття складних і непопулярних рішень лягає на персонал, ефективність управління яким цілком залежить від використовуваних методів та інструментів, а також системи мотивації й рівня кваліфікації. Обмеженість ресурсів негативно впливає на ефективність управління персоналом, оскільки сприяє розвитку невідповідального ставлення до функціональних обов'язків, що зумовлює негайну потребу перегляду як складу персоналу, так і методів управління ним. Сучасний інструментарій управління персоналом перебуває в діапазоні від соціально-психологічних до фінансово-економічних важелів, що, з одного боку, дає змогу обґрунтувати відповідну систему управління, з іншого – формує ризик хибного рішення щодо обраного інструментарію.

Персонал є рушійною силою будь-якої організації. Конкурентоспроможність, рентабельність виробництва, рівень доходів власників капіталу і персоналу – все це і багато іншого вирішальною мірою залежить від ступеня реалізації трудового потенціалу персоналу. Щоб його мобілізувати, необхідно удосконалювати систему управління людськими ресурсами, яка включає в себе прийом працівників, їх адаптацію, підготовку, перепідготовку, навчання, атестацію кадрів, ротацію кадрів, їх мобільність, забезпечення сприятливої соціально-психологічної атмосфери в колективі, організацію дозвілля та відпочинку, розробку системи корпоративних пільг і т.д. Від забезпеченості підприємства достатньою кількістю робітників необхідного рівня кваліфікації та досвіду залежить рівень продуктивної діяльності підприємства.

Головною метою управління персоналом є підбір кадрів та забезпечення підприємства необхідними працівниками, організація і проведення заходів з їх професійної та соціальної адаптації. Підрозділи підприємства з управління персоналом вирішують наступні задачі: планування потреби підприємства в трудових ресурсах, пошук і добір потрібних працівників, навчання і підвищення їхньої кваліфікації, управління трудовою мотивацією, створення сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, створення умов для підвищення продуктивності праці, контроль за зміною статусу працівників, правові питання трудових відносин, формування кадрового резерву. Діяльність вищого керівництва має бути спрямована на активізацію усіх внутрішніх ресурсів працівників, розвиток їх професійних здібностей та максимально ефективного використання.

Традиційно вважалося, що основою розвитку підприємства є інвестиції, впровадження більш досконалих технологій, а персоналу відводили роль безініціативного виконавця. Сьогодні акценти змінилися і концепція функціонування виробництва полягає в тому, що максимальна продуктивність, якість і конкурентоспроможність продукції може бути досягнута лише за участі всього персоналу в удосконаленні виробничого процесу на робочому місці та підприємстві в цілому. Залучення персоналу до стратегії вдосконалення виробництва є потужним мотиватором праці, що дає змогу кожному працівнику максимально реалізувати свій досвід і творчі здібності. Так, чим більше працівники залучені до професійної діяльності, тим швидше в них накопичується фаховий досвід, тим менше часу їм потрібно для якісного вирішення спеціальних завдань, тим вищу цінність вони становлять для підприємства; професіоналізація видів діяльності вимагає великої капіталомісткості для підготовки кваліфікованих фахівців; висока ефективність діяльності професіоналів підприємства досягається методами раціонального управління їх можливостями.

На сьогодні в провідних країнах людський (інтелектуальний) капітал визначає темпи економічного розвитку та науково-технічного прогресу. Відповідно, посилюється увага суспільства до системи освіти як основи виробництва цього потенціалу [1, с. 91]. Однак, чисельність вітчизняних наукових кадрів зменшується, на відміну від більшості європейських країн, що погіршує умови для успішної реалізації євроінтеграційних прагнень держави. Тому при розробці державної концепції або програми розвитку людського капіталу необхідно врахувати досвід та інструментарій зарубіжних країн у сфері формування й використання кадрового потенціалу підприємства. Розвиток і поширення концепції управління людськими ресурсами перебуває у взаємозв'язку з такими тенденціями сучасного менеджменту, як: глобалізація економіки; перехід від традиційних принципів управління (стабільність, економічність, контроль) до нових – партнерство, гуманізація, екологічність; поширення підприємницького управління [2, с. 156].

За останні роки ставлення до людських ресурсів, зокрема до управлінського персоналу, змінилось. Транснаціональні корпорації (ТНК) оволоділи величезним арсеналом інструментів та методів роботи з персоналом. Відбулося зміщення акцентів на цілісний підхід, в основу якого покладено довготерміновий розвиток інтелектуального та кадрового потенціалу, насамперед пов'язаного з управлінською діяльністю. Як уже зазначалось, на сучасному етапі глобалізації економіки відбувається поєднання різних моделей управління персоналом і кадровим потенціалом, що є наслідком інтернаціоналізації сучасного менеджменту. Зокрема, у США інтенсивно використовують такі напрями управління кадрами:

- підхід до управління персоналом і кадровим потенціалом, що залежить від випадкових факторів зміни науково-технічних концепцій і попиту на ринку готової продукції;

- нові напрями щодо управління персоналом на підприємствах та діяльністю персоналу, зайнятого роботою з кадрами з відбору, підготовки, підвищення кваліфікації й удосконалення оплати праці [3, с. 164].

Схожі тенденції спостерігаються й у роботі європейських компаній. В умовах динамічного розвитку науково-технічного прогресу спеціалісти дійшли висновку, що однією з основних компонент успішної роботи підприємств є підвищена увага до кадрів та методів управління ними.

Сучасна система ефективного управління персоналом включає комплекс тісно взаємопов'язаних функціональних елементів: маркетинг персоналу, залучення, відбір та адаптація нових працівників, їх навчання і професіональний розвиток, мотивація і стимулювання, атестація і формування кадрового резерву, кадрове планування, і звільнення. Дуже важко виділити ту чи іншу функцію від усього комплексу вирішуваних в процесі управління персоналом задач. Кожна з функцій здійснюється по класичному управлінському циклу і на рівні оперативного управління зводиться до виконання запланованих заходів.

Стратегія розвитку організації повинна містити основні та принципи управління персоналом та напрямки його розвитку. Слід виділити такі особливості управління персоналом, які стають усе більш обґрунтованими й застосовуються в практиці транснаціональних корпорацій, зокрема:

- застосування зовнішніх консультаційних та посередницьких фірм, що працюють з організаційними підрозділами служб управління персоналом;

- делегування повноважень і відповідальності щодо виконання функцій управління персоналом;

- інтернаціоналізація управління персоналом, яка відображається в розвитку міжнародних контактів, діяльності посередницьких організацій, центрів підготовки персоналу, спеціалізованих підрозділів підприємств, державних органів, інформаційних служб, формування на цій основі міжнародної школи управління персоналом [4, с. 108].

Функціонування кожного підприємства передбачає усвідомлення всім персоналом (а не лише керівництвом) його цілей і цінностей та участь у їх реалізації. Отже, ефективне управління персоналом полягає в необхідності розглядати персонал як конкурентне багатство підприємства, яке потрібно розвивати та мотивувати для досягнення поставлених задач.

#### Література

1. Закаблук Г. О. Соціально-економічні аспекти розвитку трудових ресурсів / А. Г. Семенов, О. В. Ярошевська, Г. О. Закаблук // Перший етап модернізації економіки України: досвід та проблеми : монографія / за заг. ред. В. І. Ляшенка ; ІЕП НАН України, КПУ. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – С. 91-100.

2. Закаблук Г. О. Управління продуктивністю праці на машинобудівному підприємстві / А. Г. Семенов, А. І. Шарко, Г. О. Закаблук // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2012. – № 2. – С. 149-159.

3. Питерс Т.Дж. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Т.Дж. Питерс, Р.Х. Уотерман. – Москва : Вильямс, 2005. – 341 с.

4. Механизм управления предприятием: стратегический аспект: монография / под ред. В. С. Пономаренко. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с.

Пащенко О. П.  
к.е.н., доцент  
Васьківський О. П.  
студент

*Державний університет «Житомирська політехніка»*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

Перехід економіки України на ринкові відносини вимагає більш детального вивчення методів управління на рівні основної ланки господарювання – підприємства. Головним критерієм оптимального функціонування будь-якого підприємства в конкурентних умовах ринку є процес визначення, оцінки та забезпечення ефективності системи менеджменту даного підприємства. Це зумовлено необхідністю формування нових цілей, принципів та методів господарювання з метою задоволення нових потреб споживачів та вимог ринку.

В цілому, спираючись на основні функції управління та сильні сторони (можливості) підприємства, ефективність менеджменту на практиці може бути виражена наступним чином:

- прийняття та реалізація якісних управлінських рішень;
- зменшення (оптимізація) величини витрат на управління та відсутність браку продукції;
- своєчасно виконана виробнича програма підприємства;
- сформована потужна матеріально-технічна (виробнича) база;
- задіяна гнучка система управління запасами на складах підприємства;
- задіяний комплекс процедур набору та відбору кадрів;
- задіяна ефективна система мотивації праці персоналу;
- наявний в колективі сприятливий морально-психологічний клімат;
- добре налагоджена система комунікацій в межах трудового колективу підприємства та поза ним;
- реалізовані інноваційні та інвестиційні проекти, програми розвитку діяльності підприємства;
- зменшення кількості коротко- та довгострокових заборгованостей;
- укладені та затверджені міжнародні договори, проекти співтовариства підприємства;
- досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства;
- досягнення високого рівня інвестиційної привабливості підприємства;
- своєчасно видані та затверджені бюджет підприємства, річна, місячні та квартальні фінансові звітності обліку діяльності підприємства;
- задіяна розгалужена система маркетингових комунікацій (розширення зв'язків з громадськістю, піар, вдосконалена рекламна політика);
- розширення товарного асортименту продукції;
- задіяна оптимальна політика ціноутворення;

- розширення каналів розподілу (збуту) продукції (оптова, роздрібна торгівля, персональний продаж, виробництво на замовлення).

В якості критеріїв оцінки ефективності менеджменту діяльності підприємства можуть виступати: прибутковість підприємства, якість продукції, рівень браку продукції, розміри та складові виробничої потужності, якість (ефективність) технології виробництва, ритмічність та безперервність виробничого циклу, виробничі плани використання ресурсів та устаткування, тип і вік обладнання, логістичні графіки поставки сировини й ресурсів, план збуту продукції, характеристики конкурентоспроможності продукції (надійність, транспортабельність, довговічність, безпечність); документація підприємства, норми праці, умови праці, режим роботи, взаємовідносини в колективі (працівник-працівник, керівник-підлеглий, керівник-колектив), плинність кадрів, рівень професійно-кваліфікаційної підготовки працівників (рівень фахової компетенції), своєчасність, обґрунтованість, оптимальність, правомірність, гнучкість прийнятих й реалізованих управлінських рішень; вимоги інвесторів та кредиторів, рівень ліквідності та платоспроможності, рівень рентабельності, рівень фінансової стійкості та ділової активності, співвідношення активів та зобов'язань (доходів та витрат), рівень експорту та імпорту продукції, калькуляція витрат підприємства; частка підприємства на ринку (імідж підприємства), фаза (період) життєдіяльності підприємства, основні вимоги споживачів, якість маркетингових досліджень, рівень цін на відповідну продукцію, аналіз складових портфеля замовлень, складові номенклатури та асортименту продукції (ширина, глибина), аналіз товароруку, фаза життєвого циклу товару, основні вимоги відбору постачальників та посередників, аналіз складових собівартості готової продукції, умови зберігання запасів продукції на складах, строки й терміни постачання сировини й ресурсів та відвантаження готової продукції, незавершеного виробництва на складах, строки й терміни збуту готової продукції тощо.

Управлінська наука виділяє велику кількість методів оцінки ефективності менеджменту, але існує лише обмежена кількість конкретних інструментів їх реалізації. Практичного використання набули тільки деякі із методів, зокрема: матричний метод, метод аналітичної геометрії і метод оцінки ефективності формування фінансових результатів. Матричний метод, метод аналітичної геометрії характеризуються наявністю повного набору інструментарію і методичного забезпечення, а метод оцінки ефективності формування фінансових результатів характеризує ефективність управління на стадії формування фінансових результатів.

Погоджуємось з Подольчак Н.Ю. [2], яка стверджує, що для того щоб процес здійснення оцінки ефективності менеджменту підприємства виявився результативним на практиці, то він повинен відповідати ряду принципів, а саме: комплексність та інтегрованість оцінки; безперервність; має носити збалансований характер; ефективність слід вимірювати з урахуванням чинника часу, тобто оцінюючи минулі, поточні та майбутні результати; застосування динамічних моделей з урахуванням чинника економічного ризику для отримання адекватних результатів оцінки ефективності систем менеджменту підприємств.

Таблиця 1

## Основні складові системи ефективності менеджменту підприємства

№ з/п	Складова потенціалу	Опис потенціалу	Перелік відповідних фінансових показників
1.	Виробничий та майновий потенціал	наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг).	Фондовіддача, фондоозброєність, матеріаловіддача, матеріаломісткість, коефіцієнт зносу основних засобів, рентабельність основних засобів, оборотних активів та власного капіталу
2.	Трудовий потенціал	персоніфікована робоча сила, яка розглядається в сукупності своїх якісних характеристик	Коефіцієнт озброєності працівників нематеріальними активами, продуктивність праці, чистий дохід від реалізації продукції на одного працюючого, грн./люд.
3.	Маркетинговий потенціал	здатність підприємства комплексно й планомірно спрямувати всі свої функції (визначення потреб і попиту, організація виробництва, продаж і після продажне обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту	Частка підприємства на ринку %, коефіцієнт співвідношення витрат на збут і чистого доходу від реалізації продукції,
4.	Фінансовий потенціал	обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, що ними воно може розпоряджатися для здійснення поточних і перспективних витрат	Коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт фінансового левериджу, рентабельність підприємства %,
5.	Організаційно-управлінський потенціал	навички та здібності керівників усіх рівнів управління з формування, організації, створення належних умов для функціонування та розвитку соціально-економічної системи підприємства.	Коефіцієнт оборотності власного капіталу, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, коефіцієнт співвідношення адміністративних витрат і чистого доходу від реалізації продукції, коефіцієнт оборотності активів
6.	Інноваційний потенціал	загальна характеристика рівня наукового забезпечення виробництва (науки, техніки, технології, інженерної справи, виробничого досвіду, можливостей та ресурсів, науково-технічних кадрів, які є в розпорядженні підприємства для розв'язання науково-технічних проблем).	Приріст прибутку в результаті реалізації науково-технічних заходів, відносна економія собівартості продукції в результаті запровадження науково-технічних заходів

Джерело: розроблено автором на основі [1].

Отже, менеджмент і його ефективність залежить від особливостей галузі (виробництва), технічної оснащеності (забезпеченості інструментами та устаткуванням), видів і типів технологічних процесів, масштабів, рівня спеціалізації виробництва, виду продукції, кваліфікації кадрів.

## Література

1. Пан М. П. Конспект лекцій з дисципліни «Управління потенціалом підприємства» (для студентів 5 курсу денної і заочної форм навчання спеціальності 7.03050401 та 8.03050401 «Економіка підприємства») / М. П. Пан, В. І. Торкатюк, О. С. Вороніна // Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 159 с.

2. Подольчак Н.Ю. Принципи та аспекти оцінки ефективності систем управління організацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/8904/1/24.pdf>

*Петракович А.В.*

*к.э.н., доцент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

*Панченко Д.С.*

*студентка*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

## **ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ**

Одним из основных направлений развития экономики государства является стимулирование его инвестиционной деятельности.

Увеличение притока инвестиций содействует достижению множества общеэкономических целей: высокого темпа роста экономики, повышения конкурентоспособности национальной продукции на мировом рынке, роста занятости. Инвестиции служат важным инструментом модернизации производственных мощностей предприятий страны, активизации малого и среднего бизнеса, улучшения внешнеэкономической деятельности государства, развития экономики путём применения рациональной структуры национальной экономики, способствует положительной динамике платёжного баланса Республики Беларусь.

Инвестиционный климат представляет собой совокупность условий для нормального ведения бизнеса и осуществления предпринимательской деятельности. Республика Беларусь в значительной мере обладает необходимым потенциалом для привлечения иностранных инвесторов.

Республика Беларусь заняла 37-е место в рейтинге Всемирного банка "Ведение бизнеса 2019".

На протяжении последних лет наша страна стабильно удерживает позицию в топ-40 стран с наилучшими условиями ведения бизнеса по версии исследования Всемирного банка "Ведение бизнеса".

Беларусь традиционно вошла в число лидеров по показателю "Регистрация собственности (5-е место), а также в первую тридцатку стран мира с наилучшими условиями осуществления предпринимательской деятельности по показателям:

"Подключение к системе электроснабжения" (20-е место);

"Международная торговля" (25-е место);

"Обеспечение исполнения контрактов" (29-е место);

"Регистрация предприятий" (29-е место) [1].

В стране действует прогрессивное инвестиционное законодательство, гарантирующее равные условия ведения бизнеса для иностранных и национальных инвесторов, а также около 60 двусторонних соглашений о защите инвестиций. Законодательной базой, определяющей условия и принципы осуществления инвестиционной деятельности в Республике Беларусь являются:

- Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. №53-3 «Об инвестициях» ;



- Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. №63-3 «О концессиях»;
- Закон Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 213-3 «О свободных экономических зонах Республики Беларусь»;
- Декрет Президента Республики Беларусь от 6 августа 2009 г. №10 «О создании дополнительных условий для инвестиционной деятельности в Республике Беларусь» (ред. от 12.11.2015);
- 6. Декрет Президента Республики Беларусь от 7 мая 2012 г. №6 "О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности" (ред. от 11.09.2013) и др.

Ежегодно разрабатываются и утверждаются новые программы, принимаются соответствующие постановления и указы касательно данного вопроса. В рамках программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016–2020 гг. принята стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций, предусматривающих ряд мер, призванных обеспечить ежегодный прирост объема ПИИ. Удельный вес иностранных источников в инвестициях в основной капитал должен составить не менее 18 %, доли инвестиций в основной капитал в ВВП – 25 %.

Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. определяет рост удельного веса иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал как критерий достижения стратегии инвестиционной политики. Особое внимание в отведённом периоде будет уделяться повышению инвестиционной привлекательности страны для крупных транснациональных компаний. Это позволит увеличить количество и улучшить качество привлекаемых прямых иностранных инвестиций в страну.

Однако, несмотря на многочисленные благоприятные условия, инвестиционный потенциал экономики Республики Беларусь в сфере привлечения инвестиций используется не в полной мере.

Аграрный сектор Беларуси сильно закредитован и нуждается в дополнительных источниках финансирования, особенно в условиях необходимости сокращения государственной поддержки сельскохозяйственных производителей. Поэтому Республика заинтересована в огромной степени в привлечении ПИИ именно в сферу агропромышленного комплекса [2].

Беларусь обладает достаточным запасом пахотных земель, но при этом относительно небольшим внутренним рынком. Для увеличения экспорториентированности товаропроизводителей сельскохозяйственной продукции необходимо привлечение внешних источников, таких как прямые иностранные инвестиции.

В целях создания благоприятных условий для привлечения инвестиций и повышения доверия инвесторов к государству необходимо предпринять меры по

совершенствованию инвестиционного климата по следующим основным направлениям:

- совершенствование законодательства в сфере государственной собственности, корпоративного управления, строительства (создание правовых условий для функционирования единого рынка строительных услуг в рамках Евразийского экономического союза, обеспечение гармонизации законодательства в области строительных услуг, оптимизацию порядка предоставления и изъятия земельных участков);

- обеспечение стабильности законодательства и его согласованности на всех уровнях, простых и понятных условий ведения бизнеса (соблюдение требований стабильности правовой системы, подготовка качественных проектов нормативных правовых актов, внедрение института оценки);

- создание полноценной инфраструктуры для осуществления инвестиций (развитие инфраструктуры на новых и имеющихся промышленных площадках, развитие существующих и создание новых индустриальных парков и технопарков);

- облегчение доступа к финансовым ресурсам (обеспечения равного доступа к финансовым ресурсам организациям всех форм собственности, оптимизации видов оказываемой государственной поддержки);

- создание благоприятной административной среды для осуществления инвестиций и развития предпринимательской деятельности (переход на качественно новый уровень отношений между государством и бизнесом, обеспечение соблюдения антимонопольного законодательства всеми субъектами хозяйствования независимо от форм собственности);

- поддержание благоприятной налоговой среды и ее совершенствование (оптимизацию системы налоговых льгот, упрощение условий и порядка налогообложения, обеспечение стабильности количества налогов);

- стимулирование притока капитала многонациональных компаний (корпораций) (вовлечение транснациональных компаний (корпораций) в реализацию экспортоориентированных и импортозамещающих проектов);

- обеспечение конкурентоспособных условий для привлечения инвесторов в рамках Евразийского экономического союза (развитие бизнес-среды в регионах, технологическое переоснащение и модернизацию производств на базе информационно-коммуникационных технологий);

- создание и поддержание положительного инвестиционного имиджа Беларуси (создание и запуск эффективной, качественной рекламы Беларуси за рубежом, улучшение позиций Беларуси в ведущих мировых рейтингах);

- усиление присутствия информационных технологий (включение новых цифровых отраслей в международные инвестиционные соглашения создание стимулов для использования ИКТ в нецифровых отраслях);

- развитие человеческого потенциала, кадровое обеспечение инвестиционного процесса (совершенствование профессиональной подготовки

и переквалификации специалистов, внедрение гибких систем поощрения и стимулирования труда, улучшение качества рабочей среды для трудящихся) [3].

#### Литература

1. Министерство Экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. – Дата доступа: 14.01.2020

2. Нестерович, Д. Пути повышения притока инвестиций в агропроизводство / Д. Нестерович // Банковский вестник. - №5. – 2014. – 56 с.

3. Проект стратегии привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс] // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/>. – Дата доступа: 14.01.2020.

*Петрина М.Ю.*

*к.е.н., доцент,*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

*Запухляк І.Б.*

*д.е.н., доцент,*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

## **ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДО ЗМІН**

Стратегія інноваційного розвитку України до 2020 року [1], Програма інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [2], Стратегія розвитку інформаційного суспільства України [3] на державному рівні привертають увагу до проблем формування та використання інтелектуальних ресурсів. Інноваційний шлях розвитку економіки передбачає домінування у структурі формуючих чинників соціально-економічного розвитку саме інтелектуальної складової: інтелектуальних ресурсів, що створюються суб'єктами господарювання, та є наслідком інтелектуальної діяльності окремих працівників, колективів, регіонів, країни [4]. Проблема використання інтелектуальних ресурсів особливо актуальною постає і на мікрорівні, оскільки для формування нових конкурентних переваг та забезпечення конкурентоспроможності величезне і все більш зростаюче значення набувають інтелектуальні ресурси підприємства, які можна використовувати поряд з природними, інформаційними, матеріальними, енергетичними, часовими, трудовими ресурсами [5]. Неабияку роль тут відводять саме людському фактору як головному у забезпеченні готовності підприємства до змін.

На даний час перед державою стоїть завдання щодо формування і ефективного використання інтелектуальних ресурсів, оскільки їх кількість, якість, механізми залучення є основою гарантування економічного розвитку не тільки сьогодні, але і в далекому майбутньому. Інтелектуальні ресурси на відміну від матеріальних, фінансових, інформаційних, характеризуються:

- наявністю у людини інтелекту, тому їхня реакція на зовнішні впливи є

емоційно-осмисленою;

- процес взаємодії між людьми і суб'єктом управління є двостороннім;
- людина здатна до самовдосконалення і розвитку;
- людина при обранні своєї сфери діяльності, свідомо переслідує певні цілі

[6].

Як бачимо, вагома роль тут приділена саме людському фактору.

Реалізація одного зі стратегічних пріоритетів розвитку України – інтеграції в Європейський Союз – не може здійснюватись без сприйняття загальноєвропейських цінностей та критеріїв економічного і суспільного прогресу. Тому об'єктивно виникає потреба формування нового підходу до визначення цілей та факторів економічного розвитку, що передусім полягає в переоцінці місця та ролі людини в економічних та соціальних процесах, переходу до «людиноцентричного» виміру життя суспільства, зміщення особистості в центр соціально-економічної системи. У сучасному світовому співтоваристві спостерігається все більш злагожене розуміння того, що «соціально-економічний прогрес визначається не стільки матеріально-технічною базою виробництва, а тими якісними та структурними зрушеннями, що напряду й безпосередньо визначаються людським чинником...» [7].

Зокрема ефективність функціонування підприємства залежить від співвідношення рівнів розвитку окремих його підсистем: зміна однієї з підсистем обов'язково спричинить зміни в інших. Важливе місце у розвитку підприємства як складної соціально-економічної системи відводиться розвитку людини-працівника, яка є сполучною ланкою між організаційною, фінансово-економічною, виробничо-технічною та іншими підсистемами підприємства. З іншого боку, саме через задоволення потреб людини-працівника та людини-власника формується працівник сучасного типу, який здатний генерувати ідеї, раціонально використовувати ресурси, інтелектуально розвиватися тощо, що забезпечить і розвиток підприємства в цілому.

Якщо базуватися на тому, що ефективність функціонування підприємства як системи залежать від співвідношення рівнів розвитку окремих елементів підсистем підприємства, то логічно вважати, що зміни в одній його підсистемі по-різному позначаються на інших. У загальносуспільному вимірі у системі продуктивних сил від рівня розвитку людини (освіти, кваліфікації) з одного боку, і від рівня розвитку засобів праці, предметів праці – з іншого, залежить динамічна рівновага всього виробничого комплексу.

Якщо базуватися на тому, що ефективність функціонування підприємства як системи залежать від співвідношення рівнів розвитку окремих елементів підсистем підприємства, то логічно вважати, що зміни в одній його підсистемі по-різному позначаються на інших. У загальносуспільному вимірі у системі продуктивних сил від рівня розвитку людини (освіти, кваліфікації) з одного боку, і від рівня розвитку засобів праці, предметів праці – з іншого, залежить динамічна рівновага всього виробничого комплексу. Адекватний рівень розвитку й раціональне співвідношення між окремими підсистемами та їх елементами найбільше залежить від:

- механізму використання економічних законів;

- механізму реалізації відносин власності;
- механізму узгодження економічних інтересів;
- механізму всебічного розвитку людини [7].

Незважаючи на те, що в політичній економії людину визнано головною рушійною силою та суб'єктом відносин власності, практично не розглянуто її соціально-економічну сутність та роль у соціально-економічному прогресі загалом, і розвитку підприємства зокрема. Розкриття соціально-економічної сутності людини, взаємозв'язку рівня розвитку працівника та ефективності функціонування певної соціально-економічної системи, зокрема підприємства, є вирішальним фактором (рушійною силою) забезпечення розвитку підприємства в майбутньому на основі використання інтелектуальних ресурсів.

Ефективність, організованість, а також значною мірою саморегулювання будь-якої економічної системи залежать від того, наскільки сильна її гуманістична, демократична і екологічна спрямованість.

Підприємство виступає як динамічна, виробнича, економічна та соціальна система і його успішне функціонування в існуючих умовах залежить від взаємозумовленості як розвитку людини – носія людського капіталу, так і розвитку підприємства як керованої системи. За умов нестабільності середовища, економічна свідомість працівника є суперечливою та нестійкою, що відображається в посиленні опору працівників до тих, чи інших змін на підприємстві. Така ситуація є негативною, оскільки саме від рівня готовності до змін окремих елементів підприємства, а найбільшою мірою – працівників, цілковито залежатиме напрям розвитку підприємства. Тому необхідно залучати працівників до обговорення щодо можливих змін, детально проінформувати про необхідність та наслідки таких змін, надавати конкретну підтримку працівникам у необхідному навчанні, здобутті навичок, тренінгів тощо.

Людський фактор інтелектуальних ресурсів визначено як головний у забезпеченні готовності підприємства до змін. Обґрунтовано необхідність задоволення потреб не тільки людини-працівника та людини-власника, але, у першу чергу, людини соціально-духовної, що в умовах нестабільності середовища функціонування підприємства є запорукою високої готовності працівників до змін та зниження опору до їх практичної реалізації, а відтак – забезпечення стійкості розвитку підприємства на основі використання його інтелектуальних ресурсів.

#### Література.

1. Стратегія інноваційного розвитку України до 2020 року. URL: <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36382.pdf>.
2. Програма інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2632-17>.
3. Стратегія розвитку інформаційного суспільства України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80>.
4. Семів Р. А., Луцик М. В. Інтелектуальні ресурси в системі інноваційного розвитку економіки. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2013. № 1 (16). С.117-121.
5. Brooking A. The components of intellectual capital, 1997. URL:

[http://www.tbroker.co.uk/intellectual\\_capital/components.html](http://www.tbroker.co.uk/intellectual_capital/components.html).

6. Semiv L. K., Lutsyk M.V. A role of intellectual resources in providing of innovative development of economy. *Contemporary economies in the face of new challenges - economic, social and legal aspects*. Cracow 2013. P.345-352.

7. Пустовійт Р. Ф., Кочума І. Ю. Пріоритетні напрями вдосконалення інституційного середовища розвитку людського потенціалу в Україні. *Фінансовий простір*. 2013. № 1(9). С.70-81.

*Підлипна Р. П.*

*д.е.н., доцент*

*Ужгородський торговельно-економічний інститут*

*м. Ужгород, Україна*

## **МЕТРОЛОГІЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ**

Трансформаційні вектори розвитку національної економіки зумовлюють необхідність активізації досліджень теоретичних і практичних аспектів системних перетворень в агропромислового комплексі України. Розвиток та поглиблення цих процесів створює вихідні умови не лише для задоволення соціально-матеріальних потреб членів сільськогосподарських колективів і фермерських господарств, а й для подальшого власне економічного їх розвитку. Дослідження проблеми природи і типологізації процесів трансформацій в агропромисловому комплексі завжди були в центрі уваги науковців-економістів [4, 5], адже в на кожному історичному проміжку розвитку будь-якої економічної системи (доіндустріальний, індустріальний, постіндустріальний чи квазіпостіндустріальний), в центрі наукових інтересів завжди є людина не лише як основний економічний ресурс, а й як основна мета і основний соціальний результат господарської діяльності. Однак у аналізі агропромислового комплексу основну увагу звертають або лише на власне економічний результат, або на екологічні результати (ступінь збереження чи відновлення довкілля) як певний складник економічних результатів. Оскільки екологічні результати формуються за умов обмежених грошових ресурсів, вони завжди виступають як вирахування із загальних економічних витрат. На величину екологічних результатів завжди зменшують реальні економічні витрати (номінально вони можуть бути і значні, однак реально менші на ту частину, яка спрямовується на відновлення навколишнього середовища, тобто на формування відповідних екологічних благ), а тому реальні економічні результати менші, ніж номінальні.

У зв'язку з цим можна вважати, що екологічні результати за своєю величиною дорівнюють альтернативним витратам (недоотриманому грошовому доходу та економічному результату сільськогосподарської діяльності). За умов, коли певні екологічні результати не формуються, номінальний економічний результат буде більший, ніж за умов формування екологічних результатів і наявності вилучень економічних ресурсів на формування благ екологічного порядку. У цьому випадку реальна величина економічних результатів певної

діяльності також буде значно менша, оскільки у цьому випадку формуються витрати переливання (побічні, позаринкові), відшкодування яких "перекладається" на третіх осіб (найчастіше – на державу) і з їх врахуванням реальний економічний результат також виявляється меншим від номінального, в якому міститься потенційний екологічний продукт, який створюватиметься у віддаленому періоді часу і, найчастіше, за рахунок держави.

Аналіз агропромислового комплексу (зокрема виявлення принципів і підходів до метрологічного відображення рівня ефективності функціонування) передбачає використання економічних і екологічних результатів господарської діяльності і через їх призму вивчаються основні економічні параметри, зокрема економічна чи інтегральна ефективність функціонування агропромислового комплексу [5]. Соціальні результати, зазвичай, не враховують, що негативно впливає на ступінь точності будь-якого метрологічного аналізу агропромислового комплексу. У цьому випадку спотворюються як економічні витрати, так і економічні доходи (інтегральні результати діяльності). В економічних витратах ми не беремо до уваги тієї їх частини, яка спрямовується на задоволення соціальних і духовних потреб членів колективів, а в економічних результатах – тієї частини їх загальної величини, що узагальнено може бути позначена таким терміном як соціальний продукт чи соціальний результат, під яким ми розуміємо процес формування (створення та відтворення) самого суб'єкта економічної діяльності (не тільки і не стільки як економічного ресурсу, а й як кінцевого і найважливішого результату сільськогосподарської діяльності).

Деформація загальної величини економічних витрат і економічних результатів за умов формування соціальних результатів у короткотривалому ринковому періоді відбувається в прямо протилежних напрямках: реальні економічні витрати будуть менші порівняно із їх номінальним обсягом (адже частина грошового доходу спрямовується на соціальні, а не економічні потреби, що створює певний виток із загального грошового доходу і певна його частина в економічні ресурси не перетворюється), відповідно реальні економічні (точніше, інтегральні, тобто такі, що, окрім економічних, містять у собі і власне соціальний складник) результати будуть більшими від номінальних результатів (на величину соціальних результатів).

Отже, елімінація соціального боку розвитку агропромислового комплексу може бути цінним лише, по-перше, в суто спеціальному і суто теоретичному дослідженні, і по-друге, коли не ставиться завдання точного виміру рівня інтегральної ефективності функціонування агропромислового комплексу [1]. Точний вимір рівня результуючого параметра господарської діяльності неодмінно має передбачати вхід наукового аналізу і в дослідження соціальних потоків виробництва, а не лише власне економічних [3]. Для з'ясування, яким чином агропромисловий комплекс реагує на зміни інтенсивності трансформацій, у центр наукового аналізу слід поставити пошук коефіцієнтів трансформаційної еластичності ефективності функціонування агропромислового комплексу, вирішуючи цю проблему на двох рівнях: загальному і спеціальному. Спеціальний рівень передбачає використання

емпіричної бази, опрацювання якої дозволяє отримати конкретні значення відповідних коефіцієнтів еластичності.

Щоправда, вказані міркування справедливі лише в короткотривалому ринковому періоді, впродовж якого трансформація супроводжується формуванням певних витоків із загальних економічних витрат (зменшує їх шляхом спрямування на задоволення соціальних потреб), що не спричиняє і не призводить до значного збільшення обсягів економічних результатів. Відповідно, трансформацію варто розглядати не лише як суто соціальний процес посилення ступеня задоволення соціальних і духовних потреб суб'єктів (членів господарств) агропромислового комплексу, а і як економічний процес, бо в підсумку вона підвищує продуктивні можливості людини [2], а, отже, її можна розглядати як окремих важіль інтенсифікації сільськогосподарського виробництва.

В довготривалому і особливо в гіпердовготривалому періодах трансформація вже супроводжується формуванням значних економічних ефектів (зростають обсяги виробництва власне економічних благ і послуг внаслідок підвищення продуктивних сил людини). Отож, основний парадокс трансформації полягає в тому, що в межах короткотривалого ринкового періоду трансформація супроводжується формуванням, зазвичай, лише негативних економічних ефектів. І лише за межами цього короткотривалого ринкового періоду починають формуватися позитивні (зростають обсяги виробництва матеріальних і духовних благ за умов посилення впливу соціальних методів виробництва).

Отже, виявлення принципів і підходів до метрологічного відображення рівня ефективності функціонування агропромислового комплексу вимагає аналізу економічних і екологічних результатів діяльності крізь призму вивчення основних соціальних параметрів. Трансформація розглядається нами як один із найважливіших шляхів підвищення рівня інтегральної ефективності функціонування агропромислового комплексу.

#### Література

1. Герман Л. Т. Теоретичні основи соціалізації глобального економічного розвитку / Л. Т. Герман // Сталій розвиток економіки. – 2015. – №4. – С. 36–43.
2. Лункіна Т. І. Соціалізація економіки як новий етап розвитку суспільства / Т. І. Лункіна // Трансформація фінансової системи України: тенденції та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. 20–21 листопада 2017 р., Миколаїв. – Миколаїв: Миколаївський національний аграрний університет, 2017. – С. 80-81.
3. Попадинець О.В. Соціалізація економіки як нова парадигма економічної теорії / О.В. Попадинець // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 49. – С. 228-231.
4. Радченко О. П. Сучасний стан та перспективи розвитку інноваційних процесів у агропромисловому комплексі України / О. П. Радченко // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2019. – № 18.3 (43) . – С. 183-199.
5. Студінський В. А. Проблемні аспекти євроінтеграційного процесу



*Піхотенко В.  
магістр фак-ту менеджменту  
Запорізький національний університет  
Гуржій Н.М.  
проф., д.е.н., доц.  
Запорізький національний університет*

## **МІЖНАРОДНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ**

Серед чинників, які обумовлюють обрання конкурентної стратегії варто виділити: ринкову позицію фірми, динаміка її зміни, кількість конкурентів та характер конкуренції на ринку, наявний виробничий і технологічний потенціал підприємства, вид продукції та інші чинники середовища функціонування.

Для правильності формування стратегії конкуренції необхідно обрати ланцюг відповідних дій, що залежить від цілей організації, особливо це стосується підприємств, орієнтованих на експорт.

Серед суб'єктів господарювання, що орієнтовані на експорт, в Україні переважають підприємства чорної металургії (22,2% всього експорту), зернотрейдери (15,4% всього експорту) та машинобудівні підприємства (10,1% експорту). Разом з тим, експортоорієнтованими є й численні підприємства харчової, хімічної та інших галузей промисловості України. При цьому стратегія виходу вітчизняних підприємств на нові зовнішні ринки повинна враховувати, перш за все, специфіку галузі та її продукції [2].

Виходячи з географічної віддаленості, для більшості вітчизняних підприємств можливими зарубіжними ринками збуту продукції можуть бути:

- 1) країни близького зарубіжжя такі, як найближчі країни СНД: Росія, Грузія, Молдова, Білорусь, Вірменія;
- 2) європейські країни такі, як найближчі країни Західної та Центральної Європи: Польща, Німеччина, Чехія, Австрія.

Регіони з географічною віддаленістю більше 3–4 тис. км є менш привабливими для збуту продукції багатьох підприємств (перш за все, харчової промисловості), оскільки транспортування товару на такі значні відстані підвищить ціну на продукцію до такого рівня, що вона буде неконкурентною на ринку. Потенційно привабливими ринками, наприклад для зернотрейдерів, є також країни Азії, Близького Сходу [2].

Ряд вітчизняних підприємств уже просунулися в цьому напрямку. Наприклад, серед підприємств, які вже присутні на ринку країн Європи, можна назвати Українську горілчану компанію "Nemiroff", Вінницьку кондитерська фабрика «РОШЕН», Вінницький олійно-жировий комбінат та ін. Кожне з вказаних підприємств використовує свої стратегії виходу на європейські ринки.

ДП «Українська горілчана компанія Nemiroff» у своїй діяльності використовує стратегію прямого експорту, яка є ефективною для підприємства, що є великим за розміром. Так, з метою виходу на нові ринки компанія відкриває торгові представництва за кордоном, наприклад, у Польщі.

ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика «РОШЕН» входить до концерну «РОШЕН», в якому є спеціальний експортний відділ. Це підприємство використовує стратегію спільної підприємницької діяльності, а саме спільне володіння. Щодо торгової діяльності «РОШЕН» використовує стратегію прямого експорту: підприємство почало випуск продукції в ЄС – спільно з угорською фабрикою «Bonbonetti Choco» (під ТМ «Bonbonetti Elegance»), придбавши частину акцій угорського підприємства.

ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат» входить до промислової групи «Vioil», що здійснює пошук іноземних замовників та організовує поставки в європейські держави, тобто підприємство також, як і вищезгадані підприємства харчової промисловості, використовує стратегію прямого експорту.

Вітчизняні підприємства обирають дану стратегію для виходу на іноземний ринок, спираючись на її переваги. Основними з них можна вважати мінімальні зміни товарного асортименту підприємства та його структури, мінімальні інвестиційні витрати та поточні грошові зобов'язання, забезпечення мінімального ризику при вході на ринок та легкість виходу. Також, варто зазначити, що за стратегією прямого експорту підприємство проводить експортні операції самостійно, що дозволяє уникнути витрат на посередників, а це в свою чергу, дозволяє зменшити витрати на одиницю продукції.

Різновидом експортних стратегій є стратегія непрямого експорту, за якого підприємство користується послугами посередників або реалізація продукції на експорт проводиться шляхом використання торговельної марки. За цієї моделі продукція виробляється однією компанією, а продається під брендом іншої. Один з прикладів в Україні – кондитерська компанія "Ярич", що виробляє продукцію для міжнародної роздрібно-торговельної мережі Carrefour. Ця стратегія є актуальною для вітчизняних підприємств, адже передумовами для її застосування є нестача фінансових ресурсів, нестача власних ресурсів для його реалізації на цільовому ринку та відносно невеликі обсяги виробництва, а перевагою є низька вартість освоєння нового ринку. Компанія-експортер, по суті, платить тільки за сертифікацію своєї продукції і приведення її у відповідність до стандартів цільового ринку.

Великі вітчизняні підприємства звертаються до стратегії спільного підприємництва, перевагою якої є об'єднання зусиль закордонних і місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, яким вони володіють і спільно управляють. Ця стратегія представляє можливість для українських підприємств вийти зі своєю продукцією на іноземні ринки, якщо зарубіжний інвестор, наприклад, купує частку в місцевому підприємстві, або місцеве підприємство купує собі частку у місцевому підприємстві закордонної компанії, яке вже діє, або обидві сторони можуть спільними зусиллями створити нове підприємство.

Найпростішим методом виходу на світовий ринок є ліцензування. Дана стратегія ефективна для підприємств, які бажають мінімізувати інвестиції та ризики, прагнуть швидко освоїти цільовий ринок та оминати існуючі торговельні, інвестиційні, регуляторні бар'єри. Серед вітчизняних підприємств найбільш відомі харчові франшизи такі, як Франс.уа (національна українська мережа торгових точок і булочних кав'ярень з продажу високоякісної традиційної французької випічки), Lviv Croissants (львівський концепт мережі пекарень швидкого харчування), Aroma Kava (одна найбільших мереж кав'ярень в Україні), Mafia (мережа ресторанів японської та китайської кухні) та ін. [4].

Так, за допомогою франшизування в Україні працює більшість великих торговельних, ресторанних та розважальних мереж, таких як McDonalds, Subways, Starbucks, Burger King тощо.

Пряме інвестування як спосіб виходу на зовнішній ринок є ефективною стратегією для підприємств, які зосереджені на досягненні великих продажів та контролі над виробництвом власного продукту і його реалізацією на цільовому ринку, при цьому вона вимагає вкладень в адаптацію бренду, маркетингової стратегії і стратегії продажів.. Однак цей спосіб потребує великих затрат на ресурси та час, витрачений на освоєння особливостей функціонування цільового ринку. При цьому є високий ризик втрати інвестицій через незнання особливостей іноземного бізнес-середовища, тому дана стратегія не зазнала широкого використання. В Україні такий метод налагодження експорту використала група компаній "Ельфа", яка придбала виробничі потужності в Польщі [4].

Отже, великі вітчизняні підприємства, а також виробники унікальної продукції (а це переважно підприємства машинобудування та літакобудування) мають ряд переваг при виході на європейські ринки. В той же час значна кількість середніх підприємств намагаються сьогодні проникнути на ринок європейських держав з досить поширеною продукцією. Наприклад, це підприємства харчової промисловості, більшість з яких можуть застосувати для цього лише стратегію прямого експорту, створивши у своїй структурі спеціальний експортний відділ і поклавши на нього обов'язки з пошуку іноземних партнерів. І саме підприємства АПК забезпечують основну частку експорту області.

У результаті проведеного дослідження зроблено висновок, що сучасний етап зовнішньоекономічних відносин України потребує від експортоорієнтованих підприємств розробки стратегії виходу на нові зарубіжні ринки.

#### Література

1. Книш М. І. Конкурентні стратегії: Навч. посібник. – СПб.: Б. и., 2000. – 284 с.
2. Бойко О.О. Розробка вітчизняними підприємствами стратегії виходу на нові зарубіжні ринки / О.О. Бойко / Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2016. – №7. С.31–40

3. Голік В.В. Стратегічний набір як ефективний інструмент забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / В.В. Голік// Економічна теорія та історія економічної думки. 2015. – №2(164). – С.15–24

4. Конєв С. О. Критерії та основні способи виходу вітчизняних підприємств на міжнародний ринок за сучасних умов функціонування. Економічний аналіз. 2012 рік. – №10. Частина 3.

*Плаксюк О.О.*

*к.е.н., доцент*

*Черкаський державний технологічний університет*

*Петренко А.М.*

*студент магістратури*

*Східноєвропейський університет економіки і менеджменту*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ В НАРОДНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ**

Для здійснення будь-якої господарської операції підприємство повинно здійснити розрахунки з іншим підприємством, найшвидший тип розрахунків між юридичними та фізичними особами – безготівкові. Банк в цих розрахунках виступає як посередник між клієнтами, що здійснюють платежі.

Безготівкові розрахунки – це переказування певної суми коштів із рахунків платників на рахунки одержувачів, а також переказування з доручення підприємств, внесених ними готівкою коштів до каси банку на рахунки одержувачів [1].

Безготівкові розрахунки в своїй цілісності формують певну систему. Система безготівкових розрахунків є складовою загальної національної грошової системи. В ході становлення ринкових відносин і відповідної трансформації грошової сфери економіки посилюється значення і роль безготівкових розрахунків як важливого самостійного відособленого об'єкта економічних відносин, а відповідно й окремого дослідження економічної науки.

Скорочення готівкових платежів та збільшення частки безготівкових розрахунків в перспективі може дати колосальну економію для держави – десятки мільярдів гривень на рік. Якщо врахувати витрати на зберігання грошей, інкасацію, то собівартість виходить вище 30% номіналу вартості самої купюри.

Стратегія переходу на безготівкові розрахунки в Україні є пріоритетною, і як показує практика європейських країн, саме ця стратегія дозволяє вирішити ряд найважливіших завдань для підвищення ефективності всієї фінансової системи.

Законом № 5284-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо функціонування платіжних систем і розвитку безготівкових розрахунків» (його ініціатор Національний банк України) уряд сподівається стимулювати українців переходити на безготівкові розрахунки пластиковими картками та менше користуватися готівкою. Серед іншого, закон дозволяє НБУ обмежувати суму оплати готівкою, а також вводить поняття «електронних грошей». Закон

дозволяє НБУ створити так званий центральний процесинговий центр – диспетчерську, де будуть оброблятися дані будь-якої операції, яка буде відбуватися за допомогою платіжної картки. В цьому ж центрі будуть акумулюватися і комісійні за таку роботу.

Фактично НБУ забирає внутрішній ринок обслуговування карт у глобальних гравців, яким належить карткова технологія, – в корпорацій Visa і MasterCard. Вони втрачають свій ключовий український бізнес: можливість отримувати комісійні за технічну підтримку операцій з картою одного банку в мережі або терміналах іншої фінансової установи. НБУ у результаті цих нововведень отримує не тільки гроші і контроль над даними (зокрема і про місце перебування того чи іншого власника картки), але і можливість зберегти систему безготівкових розрахунків у разі, якщо американському Сенату заманеться за непрозорою процедурою вимагати від Visa і MasterCard відключення системи для України з політичних мотивів [2].

Якщо б рівень безготівкових розрахунків в Україні досяг європейського (80-90% від загального обсягу розрахунків), держава отримала б додатково 35-50 млрд. гривень вільних грошей, які можна було б направити в реальну економіку і на соціальні програми. Необхідно взяти за основу стандарти європейських країн, і створити відповідні правові механізми, які підвищать рівень безготівкових розрахунків, забезпечивши належний рівень їх надійності в Україні.

За перший квартал 2019 року обсяг безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток в порівнянні з аналогічним періодом минулого року зріс на 45% до 395,5 млрд грн. За даними НБУ, кількість безготівкових операцій зросла за квартал майже на 35% і становила 906 млн операцій. Обсяг безготівкових операцій розподілився таким чином:

– операції переказу коштів з картки на картку (P2P перекази) становили 39% або 153 млрд грн, їх середній чек - 1 576 грн;

– операції з оплати товарів/послуг у мережі Інтернет становили 17% або 69 млрд грн, середній чек - 472 грн;

– операції переказу коштів з картки на банківський рахунок у мережі Інтернет (наприклад, поповнення депозитів, погашення кредитів, тощо) становили 13% або майже 52 млрд грн, середній чек - 264 грн;

– розрахунки з використанням платіжних терміналів становили 29% або 113 млрд грн (з них 22% - це безконтактні розрахунки, здійснені картками та 4% - платежі за допомогою NFC гаджетів), середній чек - 250 грн;

– безготівкові операції у банкоматах та ПТКС становили лише 2% або 8 млрд грн, середній чек - 593 грн. [3].

Збільшення частки безготівкових коштів на рахунках у банках, безумовно, позитивно вплине на банківську систему. Проте, в Україні ліміти на проведення готівкових операцій – це не той інструмент, який дозволить підвищити фінансову грамотність населення і стане двигуном розвитку платіжних технологій. Швидше, навпаки, дію, як відомо, породжує протидія. Споживачі фінансових послуг можуть вважати, що, змушуючи їх до безготівкових розрахунків, держава намагається контролювати їхні власні гроші.

Доцільніше було б мотивувати підприємства до безготівкових розрахунків через надання податкових пільг на суму таких розрахунків. Таким чином можна досягти самомотивації розвитку платіжного простору: торговці, економлячи на безготівкових розрахунках, надавали б знижки клієнтам за вибору такої форми оплати [4].

Таким чином, від правильного вибору форм безготівкових розрахунків залежить обґрунтованість і точність оцінки господарської діяльності підприємства, виконання його планових завдань, своєчасність одержання коштів для відновлення безперервного виробничого процесу, оперативність і правильність створення відповідних фондів, повнота концентрації вільних фінансових ресурсів та їх розміщення в необхідних об'єктах. Нормалізація системи безготівкових розрахунків сприятиме становленню сприятливих ринкових відносин.

#### Література

1. Богомаз О. Ю. Організаційна складова розвитку безготівкових розрахунків в Україні . Управління розвитком. 2011. № 9 (106). с. 118-120.
2. Косарева І. П. Особливості розвитку системи безготівкових розрахунків в Україні. Бізнесінформ. 2012. № 1. с. 125-129.
3. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Рибченко М. Ф. Оптимізація системи безготівкових розрахунків . Москва. Фінанси України. 2012. № 13 (86). с. 58-64.

*Плаксюк О.О.*

*к.е.н., доцент*

*Черкаський державний технологічний університет*

*Чесноков С.М.*

*студент магістратури*

*Східноєвропейський університет економіки і менеджменту*

## **МЕТОДОЛОГІЯ АУДИТУ ПОТОЧНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ**

На сьогоднішній день, особливо актуальним є вивчення обліку та дослідження аналізу і аудиту дебіторської заборгованості з метою забезпечення максимальних гарантій для користувачів фінансової звітності щодо достовірності, реальності, повноти і законності наведеної інформації. Здійснюючи підприємницьку діяльність, учасники майнового обороту припускають, що в міру здійснення господарських операцій вони не тільки повернуть вкладені кошти, але й одержать доходи.

Однак у реальній практиці, особливо з переходом до ринкових відносин зі спадом виробництва, нерідко, а точніше постійно виникають ситуації, коли залежно від тих чи інших причин підприємство не може стягнути борги з контрагентів. Дебіторська заборгованість «зависає» на довгі місяці, а іноді навіть на роки. Ріст дебіторської заборгованості погіршує фінансовий стан

підприємств, а іноді і призводить до банкрутства. Будучи частиною оборотних коштів, а саме частиною оборотних фондів, дебіторська заборгованість, а особливо невиправдана, «зависла», різко скорочує оборотність оборотних коштів і тим самим зменшує доход підприємства.

Існує багато точок зору щодо послідовності проведення аудиту дебіторської заборгованості. На нашу думку, найточніше розкриває процес проведення аудиту у своїх працях канд. екон. наук, доц. Петрик О.А.[1]

Вона вважає, що процес проведення аудиту дебіторської заборгованості можна представити у вигляді порядку здійснення наступних аудиторських процедур:

1. Збір загальної інформації щодо реалізації продукції та дебіторської заборгованості.

2. Оцінка надійності системи внутрішнього контролю дебіторської заборгованості.

3. Оцінка величини аудиторського ризику, визначення методів аудиту, підходу до проведення аудиторської перевірки.

4. Складання плану, відповідного розділу програми аудиторської перевірки щодо дебіторської заборгованості.

5. Здійснення конкретних аудиторських процедур щодо перевірки дебіторської заборгованості за встановленими критеріями.

6. Документування отриманих результатів.

На думку Усач Б. Ф., аудиторська перевірка повинна складатися з окремих послідовних етапів, які в узагальненому вигляді можна назвати так [2]:

підготовчий; проміжний; етап фізичної перевірки; основний або етап аудиту окремих статей звітності; заключний етап.

На підготовчому етапі аудитору потрібно отримати всю необхідну інформацію для загального знайомства з підприємством, у тому числі і загальні дані щодо реалізації продукції та дебіторської заборгованості. Така інформація може бути письмова чи усна, міститись у різноманітних документах, облікових регістрах, звітах та надана керівництвом під час опитування, анкетування, листування.

Наступним та важливим кроком аудитора є оцінка надійності системи внутрішнього контролю дебіторської заборгованості на підприємстві. Оскільки на більшості підприємств функціонує автоматизована система обліку даних, то для проведення перевірки аудитору необхідно враховувати норми стандарту «Аудит в умовах електронної обробки даних». У зв'язку з цим середовище електронної обробки даних впливатиме і на процедури, які використовуватиме аудитор при оцінці внутрішнього контролю підприємства та ризику, пов'язаного з ефективністю його функціонування. За наявності на підприємстві внутрішнього аудитора зовнішній аудитор може використовувати результати його роботи, попередньо перевіривши їх надійність.

Результати оцінки стану внутрішнього контролю дебіторської заборгованості мають бути задокументовані аудитором і подані у вигляді робочого документу «Оцінка стану внутрішнього контролю реалізації та дебіторської заборгованості». Основною метою цього документа є з'ясування

того, як підприємство визначає, що його продажі та суми дебіторської заборгованості відповідають встановленим вимогам.

На думку Бутинця Ф.Ф. [3], Петрик О. А.,[1] та Білухи М.Т.[4], найдоцільнішим при проведенні аудиту дебіторської заборгованості є застосування таких методів як: запит, тестування, вибіркова документальна перевірка та аналітичний огляд, а Дорош Н. [5] додає до цього переліку проведення експертизи, зокрема відвантажувальних документів та актів звірки.

У процесі проведення аудиторської перевірки операцій з дебіторською заборгованістю на підприємстві отримана інформація повинна бути задокументована у вигляді робочих документів. Кожен робочий документ має бути складений з дотриманням установлених вимог і містити всі необхідні обов'язкові реквізити. Документи можуть бути стандартизовані і довільної форми та змісту. Уся сукупність робочої документації, яка складається аудитором протягом проведення ним аудиторської перевірки дебіторської заборгованості, поділяється на основні та додаткові документи. До основних документів аудитора відносять: план аудиту, робочу програму аудиту, аудиторський висновок тощо. Значно більшою за обсягом є кількість додаткових робочих документів аудитора, які можуть ним самостійно створюватись у залежності від виду перевірки, обсягу аудиту, та специфіки підприємства на якому проводиться аудит [3].

У процесі проведення аудиту дебіторської заборгованості з метою обґрунтованості аудиторського висновку аудитор повинен звертати особливу увагу на вивчення та реєстрацію дотримання підприємством норм П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». З цією метою аудитором складається додатковий робочий документ «Результати перевірки дотримання норм П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». Таким чином, виявлені аудитором порушення заносяться до його робочих документів, а пізніше знаходять відображення у відповідних узагальнюючих документах.

Отже, розпочавши проведення аудиту на підприємстві до закінчення звітного періоду, аудитор може суттєво покращити якість перевірки та запобігти виникненню неточностей в обліку.

#### Література

1. О. Петрик. Аудит дебіторської заборгованості відповідно до національних нормативів аудиту та положень(стандартів) бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік і аудит №7, 2003.
2. Усач Б.Ф. Аудит: навч. посібник. К.: Знання-Прес, 2002. 223с.
3. Ф.Ф. Бутинець. Аудит. Підручник для студентів. 2-ге видання перероблене і доповнене. Житомир: ПП "Рута", 2002р. 523 с.
4. М.Т. Білуха. Аудит. К., 2003р. 344 с.
5. Н. Дорош. Український норматив з планування аудиту.// Бухгалтерський облік і аудит, №6, 2000р.



## **ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Зміна векторів стратегічного розвитку національної економіки, вплив політичної, фінансової, економічної, соціальної криз, капіталізація бізнесу, інноваційні орієнтири відповідно до потреб ринку вимагають від менеджменту суттєвого удосконалення процесу управління логістичною діяльністю. Логістичне стратегічне планування дуже важливе для вітчизняних підприємств, оскільки дає можливість як спланувати, так і спрогнозувати результати діяльності на довгострокову перспективу. Організаційна структура лівової частки українських підприємств не передбачає наявність відділу стратегічного логістичного планування, що суттєво обмежує можливості впровадження сучасних логістичних технологій. Розробці та впровадженню певної логістичної стратегії передує проблема вибору її оптимального варіанту.

Логістична стратегія – сукупність дій, рішень та методів ефективного управління підприємством, а саме управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

На думку О.М. Тридіда [1] формування логістичної стратегії підприємства передбачає системний підхід, у якому прийняття рішень складається з таких етапів: визначення логістичної місії; формування стратегічних цілей та завдань; аналіз логістичного середовища підприємства; проведення логістичного аудиту; прийняття стратегічних логістичних рішень.

Важливість використання системного підходу до формування логістичних стратегій підкреслюється також взаємозв'язком з іншими функціональними стратегіями та потребою відповідати оптимальній реалізації стратегії конкуренції фірми, а також охоплювати усі сфери діяльності.

До основних логістичних стратегій підприємства в сучасних умовах господарювання можна віднести такі: мінімізація загальних логістичних витрат, покращення якості логістичного сервісу, мінімізація інвестицій у логістичну інфраструктуру, логістичний аутсорсинг, «ощадлива» логістика, динамічна логістика, формування стратегічних союзів.

Розробка логістичної стратегії передусім повинна відштовхуватись від типу попиту на продукцію фірми. Динамічна стратегія, до прикладу, найкраще працює в умовах, коли фірма пропонує широкий асортимент продукції, при цьому попит часто змінюється і передбачити його важко. Зрозуміло, що немає оптимальної стратегії для усіх підприємств.

Логістична стратегія орієнтована на створення необхідних для підтримки життєдіяльності підприємства умов. Вибір логістичної стратегії підприємства у сучасних умовах господарювання є складним процесом узгодження необхідності мінімізації витрат за умови забезпечення покращення логістичного обслуговування та максимізації доходів, а також підвищення конкурентних

переваг. Відповідно, вибір стратегічного напрямку залежать від виду логістичної системи, наявної матеріальної бази та загальної стратегії підприємства.

Процес планування логістичної стратегії дуже схожий до загального процесу планування стратегії розвитку підприємства – в першу чергу окреслюються основні цілі, а потім розробляються більш детальні заходи по їх досягненню [2, с. 198]. Основною вимогою до методики організації вибору логістичної стратегії є її адекватність та відповідність сучасним вимогам функціонування підприємства.

Узагальнюючи дослідження вчених [2], наведемо послідовність дій при виборі логістичної стратегії підприємства:

1. Формування системи оцінки логістичної стратегії на підприємстві
2. Визначення коефіцієнтів вагомості показників оцінки за всіма компонентами
3. Побудова «дерева рішень» логістичної стратегії
4. Визначення типів та ймовірностей настання макроекономічних умов
5. Визначення еталонних значень показників логістичної стратегії підприємства з урахуванням зовнішніх умов реалізації стратегії
6. Визначення критеріїв комбінації варіантів можливих логістичних стратегій
7. Визначення критеріїв ефективності логістичної стратегії
8. Визначення та характеристика оптимальної логістичної стратегії
9. Прогнозування фінансово-економічних вигід від реалізації обраної логістичної стратегії
10. Прийняття управлінського рішення щодо реалізації обраної логістичної стратегії.

Варто зазначити, що застосування та вибір оптимальних логістичних стратегій можна здійснювати на основі трьох базових параметрів: планових логістичних витрат (вони визначатимуть фінансове забезпечення стратегії), якості логістичного обслуговування (параметр визначатиме задоволеність споживачів логістичною системою) та доходів підприємства (результати логістичної стратегії).

#### Література

1. Тридід О.М. Логістика / О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина – К.: Знання, 2008. – 566 с.
2. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії / Є.В. Крикавський. Підручник 2-е вид. – Л. : Інтеллект-Захід, 2006. – 456 с.

*Полусмяк Ю.І.  
к.е.н., доцент  
Запорізький національний університет  
Решетова Г.І.  
к.держ.упр, доцент*

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

## **ПОЛІПШЕННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Поліпшення бізнес-клімату в країні має позитивний вплив на розвиток підприємництва та підвищення його конкурентоспроможності, що відіграє велику роль в процесі подолання проблем, які постають перед економікою українських міст та регіонів, зокрема й перед економікою Запорізької області та м. Запоріжжя. Але сприяння розвитку підприємництва в регіоні неможливе без комплексу послідовних і систематичних дій з боку органів місцевої влади. Основним чинником розвитку підприємництва в регіоні є сприятливий бізнес-клімат. В 2016 році в Запорізькій області здійснювалось дослідження стану та проблем місцевого бізнес-клімату в рамках Проекту ПРОМІС. Аналіз проводився шляхом проведення зустрічей, фокус-груп із представниками підприємництва, онлайн-консультування та опитування через електронну пошту і в телефонному режимі [1]. При проведенні досліджень представниками МСП було визначено послуги/потреби, які допоможуть у розвитку МСП регіону і які може реалізувати місцева влада. Це, зокрема: розроблення на середньострокову перспективу дієвої програми розвитку МСП з визначеним бюджетним фінансуванням, програма компенсації відсоткових ставок за отриманими кредитами, створення інфраструктури підтримки та розвитку МСП, активізація внутрішніх інвесторів тощо. Також в ході проведення дослідження було визначено проблемні питання, які гальмують розвиток бізнесу, а саме:

- Непередбачуваність, закритість, непрозорість дій влади. Представники бізнесу не розуміють, яким шляхом відбуваються конкурси, тендери, аукціони. Правила гри змінюються без обговорення з бізнесом. Інформація про чинні регулювання в місті – важкодоступна.

- Відсутність дієвої комунікації між владою та бізнесом.

- Обтяжливість процедури при отриманні дозволів (переведення житлового приміщення в нежитлове; оренда землі, нерухомості; розміщення реклами; ведення торгівлі тощо). Немотивовані відмови в отриманні дозволів. ЦНАПи в містах не працюють за принципом організаційної єдності.

- Неєфективність політики місцевої влади щодо оренди земельних ділянок, значне зростання ставок оренди.

- Нетривалий період договорів оренди землі під об'єктами нерухомості. Землю для розширення бізнесу чи створення нових підприємств не виділяють.

- Завищені ставки пайової участі (внеску) на розвиток інфраструктури.

- Недотримання контролюючими органами мораторію на перевірки.

- Ведення нелегального підприємництва спричиняє недобросовісну конкуренцію (перукарня «удома», інтернет-торгівля, будівництво, вантажні й пасажирські перевезення тощо).

- Наявність стихійної торгівлі без сплати податків, хабарництво з боку працівників органів внутрішніх справ.

- Хаотичність розміщення тимчасових споруд для ведення підприємницької діяльності, у т. ч. відсутність плати за землю.

- Відсутність кваліфікованого персоналу, низький рівень дисципліни найманих працівників. Відсутність співпраці між бізнесом та навчальними закладами, які готують кадри для бізнесу.

- Неefективні облік та управління комунальним майном обмежують доступ бізнесу до комунальних ресурсів.

- Обмеженість участі у програмі «Купуй Запорізьке».

- Обмежений доступ до дешевих фінансових ресурсів для розвитку малого та середнього бізнесу.

- Корупційна складова в деяких рішеннях місцевої влади. Відсутність реакції з боку влади на звернення громадських об'єднань підприємців щодо перегляду регуляторних актів.

- Недостатнє використання залізничного транспорту для бізнес-перевезень, особливо важковагових.

- Слабкість територіального маркетингу та піару міст Запорізької області в масштабах країни, переважання негативних повідомлень у медіа щодо місцевих подій, у т. ч. через близькість до воєнних дій на Сході.

- Недостатня поінформованість представників бізнесу про державні закупівлі /тендери з місцевого бюджету, ігнорування місцевих виробників.

- Втрата традиційного російського ринку та складність виходу на європейські ринки.

- Пасивність місцевої влади щодо лобювання інтересів малого та середнього підприємництва на національному рівні.

- Високе адміністративне навантаження на малий та середній бізнес.

Згідно статистичних даних на початок 2018 року в області діяло 77621 суб'єкт господарювання; у середньому за 2014-2017 роки їх кількість зменшилася на 5 %. Найбільша частка підприємств області у 2018 році (як і в попередні періоди) концентрувалася в обласному центрі – м. Запоріжжя (60,2 % у 2018 році та 60,3 % – у 2014 році). Результати проведеного аналізу динаміки росту кількості малих і середніх підприємств по Запорізькій області у розрізі міст/районів свідчать, що середній темп їх приросту у 2014-2018 роках складає 1 %. Зокрема, найбільший приріст спостерігається на територіях: міст Токмак (3,4 %), Мелітополь (2,4 %), Бердянськ (2 %), а також Запорізького (4,6 %), Бердянського (2,2 %), Розівського (2,2 %), Мелітопольського (2,1 %), Михайлівського (1,8 %) та Токмацького (1,8 %) районів. Протягом досліджуваного періоду структура суб'єктів господарювання регіону змінилася в сторону зростання частки підприємств і, відповідно, зниження частки фізичних осіб-підприємців на 1,8 в.п [2].

Таким чином, у 2017 році в загальній чисельності суб'єктів господарювання 18,8 % становили підприємства, а 81,2 % – фізичні особи-підприємці. У структурі підприємств за видами економічної діяльності у 2018 році найвищу частку займали підприємства оптової та роздрібно торгівлі (26,6 %), сільськогосподарські (19 %) та промислові (14 %) підприємства (рис. 1).

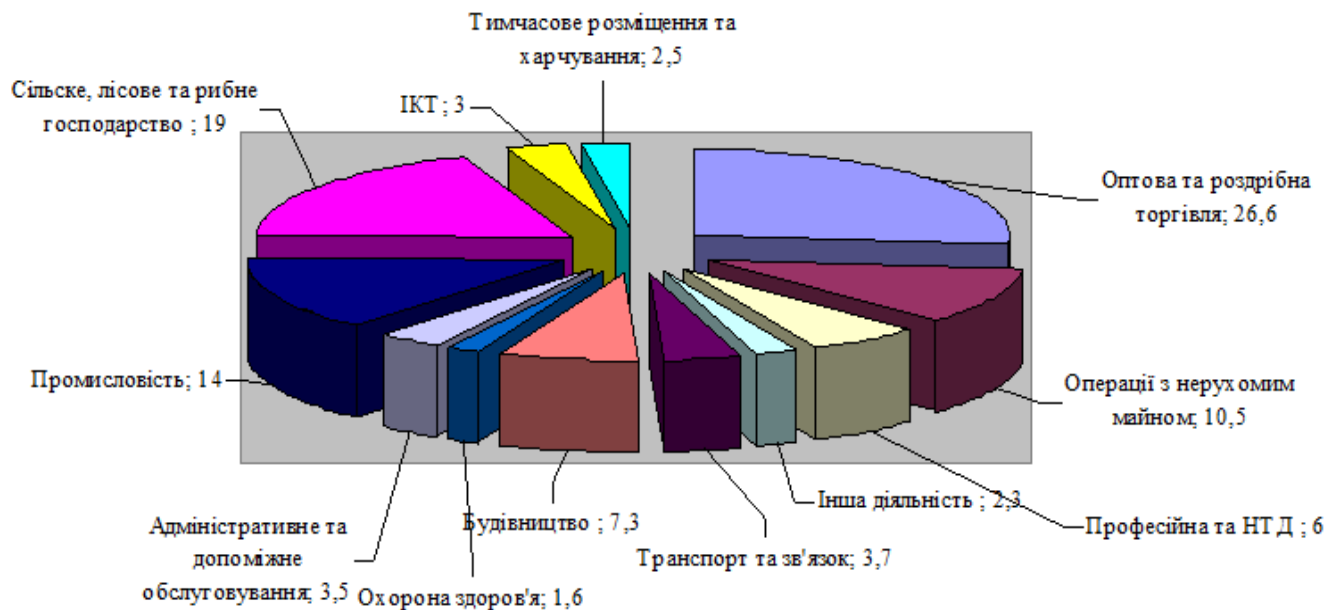


Рис.1. Розподіл підприємств Запорізької області за видами економічної, в %

У регіональному рейтингу ведення бізнесу в 2018 році Запорізька область посіла 24 місце серед 25 регіонів України, опустившись на 2 позиції, порівняно із 2017 роком. Зокрема, низькими є позиції регіону за показниками «Сплата місцевих податків» – 22 місце; «Одержання дозволів на будівництво» – 23 місце; «Оформлення земельної ділянки» – 24 місце. Однак, за показником Електронні сервіси» регіон піднявся на 7 позицію, що зумовлено, у тому числі впровадженням проєкту «Регіональний вебпортал адміністративних послуг Запорізької області» [2]. Незважаючи на деяке «полегшення процедур зі створення підприємництва у 2018 році, інституційне середовище ведення бізнесу в регіоні не сприяє процесам створення нових суб'єктів господарювання.

#### Література

1. Програма розвитку малого і середнього підприємництва в місті Запоріжжі на 2017–2021 роки. URL: <https://zp.gov.ua/uk/sessions/89/resolution/23100> (дата звернення 20.11.2019).

2. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року URL: [https://www.zoda.gov.ua/files/WP\\_Article\\_File/original/000126/126028.pdf](https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000126/126028.pdf) (дата звернення 20.11.2019).

## **ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Управління підприємством – це економічна категорія, яка представляє особливу форму економічних відносин, що впливають на процеси, об’єкт чи систему, аби зберегти її стійкість, або перевести в інший стан відповідно до поставлених цілей. Управління виникає тоді, коли керівник приймає рішення, коли розробляється новий порядок відносин між елементами системи для подолання проблемної ситуації, коли встановлюються нові зв’язки між структурними підрозділами, пов’язані з модифікацією організаційної структури [1].

Проблеми, пов’язані з управлінням підприємствами розглянуто у працях: М. Алімана, В. Апопія, С. Бабенка, О. Березіна, В. Гончаренка, Л. Дяченка, М. Кулакової, А. Куценко, І. Маркіної, Н. Міценко та інших. Роль підприємства в сучасній економіці, направленість і характер взаємодії між макроекономічними та мікроекономічними рівнями, внутрішні механізми прийняття рішення на підприємстві, а також інструменти управління підприємством досліджується багатьма вченими, але, все ж, залишається актуальним.

Проблема сучасного підприємства знаходиться в тому, що воно працює під впливом декількох тенденцій розвитку економіки: традиційної, «нової» та змішаної.

Традиційна економіка розвивається в умовах прогнозування ринку, коли можливо статистичне прогнозування ринкових ситуацій та ймовірності їх наступних наслідків.

У «новій» економіці (інформаційна, електронна, віртуальна, цифрова), орієнтованій на радикальне зменшення витрат, перевага забезпечується не тільки довгостроковою стратегічною орієнтацією, але й творчою готовністю до гнучкої, мобільної і швидкої реакцій, а стратегія концентрації контролю змінюється стратегією концентрації на здатність реагування.

Інструменти управлінської діяльності мають засоби прилаштування до змін умов зовнішньої середовища, головна задача яких - виключити із середовища елементи невизначеності та створити ситуацію конкретності, стабільності та повторення.

Щоб прийняте рішення було вдало здійснено, необхідні планування, контроль, організація та інформаційне забезпечення. Їх називають інструментами управління.

Планування можна поділити на окремі фази: визначення цілей, аналіз проблем, пошук альтернатив, оцінка прийнятих рішень. Завдання планування полягає в тому, щоб розробити проекти, які на перспективу встановлюють певні параметри роботи, в результаті чого досягається мета. За допомогою цих проектів своєчасно виявляються шанси і ризики при досягненні цілей, а також

формулюються необхідні організаційні заходи. За плануванням слідують, як правило, реалізація або виконання планів і, логічно, контроль і аналіз відхилень. Контроль повинен встановити розбіжності між планом і фактом, а аналіз відхилень виявляє причини цих розбіжностей. Результати контролю і аналізу дають, в свою чергу, істотну інформацію для подальшого процесу планування.

Діяльність кожного суб'єкта господарювання здійснюється в умовах невизначеності та ризику і залежить від впливу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Зміни у зовнішньому середовищі носять непередбачуваний або недостатньо прогнозований характер. Така ситуація змушує підприємства приймати рішення, які могли б зменшити негативний вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності підприємства [2, с.178].

Підприємство, яке зробило ставку на інновації, має вдосконалювати систему матеріально-технічного забезпечення, виробничу базу, оптимізувати системи збуту і рух товарів. Одночасно з цим відбувається перебудова організаційних структур управління, здобувають досвід його робітники, фахівці і керівники, налагоджується система зв'язків, зростає потенціал інноваційного розвитку підприємства.

В умовах ринку інноваційна діяльність підприємств є необхідною, оскільки продукція підприємств, нездатних до нововведень, перестає користуватися попитом, що тягне за собою банкрутство. Для забезпечення стійкості в ринковому середовищі підприємства здійснюють інновації, обумовлені реакцією на перетворення конкурентів і зміни зовнішнього середовища.

Процес управління інноваціями сприяє формуванню інноваційної системи, що відповідає стратегічним цілям функціонування підприємства і спрямованої на збереження короткострокової і довгострокової стійкості підприємства.

Найбільш актуальним інструментом для вирішення проблеми підвищення стійкості підприємства є інновація, яка не тільки забезпечує стійкість по відношенню до ринку, але підвищує конкурентоспроможність.

Тому одним з інструментів формування конкурентоспроможності підприємства є його інноваційна активність, а ключовим методом забезпечення стійкості - формування затребуваності ринку і умов для створення, утримання і підвищення конкурентної переваги новостворених цінностей для конкретного споживача.

Найважливіші принципи організації управління виробництвом складаються з:

- цільової сумісності та зосередження. Полягає в створенні цілеспрямованої системи управління, орієнтованої на рішення загальної задачі - організації виробництва тієї продукції, в якій в даний час потребує споживач;
- безперервності і надійності. Чи означає створення таких умов виробництва, при яких досягається стабільність і безперервність заданого режиму виробничого процесу;

- планомірності і пропорційності. Націлює систему управління на рішення не тільки поточних, але і довгострокових завдань розвитку підприємства за допомогою довгострокового, поточного і оперативного планування;
- наукової обґрунтованості управління. Його дотримання можливо тільки на основі безперервного збору, переробки та аналізу різної інформації: науково-технічної, економічної, правової та ін .;
- ефективності управління. Передбачає раціональне і ефективне використання ресурсів виробництва, випуск конкурентоспроможної продукції;
- контролю і перевірки виконання прийнятих рішень. Передбачає розробку конкретних заходів щодо усунення недоліків, що заважають виконанню виробничих завдань.

Ефективне управління складним в організаційно-економічних відносинах підприємством вимагає впроваджувати процеси оптимізації управлінських рішень.

Підвищення керованості підприємства досягається в результаті:

- оперативного надходження повної і достовірної інформації про виробничі процеси виробництва;
- скорочення часу прийняття рішень;
- ефективного інформаційного зв'язку між системами управління виробничими процесами і господарсько - адміністративною діяльністю;
- надання відповідно до чітко обмеженими правами доступу інформації зацікавленим користувачам.

Оскільки в цей період економічної кризи підприємства знаходяться в стані постійної конкуренції, тому для отримання максимального прибутку вони повинні постійно відстежувати напрями вдосконалення системи управління підприємством. Таким чином, у рамках обраної концепції управління необхідно зосередити увагу на цілях розвитку і вдосконалення інтегрованої системи управління підприємством і його компонентів для забезпечення ефективного прийняття рішень, а також організаційних, кадрових і технічних рішень; вдосконалити інформаційну систему управління підприємством для швидкого ухвалення рішень; поліпшити організаційну структуру підприємства; використати світовий досвід, а також знаходити шляхи співпраці усередині країни із зарубіжними партнерами для забезпечення необхідного рівня якості розвитку системи управління на підприємстві.

#### Література

1. Бугров Д. Метрика ефективності / Д. Бугров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestnikmckinsey.ru>.
2. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління / В. С. Мазур // Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення. – Вінниця, 2016. – С. 178-183.



*Пономарьова К.С.  
студентка факультету менеджменту  
Запорізький національний університет  
Онищенко О.А.  
к. н. держ. упр., доцент  
Запорізький національний університет*

## **ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Всім відомо, що слово «time» у перекладі з англійської означає «час». Та не всі дійсно розуміють його цінність. Час є абсолютно обмеженим, вичерпним ресурсом. Основна проблема, з якою зіштовхується більшість керівників вітчизняних підприємств – це нестача часу. Особиста ефективність кожного працівника безпосередньо залежить від того, як побудовані процеси управління часом в структурному підрозділі та підприємстві [1, С.279].

Вирішенню теоретичних та практичних проблем, пов'язаних з раціональним використанням часу, присвятили свої наукові публікації такі вітчизняні та зарубіжні науковці та практики, як Н. Алюшина, Г. Архангельский, А. Гаврилюк, В. Кулікова, Х. Плещан, С. Прентіс, Б. Трейсі, Н. Черненко та інші.

Метою даного дослідження є виявлення взаємозалежності процесів ефективного тайм-менеджменту та психологічного й емоційного комфортного стану працівників організацій.

В якості методу наукового дослідження було використано опитування працівників на торгово-промисловому підприємстві м. Запоріжжя ТОВ «Квант-Плюс» щодо ефективності організації робочого часу та самоорганізації. В опитуванні приймало участь 22 працівники керуючої та керованої підсистем організації.

Під час аналізу даних першим критерієм для визначення рівня самоорганізації і організації робочого часу був вивчений «Самоконтроль», який визначав рівень виконання робочого плану і його взаємозв'язок з процесами комунікації, поведінки, професійної діяльності. Середній бал у працівників знаходиться на рівні 54,3% від максимально можливого з отриманих.

Критерій «Цілепокладення» як рівень усвідомлення необхідності досягнення спільної організаційної мети, виявив високі середні результати працівників зі значенням у 82,5%.

Наступний критерій в дослідженні «Прогнозування подій», виявив наявність достатньої кількості якісних навичок у працівників прогнозувати події, беручи до уваги аналіз отриманого раніше досвіду. Даний показник за висновками дослідження став найвищим з балів в 86% з можливих набраних.

Критерій «Планування», який відображає навички поетапної діяльності в процесі досягнення цілі, виявив якісний середній показник у підприємстві в 75,4 %, що наголошує про ефективну систему менеджменту середньої і вищої ланки на підприємстві.

Результати дослідження відображено на рис. 1:



Рис.1. Ефективності організації робочого часу та самоорганізації ТОВ «Квант-Плюс»

*Джерело: складено авторами*

Таким чином, підводячи підсумки дослідження, можна дійти висновку, що рівень тайм-менеджменту у працівників досліджуваного підприємства знаходиться в межах від 76% до 88%, що відповідає показнику вище середнього і дозволяє зробити наступні підсумки:

По-перше, рівень тайм-менеджменту у працівників одного і того самого підприємства може знаходитись на різних рівнях, при цьому суттєво можуть відрізнятися показники різних ланок управлінського ланцюга.

По-друге, на вміння організувати свій робочий час впливає величезна кількість, як внутрішніх так і зовнішніх факторів; до внутрішніх ми можемо віднести: здібності людини, його направленість, темперамент, індивідуальні показники, до зовнішніх – зовнішнє оточення, напрямок діяльності, функціональний апарат и розміри компанії.

По-третє, тайм-менеджмент несе в собі не тільки функціональну ефективність, а й емоційно комфортний стан.

Проблема ефективного використання робочого часу є потужним двигуном сучасного менеджменту, спроможним досягти підвищення продуктивності праці, що є основним критерієм позитивної оцінки роботи персоналу.

Як зазначає у своєму дослідженні Буняк Н.М. [1, С. 279-283.], успішний менеджер, який бажає підняти свою компанію на новий рівень, має досконало володіти основними принципами ефективного використання часу і правильно використовувати два рівні менеджменту.

Отже, тайм-менеджмент, як практичний напрям менеджменту грає важливу роль у мистецтві керувати і його актуальність не змінюється з часом. На сьогоднішній день ми можемо знайти велику кількість літератури, присвяченої мистецтву володіння часом. Дана тема у світі займає лідерські позиції та залишається трендовою. Мільйони людей сьогодні відвідують тренінги,

ознайомлюються з методиками відомих науковців та купують органайзери. Все це говорить про важливість детального вивчення цього напрямку і про його неперевершені результати. Тому вміння організувати свій робочий час грає велику роль у формуванні діяльності людини, адже без вміння орієнтуватися в часі, людина не зможе ефективно функціонувати на своєму робочому місці.

#### Література

1. Буняк Н.М. Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Випуск № 14. С.279-283. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/14\\_ukr/39.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/39.pdf) (дата звернення: 25.11.2019)

2. Іваницька С.Б., Галайда Т.О., Толочій Р.М. Впровадження європейських методик тайм-менеджменту в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 21. 2018. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/58.pdf> (дата звернення: 25.11.2019)

3. Мыздрікова А.Ю., Расторгуева О.В., Панявина Е.А. Тайм менеджмент как новое направление в современном управлении. *Современные наукоемкие технологии*. 2014. № 7-3. С. 49-51. URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=34509> (дата звернення: 23.11.2019).

*Пугачевська К. Й.*

*к.е.н., доцент*

*Мукачівський державний університет*

*Пугачевська К.С.*

*к.е.н., доцент*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **ТЕХНОЛОГІЇ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Кожна організація ставить перед собою цілі щодо прибутків і збитків, і роздрібна торгівля - одна з найбільш складних галузей з цієї точки зору. Завжди присутній потенціал для оптимізації операцій, зміни або збільшення частки на ринку. Скориставшись поточними можливостями для раціоналізації бізнес-процесів, компанії зможуть істотно вплинути на фінансовий результат. Стратегічні напрямки включають в себе підвищення інформаційної безпеки (зниження ризиків) і зміну процесів з метою оперативного реагування на нові виклики ринку.

Ключовими показниками ефективності, орієнтованої на клієнта або клієнтоорієнтованість в ритейлі є: залучення нових клієнтів; дохід у розрахунку на одного клієнта; відтік клієнтів і відмова від покупок; середній чек, конверсія, трафік; темпи зростання бізнесу; швидкість виходу на ринок.

Нові технології безперервно модифікують способи взаємодії клієнтів з ритейлерами. Сучасні клієнти приділяють особливу увагу цінності пропонованих продуктів і послуг, тому ритейлери повинні формувати персоналізовану, інтерактивну взаємодію, спонукаючи інтерес і підкреслюючи

повагу до перевагам кожного споживача, які б канали та форми взаємодії він не вибрав.

Поточні ключові цілі ритейлера включають підвищення попиту, залучення клієнтів, а також аналіз їх поведінки і переваг. Необхідно дотримуватися трьох основоположних стратегій для досягнення цих цілей: клієнтоорієнтованість, оптимальна інфраструктура і ефективне використання взаємин з бізнеспартнерами і постачальниками. Клієнтоорієнтованість дозволяє сформувати цілісне уявлення про клієнта, бренд і ринок [1].

Таким чином, ритейлери зможуть цілеспрямовано пропонувати продукти та послуги по різних каналах з урахуванням демографічних і географічних характеристик, а також персональних особливостей покупця, його стилю поведінки, доходів і витрат. Найбільш ефективним рішенням в даній ситуації є впровадження системи автоматизованого і консолідованого управління взаємовідносин з клієнтами (CRM) - аналітичного і транзакційного. Щоб стати клієнтоорієнтованим ритейлером, необхідно зосередитися на визначенні важливих характеристик клієнтів, програмах підвищення лояльності і маркетингових заходах. Досягнення в області аналітики дозволяють ритейлерам провести всебічний аналіз поведінки покупців як в Інтернеті, так і офлайн. Ці удосконалення значно прискорюють сегментацію і підвищують її точність.

Сучасні ритейлери збирають, групують і обробляють велику кількість інформації про історію покупок до рівня позиції в чеку, що дозволяє легко простежувати закономірності в поведінці покупців і краще управляти бізнес-показниками. Нові технології дозволяють ефективно збирати і робити загальнодоступною інформацію, яку раніше могли отримувати одиниці (наприклад, життєвий стиль, рівень витрат, стать і вік). Аналогічні принципи дозволяють зробити рекламу адресною, так само як і будь-який інший контент. Адресність збільшує ймовірність досягнення потрібних результатів - потрібна інформація буде доступна в потрібний час, в потрібному місці, через потрібний канал, витрати на її підготовку і поширення будуть нижчими. Інновації в області платформ мобільних додатків спрощують взаємодію з покупцем.

Ритейлери можуть надавати покупцям додатки для смартфонів з метою створення і використання віртуальних списків покупок; пошуку інформації про послуги магазину; використання геоінформаційних та навігаційних сервісів; пошуку і перегляду каталогів продукції; пошуку продукції в магазині; сканування штрих-кодів і отримання інформації про продукт, в тому числі про його наявність в найближчих магазинах і знижки, поточні акції, порівняння, відгуках та пропозиціях; отримання персоналізованих пропозицій в режимі реального часу з урахуванням контексту, а також для продовження взаємодії після покупки [2].

Зараз технології досягли такого рівня, який дозволяє використовувати доповнену реальність в процесі здійснення покупок - на смартфонах, інфокіосках, цифрових вітринах. Віртуальне зображення накладається на реальне зображення в режимі реального часу, надаючи користувачеві додаткову інформацію, прив'язану до реальних об'єктів. Це можна використовувати, наприклад, для навігації усередині магазину або для виведення додаткової

інформації про товар. Цифрові маркетингові кампанії також можуть проводитися з використанням графіки в системах доповненої реальності.

Коли клієнти вивчають асортимент і роблять покупки, ритейлери можуть використовувати різні можливості для взаємодії з ними і отримання важливої інформації. Одним з факторів, що обумовлює успіх продажів, є здатність своєчасно надавати потрібну споживачеві інформацію, на основі якої він зможе прийняти рішення про покупку. Рішення в цій сфері орієнтуються на три основні завдання: формування попиту, стимулювання, аналіз.

Платформа цифрового маркетингу - це набір технологій і сервісів, які працюють спільно і охоплюють різні додатки і канали. Платформа забезпечує довгострокову залученість споживачів, збільшує коефіцієнт конверсії і формує персоналізований контент. Пошук відповідного, актуального і значимого контенту, своєчасне його надання споживачам з урахуванням їх переваг, поведінки і намірів, обізнаність про їх соціальному оточенні і звичках допомагають маркетологу адаптувати свої повідомлення і успішно досягати аудиторії.

Ритейлери можуть поліпшити якість обслуговування клієнтів завдяки використанню можливостей, що виникають в результаті перенесення інфраструктури в «хмари», і підвищення швидкості та ефективності основних бізнес-процесів. Хмарні обчислення здатні змінити способи придбання і розгортання ІТ-рішень. Такий підхід дозволяє зменшити витрати, знизити складність інтеграції з існуючими додатками, а також підвищити швидкість виведення продуктів на ринок. Хмарні технології можна використовувати для управління лояльністю клієнтів, мерчандайзингу, електронної комерції.

Серед переваг таких рішень – зменшення вартості володіння, автоматичне масштабування при піковому трафіку, відстеження та стимулювання участі в діяльності соціальних мереж, вдосконалення інструментів доставки цифрового контенту. Останнім часом популярна унікальна ідентифікація клієнтів, яка дозволяє роздрібному підприємству встановити особу користувача завдяки єдиному входу, наприклад, на основі облікового запису якої-небудь соціальної мережі.

В умовах економічної нестабільності і високої конкуренції ритейлери стикаються з суперечливими бізнес задачами. З одного боку, їм необхідно виправдовувати очікування покупців і підтримувати їх лояльність, з іншого – економити на цьому, скорочуючи вартість. Ці процеси актуальні і важливі для виживання й успіху бізнесу.

#### Література

1. Cox M. Application-Controlled Demand Paging for Out-of-Core Visualization / M. Cox, D. Ellsworth. - 1997 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [https://www.evl.uic.edu/cavern/rg/20040525\\_renambot/Viz/parallel\\_volviz/paging\\_outofcore\\_viz97.pdf](https://www.evl.uic.edu/cavern/rg/20040525_renambot/Viz/parallel_volviz/paging_outofcore_viz97.pdf).

2. Фрэнкс Б. «Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики» / Билл Фрэнкс. - Москва: Альпина Паблицер, 2017. - 320 с.

*Пясецька І. В.*  
*студентка магістратури*

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*

*Арзянцева Д. А.*

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*

## **СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

З переходом української економіки до ринкових умов, з ростом динамічності зовнішнього середовища, підприємства реального сектора української економіки зіткнулися з необхідністю впровадження нових методів і інструментів стратегічного управління. Одним з таких інструментів у наш час є стратегічний контролінг, що інтегрує процеси обробки стратегічної інформації, аналізу, планування та контролю діяльності підприємства.

Стратегічний контролінг – це найважливіша складова контролінгу, управляюча зовнішнім середовищем, стратегічними чинниками успіху, альтернативними стратегіями, стратегічною метою. Здійснення даного виду контролінгу на підприємстві дозволяє ефективно використовувати наявні можливості та є своєрідною платформою для відкриття нових перспектив і забезпечення успішного функціонування підприємства в майбутньому.

Для формування ефективної системи управління з використанням стратегічного контролінгу необхідно чітко визначити його завдання, що повинні бути спрямовані на забезпечення довготривалого функціонування підприємства та відповідати встановленій попередньо стратегії.

З вирішенням поточних справ на підприємстві, то в умовах загострення конкурентної боротьби і нестабільності зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому функціонує підприємство і доводиться працювати ме неджером, управління пов'язується з успішністю діяльності фірми та забезпеченням його тривалого існування, а це в свою чергу нерозривно пов'язано з діяльністю служби контролінгу [1, с. 98].

Головне завдання стратегічного контролінгу полягає у представленні керівництву інформації щодо можливих пріоритетів, напрямів розвитку стратегії підприємства, що забезпечує підтримку прийняття стратегічних управлінських рішень. Для формування обґрунтованої стратегії підприємства необхідно створити інформаційну систему раннього попередження майбутніх тенденцій щодо розвитку підприємства та зовнішнього середовища. Зокрема, до завдань стратегічного контролінгу повинно входити надання організаційної та методичної допомоги щодо створення системи раннього виявлення тенденцій та факторів, розвиток яких може привести до позитивних чи негативних наслідків. На сьогодні існує багато підходів стосовно розуміння сутності стратегічного контролінгу, що потребує його уточнення [5, с. 187].

Інструменти стратегічного контролінгу досить різноманітні, проте більшість з них використовують для виявлення майбутніх можливостей та ризиків для підприємства. Взаємозв'язок інструментарію стратегічного

контролінгу є свого роду синтезом, суть якого полягає у взаємопроникненні та взаємозаміні деяких елементів інструментів стратегічного контролінгу.

До головних специфічних інструментів стратегічного контролінгу належать такі:

- бенчмаркінг;
- вартісний аналіз;
- факторний аналіз відхилень;
- аналіз точки беззбитковості;
- портфельний аналіз;
- опитування (анкетування);
- СОФ-Таналіз (аналіз сильних та слабких місць);
- АВС-аналіз;
- Нуль-базис бюджетування;
- Опитування (анкетування) [3, с. 67].

Для підприємств з диверсифікацією виробництва доцільно використовувати такий інструмент стратегічного контролінгу, як портфельний аналіз, що дає змогу покращити рівень стратегічного планування на підприємстві, адже він являє собою аналіз стратегій на довгострокову перспективу. На основі даного інструментарію підприємство поділяють на стратегічні бізнес-одиниці і проводять окремо аналіз кожної з них. На практиці як стратегічні бізнес-одиниці приймають продукти, продуктові групи, набори послуг, що надає підприємству ряд переваг порівняно з конкурентами. Зокрема, у ході проведення аналізу груп продукції проводиться їх оцінка щодо прибутковості та ризикованості виробництва.

Управління процесом формування стратегічного потенціалу підприємства в умовах нестабільності та непередбачуваності подій є надзвичайно важливим, адже дає змогу проаналізувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та передбачити наявність потенційних загроз і можливостей їх усунення [2, с. 178].

Отже, використання даних інструментів комплексно у ході здійснення стратегічного контролінгу дозволить підвищити ефективність управлінських рішень, тим самим забезпечити довгострокове функціонування підприємства, незважаючи на невизначеність та неоднозначність зовнішнього середовища.

На сучасному етапі розвитку економіки будь-яке підприємство функціонує в жорстких умовах конкурентного середовища. Ефективність роботи підприємства в таких умовах особливо в довгостроковій перспективі, яке припускає не просто виживання на ринку, а й забезпечення високих темпів розвитку і підвищення конкурентоспроможності, визначається рівнем стратегічного потенціалу і стратегічного управління на підприємстві, що забезпечується певною мірою ефективною організацією та впровадженням системи стратегічного контролінгу. Запровадження на підприємстві системи стратегічного контролінгу допоможе запобігти виникненню кризових економічних ситуацій, ідентифікувати причини різних проблем та ефективно їх усунути. Також доцільно на великих підприємствах впроваджувати такі інструменти стратегічного контролінгу, як: SWOT-аналіз, Balanced Scorecard,

аналіз стратегічних розривів та аналіз потенціалів — це дозволить вчасно ідентифікувати проблемні зони та використовувати наявний потенціал підприємства з мінімальними витратами ресурсів й максимально можливим позитивним ефектом в рамках обраної підприємством стратегії [4, с. 112].

#### Література

1. Гунченко М. В. Контролінг для менеджерів: навчальний посібник / М. В. Гунченко, О. М. Маркіна., 2013. – 126 с.
2. Маслак О. І. Основні етапи оцінювання стратегічного потенціалу підприємства / О. І. Маслак, Л. А. Квятковська., 2012. – 213 с.
3. Новікова І. Шляхи застосування системи фінансового контролінгу у діяльності вітчизняних підприємств / І. Новікова., 2003. – 256 с.
4. Стефанюк І. Б. Поняття, сутність і причини виникнення контролінгу / І. Б. Стефанюк. – 2005. – №2. – С. 160
5. Семенов Г. А. Удосконалення управління промисловими підприємствами на засадах контролінгу / Г. А. Семенов, О. В. Козуб. – 2011. – С. 235.

*Радченко О.С*  
*здобувач вищої освіти*  
*Державний університет інфраструктури та технологій*  
*Пахота Н.В.*  
*ст..викладач*  
*Державний університет інфраструктури та технологій*

## СУЧАСНИЙ РИНОК ОНЛАЙН-СЕРВІСІВ ТАКСІ ТА ЇХ ДОСВІД

З тих пір, як в різних містах світу з'явилися таксі, в тій чи іншій мірі виникло питання покращення забезпечення безпеки водіїв та пасажирів, які вирішили скористатися даною послугою. Проблема не втратила актуальності і в наші дні. Сьогодні український ринок таксі знаходиться в перехідному становищі - таксі стало простіше викликати, з'явилися онлайн-сервіси таксі і їх стає все набагато більше, час очікування скоротився, але якість водіїв залишає бажати кращого.

Самі споживачі часто звертаються зі скаргами на таксистів - вони засинають, не вміють спілкуватися з пасажирями, бувають навіть випадки нападу на пасажирів.

В даний момент вимоги до таксі в галузі для отримання ліцензії достатньо прості.

Професіоналізм водіїв таксі недостатньо обговорюється в професійному співтоваристві, в умовах того, що регулювання галузі зараз практично відсутня. Адже саме від навичок і знань водія залежить його вміння запобігати і уникати небезпечних ситуацій на дорозі.

Аналізуючи онлайн-сервіси таксі різних держав:



- країн Європи – національна мережа Taxify – особливістю даної компанії є те, що можна відправити дані про вашу поїздку і місцезнаходження будь-якій людини зі списку контактів.

- США – Uber та національна мережа Lyft Plus. Дослідження ринку американських таксі показало, що чекати машину від Lyft в середньому припадає на шість секунд менше, ніж від Uber. А водії повинні надати повну свою біографію та підтвердити відсутність правопорушень.

- Китай – національна мережа Didi Dache – девіз «Більше ніж поїздка», а додаток на Android и iOS на різних мовах.

- Австрія – Uber та національна мережа Gocatch - сервіс відрізняється тим, що при безготівковій оплаті надбавка за поїздку становить всього 5%, в той час як у інших сервісів - 10%. У додатку є кілька цінкових категорій, в тому числі для бізнес-мандрівників.

- Індія – національна мережа Ola Cabs. Компанія відома демократичними цінами і перевіреними водіями. Сервіс пропонує не тільки звичайне таксі, а також оренду машини і таксі для виїзду за місто. В автомобілях можна слухати музику, дивитися відео на спеціальному планшеті, користуватися Wi-Fi, а найголовніше - салон обладнаний тривожною кнопкою [1,3].

Щодо України, то найпопулярнішим вітчизняним онлайн-сервісом таксі є UKLON [2].

Доцільно буде підвести підсумок, що зі збільшенням навичок та стажу водія змінюється його ставлення до можливих ризиків. На початку водійської кар'єри навички водія та самовпевненість ростуть приблизно з однаковою швидкістю.

Однак після 3-х років роботи водій, який не відвідує додаткові курси і майстер-класи, перестає отримувати нові навички водіння, а його самовпевненість продовжує зростати з ще більшою швидкістю. В результаті настає такий момент, коли самовпевненість водія сильно перевищує його реальні навички водіння. Саме цей період і пов'язаний з серйозними ДТП, що відбуваються з комерційним транспортом, зокрема і з таксі.

Європейська практика щодо підготовки кадрів істотно відрізняється від української: водії в Європі зобов'язані кожні 5 років проходити перепідготовку і підтверджувати свою кваліфікацію, здавати медичні тести та іспити на профпридатність. Без проходження відповідних тестів фахівець не отримає допуск до певних видів робіт. У більшості європейських країн є або окрема категорія для професійних водіїв, або окреме навчання.

Постанова кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту» потребує терміново удосконалення для забезпечення безпеки водіїв та пасажирів, а також надання якісних послуг [4].

Наприклад, у Німеччині, щоб отримати ліцензію водія таксі кандидат повинен мати відсутність правопорушень за останні 3-5 років, фізичне і психологічне здоров'я, постійне проживання в країні (резидент), постійні тестування знань щодо знань географії міста.

На даний час компанія Уклон перед прийняттям на роботу проводить ознайомлювальну бесіду, інструктаж та співробітник компанії оговорює всі правила користування сервісом з майбутнім партнером, також водій підписує договір, де прописані всі правила користування сервісом з якими він погоджується, тому як водій є головною ланкою в наданні послуг.

Звісно, контролювати кожного водія під час поїздки неможливо, але компанія Уклон має гарячу лінію, яка приймає дзвінки, як від партнерів так і від клієнтів та надає зворотній зв'язок.

Для того, щоб підвищити якість сервісу, компанія Уклон має гарячу лінію, яка надає зворотній зв'язок клієнтам та партнерам, що дає змогу прислухатися до користувачів сервісу, та покращувати його кожного дня.

Проаналізувавши сучасний стан онлайн-сервісів таксі країн Європи, можна стверджувати, що в Україні не вистачає жорстких правил щодо входження в галузь надання послуг перевезень. Важливо, щоб на кожному етапі надання послуг перевезень працювали професіонали - в диспетчерській службі, в таксопарку (перевізники), в якості водія.

#### Література

1. Інтернет ресурс Uber. URL: <https://www.uber.com/ua/uk/> (дата звернення: 23.11.2019).

2. Інтернет ресурс UKLON. URL: <https://www.uklon.com.ua/> (дата звернення: 23.11.2019).

3. Інтернет ресурс Про туризм. URL: <https://proturizm.club/stati-i-intervyu/ne-uberom-edinym-kak-polzovatsya-taksi-za-granitsey/> (дата звернення: 23.11.2019).

4. Постанова кабінету Міністрів України «Про затвердження Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-97-%D0%BF> (дата звернення: 23.11.2019).

*Ржеуцкая О.В.*

*ст. преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ НЕТОВАРНОЙ ЧАСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

Проблема поиска наиболее оптимальных способов формирования реальной стоимости сельскохозяйственной продукции в последнее время начинает приобретать особую актуальность. Как известно, различные виды производимой сельскохозяйственными организациями продукции имеют различные уровни товарности, и практически не вызывает сложности определение стоимости высокотоварных видов продукции. Однако при оценке низкотоварных или нетоварных видов продукции может возникнуть немало затруднений, так как применяемый многими организациями затратный способ

не гарантирует отражение объективной, действительной стоимости нетоварных видов сельскохозяйственной продукции.

В условиях перехода к рыночным отношениям наиболее существенным показателем работы любого субъекта хозяйствования в системе АПК становится прибыльность. Доходная деятельность в системе АПК предполагает сбыт максимального объема сельскохозяйственной продукции по выгодным ценам. Идеальным вариантом можно считать такой подход, при котором весь (валовой) объем произведенной продукции нацелен на реализацию, т.е. проходит товарно-денежную стадию, а уровень товарности продукции составляет практически 100%. В свою очередь, готовая продукция, предназначенная для рыночного обмена, представляет собой определенную часть оборотных средств, которые, пройдя рыночную стадию и получив реальную стоимостную оценку, становятся оборотным капиталом.

В отличие от вспомогательной, перерабатывающей и торгово-сбытовой сфер АПК, сельскохозяйственная сфера, по существу являющаяся ключевой и определяющей всю работу агропромышленного комплекса, принимает на себя функцию воспроизводства и формирования собственных оборотных средств (семян, кормов, органических удобрений, выращивания молодняка и т.д.).

В настоящее время применяются различные методики стоимостной оценки нетоварной продукции. В некоторых случаях стоимость собственных семян, например, определяют по производственной себестоимости, в других – по полной их себестоимости, в третьих – по государственным закупочным ценам и т.д. Корма собственного производства сельскохозяйственные организации оценивают обычно по производственной себестоимости, колебания которой в пределах даже одного административного района могут составлять 5-6 и более раз, хотя различия в качестве сопоставимых видов кормов не столь существенны. Следовательно, если принять за основу функционирующие методики стоимостной оценки нетоварной сельскохозяйственной продукции, то результаты капитализации этой продукции окажутся формальными и необъективными.

Между тем условия перехода к рыночным отношениям существенно обостряют проблему капитализации имущества любого хозяйствующего субъекта. Основная цель капитализации заключается в установлении реальной стоимости, которая соответствовала бы рыночному уровню, позволяя приблизить ее к оценочным стандартам.

Традиционный затратный метод, в основу которого положены фактические расходы на производство продукции, широко распространен в АПК при оценке продукции, предназначенной для внутривозвращенного потребления. Главный недостаток затратного метода заключается в том, что в процессе производства он порождает бесконтрольное расходование производственных ресурсов и ведет к повышению себестоимости продукции, работ, услуг и росту убытков. Поэтому в условиях переходного периода принцип производства любой ценой постепенно вытесняется рыночным принципом, в основе которого лежит получение устойчивой прибыли. Между тем при

формировании наличных объемов собственных оборотных средств затратный метод продолжает играть основную роль.

Наряду с затратным методом обращает на себя внимание перспективный в рыночных условиях доходный метод, при котором капитализация продукции базируется на принципе не только покрытия затрат на их производство, но и с учетом ожидаемого дохода (прибыли). В отличие от затратного, этот метод значительно сложнее в применении, но вместе с тем нацеливает производителя материальных ценностей на экономное расходование всех средств, снижение себестоимости продукции, увеличение прибыли. В условиях переходного периода процесс освоения доходного метода затруднен вследствие того, что довольно сложно методически определить оптимальный размер прибыли для конкретной сельскохозяйственной организации.

Особая роль при переходе к доходному способу капитализации продукции отводится формированию ценовых показателей. Один из вариантов формирования цен на производимую продукцию, выполняемые работы и предоставляемые услуги в сельскохозяйственных организациях АПК должен иметь двухуровневый характер.

На первом уровне, представляющем собой непосредственное выполнение бизнес-задания в подразделениях организации, рассчитывается производственная цена. Она формируется в пределах реальной стоимости нормируемых средств (прямых затрат труда, энергии, материалов, сырья и др.) с учетом гарантированного чистого дохода. На втором уровне формируется коммерческая цена. В ней учитывается не только первичная цена, но и нормированные расходы по содержанию административно-управленческого и обслуживающего персонала, оплата налогов, кредитов, коммерческие и другие издержки.

Капитализация нетоварной продукции, как наиболее объективная оценка материальных благ в сельскохозяйственной сфере АПК, позволяет рассчитать и оценить комплекс реальных показателей экономической эффективности использования производственного потенциала. Капитализация нетоварной сельскохозяйственной продукции усложняется тем, что обычно не формируются рыночные цены на те виды продукции, которые предназначены для внутривладельческого потребления. Методика стоимостной оценки этой продукции чаще всего носит формальный характер и не отличается объективностью. Так, по одной из методик стоимость кормов рассчитывается исходя из производственной себестоимости единицы продукции. Но известно, что себестоимость 1 тонны, например, сенажа в сельскохозяйственных организациях одного и того же административного района может колебаться в широких пределах. Аналогичная ситуация складывается и по многим другим видам нетоварной продукции. Капитализация нетоварной сельскохозяйственной продукции должна базироваться, прежде всего, на использовании научно-обоснованных цен, максимально приближенных к рыночным.

Для разработки методики формирования реальных цен на продукцию внутривладельческого потребления целесообразно все виды сельскохозяйственной продукции подразделить на группы по уровню

товарности. При формировании рыночных цен для каждой группы сельскохозяйственной продукции, дифференцированной в зависимости от уровня товарности, целесообразно применять различные методические подходы. Так, нет проблемы с установлением рыночных цен на продукцию первой группы. С этой целью не будет существенной ошибкой, если сравнительно небольшие объемы нереализованных остатков высокотоварных видов продукции, использованных на семена и натуральную оплату труда, оценивать по сложившимся средневзвешенным рыночным ценам [1, с.69-75].

В то же время при капитализации продукции второй группы с невысоким уровнем товарности необходимо прежде всего выявить целевое назначение нетоварной части каждого вида продукции. Например, нетоварное зерно, которое составляет более 65% валового производства, необходимо разделить на семенные и кормовые цели. В аналогичной ситуации оказывается производство собственного картофеля и льносемян. На данный момент нерешенной проблемой остается капитализация нетоварной части продукции выращивания, т.е. рыночная оценка собственного приплода и прироста ремонтного поголовья крупного рогатого скота, свиней, птицы и других видов сельскохозяйственных животных. Капитализация собственного приплода и ремонтного молодняка сельскохозяйственных животных и птицы может быть проведена по принципу аналогий. Капитализация племенного поголовья с высокопродуктивными качествами требует особого методического подхода. Высокопродуктивное племенное поголовье сельскохозяйственных животных пользуется повышенным спросом не только на внутреннем, но и на внешнем рынках.

#### Литература

1. Реализовать потенциал роста: стратегия развития АПК Беларуси в условиях обострения конкуренции на мировом продовольственном рынке / А. Шпак [и др.] // Белорусская думка. 2015. № 12. С. 69–75.
2. Семенов, А. Производительность труда и перспективы экономического роста / А. Семенов // Белорусское сельское хозяйство. – 2013. - №2. – С. 24.

*Рилеев С.В.*

*к.е.н., доцент*

*Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ АКВАКУЛЬТУРИ**

Сучасні вітчизняні реалії, які характеризуються обмеженістю ресурсів та посиленням конкуренції, вимагають від сільськогосподарських підприємств в цілому та аквакультури, зокрема, запровадження ефективних форм господарювання, управління виробництвом та збутом продукції, активізації ініціативи та підприємництва в системі забезпечення продовольчої безпеки країни. Важливу роль у реалізації окреслених завдань відіграє побудова та функціонування облікової системи в якості інформаційного забезпечення прийняття обґрунтованих управлінських рішень (рис. 1-2).

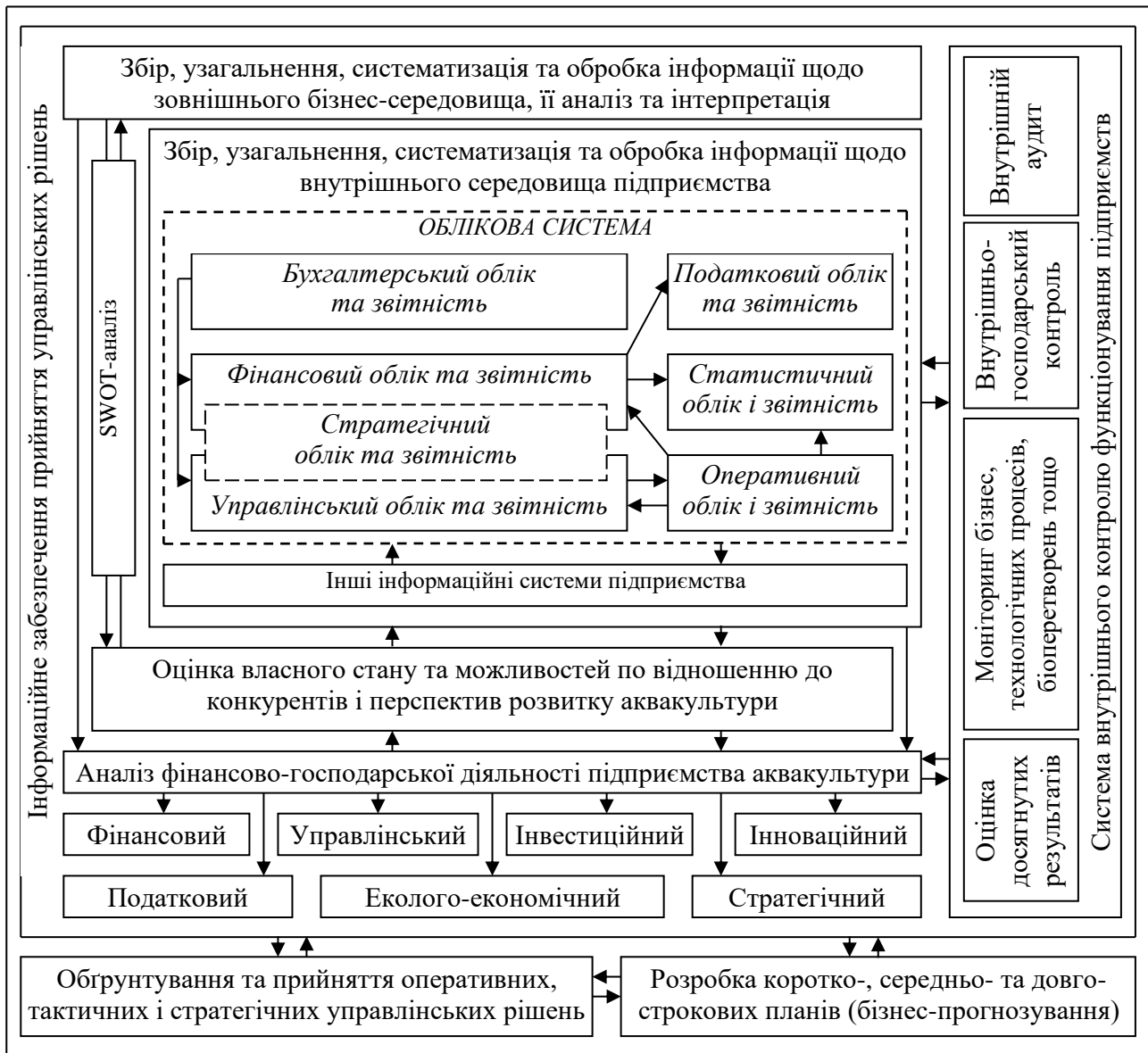


Рис. 1. Інтегрована облікова система підприємств аквакультури

На облікову систему підприємств аквакультури безпосередньо впливають як загальногалузеві (сільське господарство) так і специфічні фактори (аквакультура), зокрема:

- загальногалузеві особливості аквакультури; технологія вирощування рибопосадкового матеріалу, товарної риби; типи та системи рибних господарств; форми ведення аквакультури; методи вирощування риб; спеціалізовані водні об'єкти, що призначені для цілей аквакультури тощо;
- віднесення сільгоспвиробників до четвертої групи платників єдиного податку, сплата рентної плати за спеціальне використання води, а також земельного податку та/або орендної плати, яка включає і плату за оренду водних об'єктів державної або комунальної власності. Дана інформація використовується в процесі податкового аналізу та податкового планування;

## Особливості облікової системи підприємств аквакультури

<i>Статистичний облік та звітність</i>				
Форма № 1А-риба (річна) «Виробництво продукції аквакультури за 20 р.»		Форма № 1-риба (квартальна, річна) «Звіт про добування водних біоресурсів»		
<i>Податковий облік та звітність</i>				
Декларація з плати за землю (земельний податок та/або орендна плата за земельні ділянки державної або комунальної власності)		Податкова декларація з рентної плати (Додаток 5 Розрахунок № _ з рентної плати за спеціальне використання води)		Податкова декларація платника єдиного податку четвертої групи
<i>Бухгалтерський (фінансовий) облік та звітність</i>				
Рахунки				
212 «Поточні біологічні активи тваринництва, які оцінені за справедливою вартістю»				
213 «Поточні біологічні активи тваринництва, які оцінені за первісною вартістю»				
231 «Вирощування рибопосадкового матеріалу»		232 «Вирощування товарної риби»		
233 «Інкубаційно-селекційна робота»		234 «Плідники»		
235 «Ремонтне стадо»		236 «Переробка рибної продукції»		
<i>Оперативний (первино-підсумковий, оперативно-технічний) облік та звітність</i>				
Форма № А-01 «Акт № __ про переведення поголів'я з групи в групу»	Форма № А-02 «Відомість про наявність ремонтного поголів'я (за видами риб)»	Форма № А-03 «Відомість про наявність маточного поголів'я (за видами риб)»	Форма № А-04 «Журнал отримання статевих продуктів від маточного поголів'я»	
Форма № А-05 «Журнал спостережень за інкубацією ікри»	Форма № А-06 «Акт № _ про результати інкубації ікри»	Форма № А-07 «Відомість про результати чересу»	Форма № А-08 «Акт № _ про результати підрощування личинки»	Форма № А-09 «Акт № _ про розведення живих кормів»
Форма № А-10 «Акт № _ про»	Форма № А-11 «Зведена відомість про»	Форма № А-12 «Відомість про результати контрольного»	Форма № А-13 «Акт № _ про облов»	Форма № А-14 «Зведена відомість облову»
Форма № А-15 «Акт № _ умовного визначення кількості риби в необловлених водних об'єктах»		Форма № А-16 «Акт № __ на вибуття поточних біологічних активів рибництва (загибель риби)»		Форма № А-17 «Графік спуску та облову ставів, садків, басейнів, лотків, інших об'єктів»
Форма № А-18 «Акт № _ про внесення добрив»	Форма № А-19 «Акт № _ про підготовку нерестових ставів»	Форма № А-20 «Лімітно-забірна картка на корми для риб»	Форма № А-21 «Відомість про годівлю риби і витрати кормів»	
Форма № А-22 «Акт № _ визначення справедливої вартості продукції аквакультури (ікра, личинки, мальки, цьоголітки, однорічки, ремонтний молодняк, плідники, товарна риба)»				
<i>Управлінський облік та звітність</i>				
<i>Стратегічний (фінансовий та управлінський) облік та звітність</i>				

Рис. 2. Окремі особливості організації та функціонування облікової системи підприємств аквакультури [1, с. 5-6; 2]

- складання та подання до Державної служби статистики України та Державному агентству рибного господарства України специфічних форм

звітності, зокрема форми № 1А-риба (річна) «Виробництво продукції аквакультури за 20\_\_р.», яка може бути використана для аналізу балансу площ виробничих потужностей водних об'єктів, наявності ремонтно-маточного поголів'я, вирощування рибопосадкового матеріалу, вирощування та вилову товарної продукції, витрат кормів та внесення добрив, економічних показників виробництва продукції аквакультури тощо;

- використання спеціальних форм первинної документації, які затверджені відповідним наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України. Зазначимо, що багато рибогосподарських підприємств і сьогодні використовують форми, які були розроблені та затверджені відповідними профільними міністерствами СРСР в період з 1972 по 1990 рр.

Отже покращення облікового забезпечення прийняття обґрунтованих управлінських рішень може бути досягнуто за рахунок:

- удосконалення організації та ведення регламентованих видів обліку;
- запровадження управлінського, а також стратегічного обліку;
- використання програмного забезпечення обліково-аналітичних робіт, яке враховує специфіку функціонування підприємств аквакультури;
- підвищення кваліфікації та практичних навичок облікового персоналу.

#### Література

1. Вдовенко Н. М., Карпенко К. Ю., Шарило Ю. Є. Інструкція з обліку риби на підприємствах аквакультури. Київ : Кондор-Видавництво, 2017. 24 с.
2. Про затвердження спеціальних форм первинної документації для суб'єктів рибного господарства в галузі аквакультури / М-во аграр. політики та продовольства України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1126-12> (дата звернення: 15.01.2020).

*Родцевич Н.Г.*

*к.э.н., доцент*

*Барановичский государственный университет  
г.Барановичи, Республика Беларусь*

## **НЕОБХОДИМОСТЬ УСКОРЕННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ НА СЕЛЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Высший смысл происходящей перестройки агропромышленного комплекса республики состоит в конечном счете в повышении благосостоянии народа, улучшении всех сторон жизни людей, создании надлежащих условий для гармоничного развития личности. Это аксиома не требует каких-либо доказательств. Но нельзя забывать при этом, что переход к рыночной экономике не принесет нам желаемых результатов сам по себе, без научно-обоснованной увязки социальной, производственной, рыночной и управленческой инфраструктуры.

Вновь возобладало прежняя практика преимущественного развития материального производства и городов. А ведь благоустроенное жилье имеет



лишь 10 % сельского населения республики [1,с. 101]. Четыре из пяти деревень не имеют объектов здравоохранения и бытового обслуживания. В каждом четвертом населенном пункте нет стационарной торговой точки. Депопуляция сельского населения, т.е. когда смертность превышает рождаемость, происходит в 99 из 118 районов республики. И, как следствие этого, - неоправданно высокие темпы миграции жителей сельских поселений в город [4].

Движение населения промышленные центры имеет черты многоступенчатых центростремительных перемещений. Средний радиус непосредственного переселения сельских жителей в городах составляет 60-80 км. В этой зоне воздействие городского центра столь велико, что миграция мало связана с какими-либо другими факторами. В районах, удаленных от крупных промышленных центров на 220-250 км, воздействие последних сказывается в меньшей степени. Поэтому за средними показателями демографической ситуации скрываются значительные территориальные различия. Из-за низкого социально-экономического и культурного развития значительная часть сельской территории республики теряет своих жителей, а часть северных и восточных сельских районов обезлюдела настолько, что без специальных мер их сельскохозяйственная производственная деятельность на современном уровне уже почти невозможна [2, с.58].

Из-за чего же в основном молодые люди оставляют село? Как показали результаты анкетирования 148 молодых рабочих Минского научно-производственного объединения «Интеграл», выходцев из сельской местности, круг миграционных мотивов достаточно широк. И связаны они не только с уровнем экономического развития хозяйства, но и с его местом положения, удаленностью от города, размером села, развитостью дорожной сети и т.д. В обобщенном виде на интенсивность миграции влияют такие факторы, как условие труда и отдыха, благоустроенность жилья, уровень заработной платы, распорядок и продолжительность рабочего дня, степень механизации трудоемких процессов, возможность поручить хорошую специальность и др. Приведем распределение некоторых ответов на анкету (в процентах):

<b>Почему Вы уехали из деревни?</b>	Мужчины	Женщины
Считал, что в деревне жить культурнее, досуг интереснее, чем в селе	48,6	62,2
Полагал, что в городе люди могут быть с большими материальным достатком, чем в деревне	6,8	2,7
Последовал примеру своих сверстников	20,3	5,4
Мне не понравилась не одна из сельских профессий	24,3	29,7
<b>Что может Вас побудить к переезду из города обратно в деревню?</b>		
Только отсутствие перспектив на получение жилья в городе	66,2	43,2

Благоустроенное жилье в сельской местности (коттедж)	5,4	4,1
Не перееду ни при каких обстоятельствах	28,4	52,7

Как видно из ответов, большинство юношей и девушек уехали в город, так как их не устраивали культурные и бытовые условия жизни в деревне, а также вследствие того, что им не нравились сельские профессии. Характерно, что значительная часть молодежи, особенно девушек (52,7%), не намерена возвращаться в село ни при каких обстоятельствах. В то же время часть молодых мигрантов, при чем в большей степени мужчины, допускают возможность возвращения в деревню, но при определенных условиях: если в городе у них не будет никакой перспективы получить жилье и если в селе им будет предоставлен коттедж со всеми удобствами. Переезд в деревню с двумя этими условиями связали 72% опрошенных мужчин и 47% женщин [3, с.94].

Мировая практика показала, что без развитой производственной и социальной инфраструктуры невозможно организовать успешную деятельность предприятий, нельзя добиться высокой производительности труда. Можно сказать так: отдача труда находится в прямой пропорциональной зависимости от удовлетворения материальных и духовных запросов работников. Вот почему нужно, прежде всего, создать для работника сельского хозяйства необходимое условие для удовлетворения его материальных и духовных запросов.

#### Литература

1. Асеев В.Г. Нормативное управление социальным развитием.-М.: Профиздат, 2008.- 127 с.
2. Виноградский В.Г. Социально-экономические проблемы регионов. Минск : Наука, 2015.
3. Коваленко В. А., Тарасевич В. Ф., Лешкевич В. В. Каким быть селу? : монография / В.А. Коваленко, В.Ф. Тарасевич, В.В. Лешкевич. - Минск : Ураджай, 2012. - 208 с.
4. Концепция перспективного развития сельской инфраструктуры Республики Беларусь. – М.,2015.

*Романець І. В.  
аспірант*

*Запорізький національний університет*

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ОСНОВНІ ЗАСАДИ ТА ПРИНЦИПИ СТИМУЛЮВАННЯ ДО ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩА**

Управління персоналом є однією із найважливіших сфер забезпечення життєдіяльності бізнес-структур, адже воно є рушійною силою у збільшенні його ефективності. Швидкий розвиток суспільства, зміни в розвитку продуктивних сил в реаліях турбулентності міжнародного середовища, де найбільш головним

є знання, кваліфікація вимагають від топ-менеджменту посиленої уваги до людини і її творчих здібностей.

Рівень розвитку персоналу є ключовим фактором у ефективності функціонування кожної компанії та бізнес-структури. Звідси, в умовах турбулентності зовнішнього середовища, швидкого зношення теоретичних знань, умінь та навичок спроможність організації підвищувати рівень професійності своїх працівників є одним із найвагоміших показників забезпечення конкурентоспроможності на її ринку.

Загалом управління персоналом підприємства в Україні регламентується наступним переліком документів:

- нормативними та законодавчими актами (Конституцією України (1996-2016);
- Кодексом законів про працю України (1971-2018);
- підзаконними актами Міністерства праці та соціальної політики України);
- актами нормативного регулювання на рівні підприємства («нормативно-довідкові документи; документи організаційного, організаційно-розпорядчого та організаційно-методичного характеру; документи технічного, техніко-економічного та економічного характеру») (2014).

Основні положення принципів та стандартів управління персоналом (табл. 1) мають ґрунтуватися на світовому досвіді щодо регулювання питань HR-менеджменту, а також базуватися на системному підході. Разом з першими кроками, що зроблені в українських реаліях потрібно постійно вдосконалювати та впроваджувати сучасні методи стимулювання та мотивування персоналу до праці.

Стимулювання – це процес впливу на людину за допомогою потреби значимого для неї зовнішнього предмета (об’єкта, умов, ситуації тощо), що спонукує людину до певних дій (перебування в комфортних умовах і ін.) [1]. У практиці управління однією з найбільш поширених його форм є матеріальне стимулювання, що має виключно велику роль для заохочення працівників.

Ефективність функціонування та соціальний розвиток суб’єктів господарювання (трудових колективів) забезпечується передусім формуванням належних індивідуальних і колективних матеріальних стимулів, провідною формою реалізації як: їх є оплата праці різних категорій персоналу.

Таблиця 1

Стандартів ISO/TC 260 з управління людськими ресурсами

термінологія управління людськими ресурсами (ISO/DIS 30400: Human resource management. Terminology);система управління знаннями (ISO/AWI 30401: Human resource management. Knowledge management system);
керівництво з добору персоналу (ISO/DIS 30405: Human resource management. Guidelines on recruitment);
управління стійким працевлаштуванням персоналу (ISO/DTR 30406: Management by sustainable employability of staff);
витрати на добір персоналу (ISO/DTS 30407: Human resource management. Cost-per-Hire);

керівництво з управління людьми (ISO/DIS 30408: Human resource management. Guidelines on human governance);
планування робочої сили(ISO/DIS 30409: Human resource management. Workforce planning);
вплив показників наймання (ISO/NP 30410: Human Resource Management. Impact of Hire Metric);
якість наймання (ISO/NP 30411: Human Resource Management. Quality of Hire);
показники утримання (ISO/NP 30412: Human Resource Management. Retention Metric);
показники плинності (ISO/NP 30413: Human resource management. Turnover metric);
керівництво зі звітності щодо людського капіталу для внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін (ISO/NP 30414: Guidelines. Human Capital Reporting for Internal and External Stakeholders).

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» сутність заробітної плати визначається як «винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу» [1].

Отже, стимулювання надає можливість керівнику впливати на кінцевий результат, на його якісне та кількісне вимірювання. Але таке твердження більш характерне для великих підприємств. Для сучасного малого та середнього бізнесу не є достатнім тільки зовнішній фактор вплив зі сторони керівництва.

Нематеріальна система стимулювання нерозривно пов'язана з організаційними, технічними, психологічними, фізіологічними, соціально-економічними, суспільними системами, такими, як організаційно-функціональна система управління, система управління працею, система участі працівників у управлінні тощо (табл. 2). Без цих систем не може функціонувати виробництво. Але одночасно всі ці системи, як правило, містять у собі певні стимули. От чому при розробці й застосуванні різних систем управління необхідний ретельний їхній аналіз на наявність у них стимулів, оцінка цих стимулів з погляду можливого впливу на поведінку працівників, особливо для малого бізнесу. Дослідження впливу стимулювання персоналу підприємства на продуктивність праці враховувати, що нематеріальні стимули здатні істотно підсилювати дію матеріальних стимулів. При досягненні певного рівня задоволення матеріальних і культурних потреб працівників дієвість стимулів усе більше переміщується із зони матеріальних стимулів до зони нематеріальних.

Домогтися результативності системи стимулювання поведінки працівників не просто - необхідна відповідна розробка кожної системи. У зв'язку з цим важливо, щоб вплив кожної системи був спрямований на певну поведінку, а не взагалі на роботу. Робота складається з багатьох складових і стимулювання більшою мірою має спрямовуватися на ці складові, хоча домогтися цього не завжди можна, а іноді – й не треба. Звичайно, оцінити ефективність системи досить складно, але використовуючи різні як прямі, так і непрямі показники, а також різні системи оцінки, усе-таки можна [3].

Таблиця 2

Особливості формування моделі мотивації праці в зарубіжних країнах

Модель мотивації праці	Характеристики мотивації	Особливості мотивації
------------------------	--------------------------	-----------------------

Японська модель	Характеризується випередженням росту продуктивності праці щодо росту рівня життя населення, в тому числі рівня заробітної плати	Довічний найм
Американська модель	побудована на всілякому заохоченні підприємницької активності та збагачення найбільш активної частини населення.	Участь у прибутку
Німецька модель	центрі перебуває людина з її інтересами як вільна особистість, що усвідомлює свою відповідальність перед суспільством.	Стимулювання праці
Французька модель	характеризується більшим розмаїттям економічних інструментів, включаючи стратегічне планування, стимулювання конкуренції, гнучкою системою оподаткування	Індивідуалізація оплати праці
Шведська модель	відзначається сильною соціальною політикою, спрямованою на скорочення майнової нерівності через перерозподіл національного доходу на користь менш забезпечених верств населення.	Диференціація систем податків та пільг

Отже, в сучасних реаліях бізнесу управління персоналом повинно базуватися за різних потреб та інтересах «людей компанії», необхідність визначення особливостей надасть змогу топ-менеджменту мати лив та зацікавити в максимальній віддачі кадрів.

#### Література

1. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 р. // Відомості Верховної Ради України. 1995. № 14. С. 121.

2. Коваленко О. В., Гоголенко А. В. Дослідження впливу стимулювання персоналу підприємства на продуктивність праці. 2014. URL: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_048.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_048.pdf) (дата звернення: 20.12.2019).

3. Зленко А. М. Сутність мотивації праці та її роль в забезпеченні ефективного управління трудовими ресурсами. *Економічний вісник університету*. 2010. № 2. С. 204.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ**

Всього за одне століття, чисельність населення зросла з 1 мільярду до 7, й тільки 15% поверхні землі використовувалось для сільського господарства. Сьогодні, у цілому на планеті використовується більше, ніж 40% землі. Й тільки частина землі, яка є в наявності в наш час — підходить для вирощування сільськогосподарських культур. Світ повинен виробляти більше їжі, ніж будь-коли раніше, зберігаючи обмежені ресурси, які ми маємо в наявності. Отже, було досить доречно звернути увагу на деякі історичні аспекти сільського господарства [1].

Сільське господарство України є однією з найважливіших галузей її економіки в силу ряду кліматичних і демографічних причин.

Розвиток сільського господарства, а також агропромислового комплексу в цілому є стратегічно важливим і одним із пріоритетів для нашої країни, з огляду на затяжну глобальну економічну кризу та нестабільну політичну ситуацію.

Станом на 2018 рік, чисельність робітників сільського господарства дорівнює 516 тис. чоловік. Агропромисловий комплекс забезпечує 14% ВВП і є провідною експортною галуззю країни [2].

Й попри складну економічну ситуацію й реформування водночас, просуваються й процеси вдосконалення форм управління, створюються великі агропромислові комплекси й галузеві асоціації та кооперації малого агробізнесу. Сільськогосподарські угіддя виробляють понад 60% сільськогосподарської продукції в Україні.

Водночас сільське господарство продовжує залишатися однією з найбільш проблемних напрямків української економіки. Найгострішою проблемою є право власності на землю та загальні технічні і технологічні відставання від основних конкурентів на світовому продовольчому ринку. Сільське господарство повинно бути життєздатним, воно повинно функціонувати ефективно, що означає, що фермери повинні мати доступ до адекватних джерел кредиту, повинні бути в змозі отримати добрива, машини та інше обладнання і бути в змозі легко продати свою продукцію.

Закони та інститути повинні бути досить гнучкими, щоб дозволити середнього розміру господарств — збільшуватися в міру економічного зростання.

Тема управління в галузі сільського господарства для нашої країни є відносно новою, оскільки інтенсивний розвиток агропромислового комплексу України став пріоритетним тільки в умовах децентралізації та реформування.

Пошук можливостей поєднання потенціалу ринку та регулюючих системних заходів децентралізації залишатиметься і надалі одним із найважливіших завдань аграрної політики [4].

Тепер, уряд зможе надавати фінансування для наукових досліджень, вести контроль і регулювання культур, оновити транспортну інфраструктуру і багато іншого. Політика децентралізації, що впливає на внутрішню економіку, міжнародні відносини і торгівлю, може зробити істотний вплив на сільськогосподарський сектор.

На державному рівні стане можливим просування місцевих сільськогосподарських видів продукції, надання послуг з безпеки харчових продуктів і створення нових інспекцій, збереженню ґрунту і охорони навколишнього середовища. Державна політика регулює виробництво, транспортування, перероблення і збут товарів. Багато що фінансується державою, університети і коледжі надають сільськогосподарську освіту, дослідження та послуги з розповсюдження знань, важливі для блага галузі.

Фермерське господарство є формою підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства, відповідно до закону. Розвиток фермерського сектору в Україні – запорука розвитку сільського господарства. [3]

Державна підтримка фермерських господарств здійснюється через Український державний фонд підтримки фермерських господарств, який є державною бюджетною установою та виконує функції з реалізації державної політики щодо фінансової підтримки становлення і розвитку фермерських господарств. Розглянемо державну фінансову підтримку фермерських господарств у 2019 році.

З метою державної підтримки розвитку фермерських господарств у Законі України «Про Державний бюджет України на 2019 рік» від 23 листопада 2018 р. Було закладено 800000 тис. грн державної підтримки для використання у 2019 році за програмою «Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств».

Головним розпорядником бюджетних коштів і відповідальним виконавцем бюджетної програми є Мінагрополітики. Розпорядником бюджетних коштів нижчого рівня, що спрямовуються на фінансову підтримку шляхом виділення бюджетної субсидії на одиницю оброблюваних угідь (1 гектар), є Український державний фонд підтримки фермерських господарств (далі — Укрдержфонд).

Фінансова підтримка надавалася:

1) фермерському господарству, яке мало чистий дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній рік до 20 млн гривень, у власності та/або користуванні якого перебувають землі сільськогосподарського призначення; зареєстрованому в поточному році фермерському господарству, у

власності та/або користуванні якого перебувають землі сільськогосподарського призначення, незалежно від обсягу чистого доходу (виручки);

2) сільськогосподарському обслуговуючому кооперативу:

а) молочарського, м'ясного напрямів, до складу якого входять не менше 20 членів, серед яких повинно бути одне і більше фермерських господарств, а інші — фізичні особи, у власності та/або користуванні кожної з яких перебувають землі сільськогосподарського призначення та за наявності тварин, ідентифікованих та зареєстрованих відповідно до законодавства;

б) плодово-ягідного, овочевого напрямів, а також із заготівлі та переробки продукції бджільництва, дикорослих ягід, грибів і рослин, до складу якого входять не менш як 7 членів, серед яких повинно бути одне і більше фермерських господарств, а інші — фізичні особи, у власності та/або користуванні кожної з яких перебувають не більше 100 гектарів земель сільськогосподарського призначення.

Зазначені фермерські господарства та сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи є одержувачами фінансової підтримки [5].

Ми вважаємо, що на кожному етапі, від фермерського господарства до ринку, повинна існувати структура державної та місцевої політики уряду. Уряд повинен впливати на те, що вирощує фермер, де знаходиться його господарство, як транспортується і обробляється продукція, як продається товар і яку ціну може отримати господар.

#### Література

1. Застрожнікова І.В. Історичні аспекти державного регулювання сільського господарства України / Міністерство фінансів України, Академія фінансового управління, науково-дослідний інститут. Наукові праці НДФІ, науковий збірник, випуск 4 (61) 2012. – с.37-40.

2. Сільське господарство України : КТОГРУП. URL: <https://kto.guru/geografia/682-selskoe-hozyajstvo-ukrainy.html/> (дата звернення 15.01.2020).

3. Застрожніков А. Г., Застрожнікова І.В. Місце і роль фермерських господарств в системі агробізнесу / А. Г. Застрожніков, І.В. Застрожнікова // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь : Люкс, 2010. – № 2. – С. 106–116.

4. Застрожнікова І.В. Обґрунтування пріоритетів державної аграрної політики / І.В. Застрожнікова // Економіка та держава. – 2010. – № 6. – С. 33-35.

5. Фінансова підтримка фермерських господарств у 2019 році. Електронний ресурс. <https://www.growthow.in.ua/finansova-pidtrymka-fermers-kykh-hospodarstv-u-2019-rotsi-pravovi-pytannia/>



## **ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВА УСПІХУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Все більше фахівців, в тому числі і з нашої країни, зайняті розвитком конкурентоспроможності. Більшість з них вважають, якщо ми хочемо досягти цього, ми повинні працювати з важливими факторами, які впливають на конкурентоспроможність продукції чи послуг [4, с.61-69]. На такі як:

- Технічні фактори;
- Фінансові фактори;
- Ціни та тарифи;
- Умови оплати;
- Фактори підтримки.

Всі ці фактори повинні бути орієнтовані на те, щоб задовольнити вимогливість клієнтів, та їх очікування. У ринковій економіці немислимо не ідентифікувати клієнтів та не знати їх вимоги та реакцію, на вироблену продукцію чи послуги для них.

Але, щоб отримати певну якість, необхідно не тільки звертати увагу на можливі ресурси, а й також розробляти стратегії планування. Умови планування економіки ринку досягаються шляхом мікроекономічних та макроекономічних стратегій планування. Такі стратегії, як: політика конкурентоспроможності, політика підвищення якості та політика розуміння споживачів, дають розуміння того, що в умовах розробки конкурентоспроможності, треба нести відповідальність. Саме тому, інтерес повинен бути у розвитку конкурентної економіки через якість, здатну впоратися з сучасними тенденціями міжнародної торгівлі.

Основа запоруки конкурентоспроможності, знаходиться в залежності від своїх клієнтів — від їх рівня задоволеності, зумовленим якістю продукції чи послуг. Концепція якості грає центральну роль в цьому питанні, але якість отримується досить важким шляхом, й залежить від признання клієнтами. Тому клієнт може регулювати ринок, вибираючи ту продукцію, яка більш задовольняє його потреби. Тому треба робити акцент на стратегічний елемент якості в міжнародному стандарті.

В даний час, вимоги до якості значно зросили, вважається, що задоволеності клієнтів недостатньо, щоб перевершити очікування від просування концепції «За межами задоволеності клієнтів». Відповідно до цієї концепції, пропонована продукція повинна перевищувати вимоги клієнта, і клієнт повинен бути в захваті в залежності від усіх інших пропозицій на ринку. В таких умовах, впровадження стратегій якості стали основною умовою виживання. [2]

З диверсифікацією торгових відносин України, необхідно як ніколи прийняти заходи щодо гармонізації умов якості української продукції, цілю для більшої привабливості в експорті. Відносини з Європейським економічним простором повинні більш відповідати обов'язковим нормативним вимогам політики ЄС та їхнім інструментам управління якості.

Конкуренція і класичні закони економіки тепер подвоєні новими вимогами, розробленими для підвищення конкурентоспроможності економіки Європейського Союзу. У зв'язку з цим, перші кроки в технічному узгодженні були здійснені ще в 1985 році, з метою скоротити законодавство і розробити «новий підхід» [5]. Проте, сьогодні все одно існує та ж сама проблема, збільшення обсягу правил, включаючи аспекти якості. З відповідними правовими інструментами, нормативними актами, директивами та рішенням щодо політики якості в ЄС.

У цьому контексті європейське просування якості покликає створити сприятливу середу, в яких компанії і державні адміністрації повинні досягати досконалості в продукції, в інтересах клієнтів і суспільства. Завдяки цій політиці, розвивається конкурентні системи в кожній європейській країні. Організації по сертифікації якості стануть «опікунами» відповідності вимогам, тому що вони допомагають при розробці інструментів та ресурсів, як технічних так і людських, для підвищення якості.

Виявлення і застосування кращих практик, розроблених на європейському та міжнародному рівні, виявлять на першому етапі різноманітні проблеми, пов'язані з методами виробництва та рівнем кваліфікації персоналу. Однак зусилля на цьому не закінчаться, і експерти зможуть визначити і реалізувати концепцію «якісної роботи» та розробити індикатор вимірювання цього виду якості на європейському рівні. Цей індикатор повинен точно показувати зміни, що відбуваються на макрорівні, і вплив на зростання продуктивності, що веде к методам підвищення якості професійного життя працівників. Німеччина, це перша держава, яка потрапляє під таку тенденцію, просуваючи нову ініціативу за якістю роботи — INQA [1].

Сертифікація систем якості є центральним елементом забезпечення сприятливої конкурентної позиції на ринку. На жаль, Українська економіка і компанії це факт до кінця не усвідомили. Щодо ситуації сертифікації, згідно з опитуванням, тільки 52% компаній провели впровадження системи управління якості, й 10% компаній перебувають в процесі. Опитування виявило пряму кореляцію між класом підприємства і сертифікацією системи менеджменту якості. Що ж стосується категорій сертифікації систем якості, з-поміж 52% підприємств, які впровадили систему якості, 75% ставляться до категорії стандартів ISO9001 й тільки 25% мають сертифікат по екологічному стандарту ISO 14000 [3, 6].

Значна частина керівників не знають про добродійний вплив системи якості на рентабельність і довгостроковий розвиток. Вони приймають якість як соціально бажана мета, але її внесок в прибуток вважається граничним. Інша частина керівників вважає що впровадження системи якості вигідно тільки великим підприємствам. Це сприйняття пов'язане з неправильними

поняттями, такими як: якість це дорого, акцент на якість знижує продуктивність праці, на якість впливає погана підготовка, якість може бути результатом тільки строгої перевірки та інші помилкові судження керівників.

Зрозуміло, що впровадження системи сертифікації якості тільки процес часу, тому що все більше і більше клієнтів вимагають від постачальників свідчення існування та ефективного функціонування системи якості, як гарантії стандартів і продуктивності, досягнутих компанією. Крім того, сертифікат якості тепер став важливим елементом в підписанні контрактів та тендерів, особливо тих, які були зроблені на відкритому аукціоні. Зовнішня мотивація для впровадження сертифікатів якості полягає в необхідності довіри у відносинах між клієнтом і постачальником, яке може надати тільки цей сертифікат.

Наростаюча диверсифікація ділового середовища і інтенсифікація робить якість продукції та послуг найбільш важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності. Тому інтеграція в європейський економічний простір передбачає зусилля щодо прийняття та реалізації політики підвищення якості.

#### Література

1. Initiative new quality of work: INQA. URL: <https://www.inqa.de> (дата звернення 18.12.2019).
2. Леонова А. А. Теоретические особенности становления и развития маркетинга / А. А. Леонова, Р. И. Олексенко // *Новый университет. Серия: Экономика и право.* – 2013. – №. 12. – С. 135-137.
3. Олексенко Р. І. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання / Р. І. Олексенко, І. О. Краскова, М. М. Поліщук // *Ефективна економіка.* - 2011. - № 11. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_11\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21).
4. Олексенко Р. І. Якість, запорука підвищення конкурентоспроможності продукції. *Ефективна економіка.* 2010. № 12. С. 61-69.
5. Питання щодо відповідальності випуску продукції : Директива 85/374/ЄС від 25.06.1985 р. № 210. *Офіційний журнал.* 1985. № 141. С. 29.
6. Сертифікація України: УКРСЕПРОСЕРВІС. URL: <http://ucps.info/> (дата звернення 18.12.2019).

Саченок Т.С.

Костюченко Л.В.

Національний авіаційний університет

м. Київ

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПРИ ПЕРЕВЕЗЕННІ НЕБЕЗПЕЧНИХ ВАНТАЖІВ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ**

Актуальність дослідження особливостей організації логістичних операцій при перевезенні небезпечних вантажів полягає в тому, що з кожним роком

з'являється дедалі більше підприємств, які використовують у своєму виробничому процесі радіаційні, вибухонебезпечні, пожежонебезпечні, отруйні та інші небезпечні речовини, у наслідок чого їх частка від загального вантажопотоку перевезень постійно зростає. Варто зазначити, що недотримання відповідних вимог та правил організації логістичних операцій при здійсненні залізничних перевезень небезпечних вантажів у сфері забезпечення їх безпечного транспортування може призвести до порушення життєдіяльності людей, техногенних та й загалом до екологічної катастрофи.

Об'єктом дослідження є умови перевезення небезпечних вантажів залізничним транспортом, предмет – дослідження особливостей організації логістичних операцій при перевезенні небезпечних вантажів залізничним транспортом.

Метою дослідження є дослідження умов перевезення небезпечних вантажів, особливостей організації логістичних операцій при перевезенні небезпечних вантажів залізничним транспортом та групування факторів ризику перевезення небезпечних вантажів.

Результати аналізу офіційних статистичних даних [3, 4, 5] показують, що у 2016 – 2018 рр. на залізничному транспорті збільшується кількість аварій (рис. 1), які переважно належать до категорії значних і надзвичайних як за кількістю жертв, масштабом впливу на довкілля, так і за розмірами матеріальних збитків. Транспортна безпека та ризики, пов'язані з нею, постійно змінюються та встановлюються згідно з оцінкою негативних для довкілля впливів, які виникають в реальних умовах перевезення вантажів залізницею.

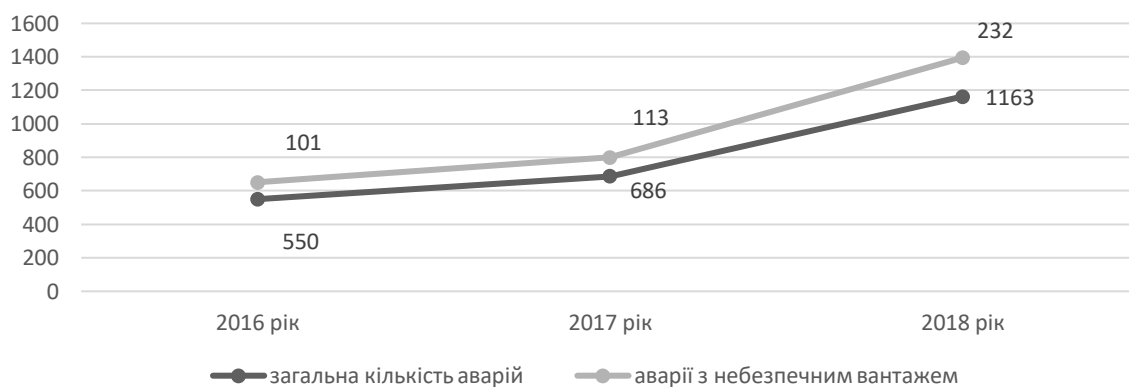


Рис.1 Динаміка загальної кількості аварій на залізницях України за 2016 – 2018 рр., у тому числі аварій з небезпечним вантажем

Варто зазначити, що такій негативній динаміці посприяв ряд факторів. Так, до основних факторів ризику належить перевезення великої кількості, до 3 926 найменувань, небезпечних вантажів [2], що є потенційним джерелом виникнення надзвичайних ситуацій із великою кількістю потерпілих, значними матеріальними збитками, настанням несприятливих екологічних і санітарно-гігієнічних наслідків [1].

Матеріальні збитки від транспортних подій за 2016 рік становлять 24 млн 649 тис. грн, з яких лише 559 тис. грн, або 2,3 %, відшкодовано. Аналізуючи динаміку кількості надзвичайні події на Укрзалізниці за 2016–2017 роки [3], слід відзначити, що у 2016 році найбільша їх кількість припала на регіональну філію

«Донецька залізниця» (39 %). На Придніпровській залізниці відбулося 22 %, на Одеській – 17 %, на Південно-Західній та Львівській – по 11 % надзвичайних подій. На Південній залізниці не зафіксовано жодного інциденту під час перевезення небезпечних вантажів. У 2017 році спостерігається інша ситуація. На Одеській залізниці сталося 32 % небезпечних подій, на Придніпровській залізниці – 22 %, на Південно-Західній залізниці – 19 %, зменшилася кількість надзвичайних подій на Львівській залізниці – до 10 %, але зафіксовано небезпечні інциденти на Південній залізниці – 10 %. Зменшилася кількість небезпечних подій на Донецькій залізниці 7 %. У 2018 році спостерігається ситуація збільшення кількості аварій. На Одеській залізниці сталося 35 % небезпечних подій, на Придніпровській залізниці – 26 %, на Південно-Західній залізниці – 22 %, на Львівській залізниці – 15 % також зафіксовано небезпечні інциденти на Південній залізниці – 13 %, на Донецькій залізниці 9 % (рис.2).

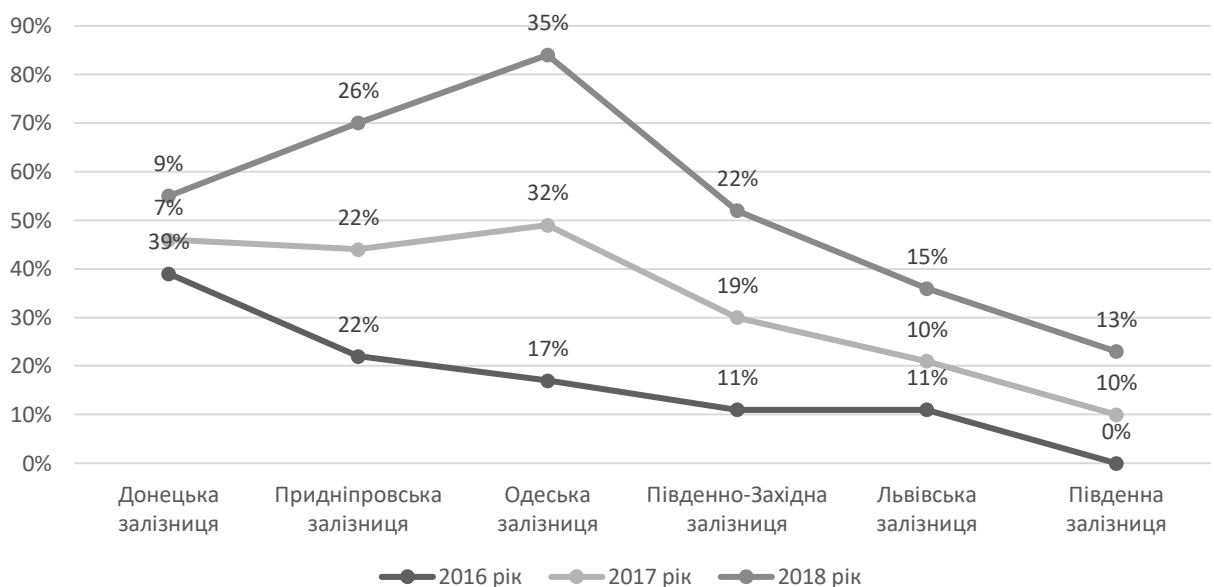


Рис. 2. Динаміка надзвичайних подій на українських залізницях за період 2016 – 2018 рр.

*Джерело: за даними [3]*

Особливу увагу слід приділити результатам аналізу небезпечних подій на Придніпровській та Одеській залізницях, на яких як у 2016, так і в 2017 році відмічена чимала кількість подібних випадків. За характером подій у 2016 році інциденти розподілилися наступним чином: найбільша кількість подій пов’язана зі сходженням вагонів або тепловоза з колії – 72 %, витікання вантажу (бензину або дизельного пального) склало 11 %, відчеплення вагонів, пожежа – по 6 %, витікання сірчаної кислоти – 5 % .

У 2017 році значно збільшилась кількість випадків витікання бензину й дизельного пального із вагонів-цистерн – до 17 %. Сходження вагонів склало 27 %, ДТП на переїздах – 38 %, зафіксовано випадки витікання сірчаної кислоти 3 %, серед інших подій – витікання бензолу й метанолу, що склали по 1 % та 2 %, пов’язані з впливом «людського» чинника.

Протягом 2018 року сталося 8 витоків небезпечного вантажу, 5 з яких у зв'язку з технічною несправністю котла цистерн, 3 – через недокручений вантажовідправником клапан нижнього зливного пристрою цистерни.

Результати дослідження особливостей організації логістичних операцій при перевезенні небезпечних вантажів залізничним транспортом показують, що потенційними причинами аварії є такі помилки при виконанні логістичних операцій, як: технічна несправність вагонів, надзвичайно високий знос основних фондів, недоліки організаційної роботи під час перевезення вантажів, порушення правил безпеки вантажних робіт, втручання сторонніх осіб під час перевезення тощо. З огляду на це, вважаємо за доцільне організовувати менеджментом компаній-перевізників огляд динаміки статистичних даних надзвичайних подій, що виникла в результаті помилок при перевезенні, а також проведення відповідних воркшопів щодо попередження їх та, як наслідок, скорочення збитків і підвищення рівня захисту навколишнього середовища і безпеки.

#### Література

1. Аналітичний огляд стану техногенної та природної безпеки в Україні за 2016 рік. – Київ : Державна служба надзвичайних ситуацій, 2017. – 228с.

2. Дорожньо-транспортні пригоди, аварії та інциденти на залізничному транспорті // Державна служба України з безпеки на транспорті. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dsbt.gov.ua/storinka/dorozhno-transportni-prygody-avariyi-ta-incydynty-na-zaliznychnomu-transporti>

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

4. Аналіз стану безпеки руху та аварійності на автомобільному, міському електричному та залізничному транспорті в Україні за 2018 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dsbt.gov.ua/sites/default/files/imce/Bezpeka\\_DTP/2019/Analiz\\_avariynosti\\_2018.pdf](http://dsbt.gov.ua/sites/default/files/imce/Bezpeka_DTP/2019/Analiz_avariynosti_2018.pdf)

5. Аналіз аварійності на транспорті України за 2017 рік (у порівнянні з 2016 роком) . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mtu.gov.ua/files/АНАЛІЗ%20за%202017%20рік%20\(кінц%20редакція\).pdf](https://mtu.gov.ua/files/АНАЛІЗ%20за%202017%20рік%20(кінц%20редакція).pdf)

*Свидрук І. І.*

*д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту  
Львівський торговельно-економічний університет  
м. Львів, Україна*

## **ДОРОЖНЯ КАРТА КРЕАТИВНОГО ОНОВЛЕННЯ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Високий сільськогосподарський виробничий потенціал України забезпечує державі надійні позиції на світових ринках, на які вітчизняні підприємства поставляють не лише сировину, але і продукцію переробки з високою доданою вартістю [2]. Однак досягти світових рівнів продуктивності праці не вдається через технологічне відставання галузі від світових стандартів і

прогалини у системі інвестування [4]. Гальмуючими чинниками є невирішення на державному рівні проблеми розвитку земельного ринку, високі адміністративні бар'єри, надмірне регулювання галузі, високий ступінь корупції. В Україні досі залишається нерозвиненою система трансферу аграрних інновацій і технологій виробництва, що вимагає розробки шляхів підвищення ефективності наукових досліджень у цій сфері.

Розробка дорожньої карти технологічного оновлення сільськогосподарської галузі має враховувати наявні сильні сторони і можливості розвитку галузі, її слабкі сторони та існуючі загрози (табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз перспектив технологічного оновлення сільського господарства України (побудовано автором за даними [3])

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Виробничий потенціал: сприятливі агрокліматичні умови, родючі чорноземи.</li> <li>- Географічне розташування: розташування на межі великих ринків Сходу та Заходу.</li> <li>- Сучасність сектору: використання агрохолдингами новітніх технологій.</li> <li>- Експортна орієнтація: глобальний експортер с/г продукції, сталий ринок, налагоджена експортна інфраструктура.</li> <li>- Інфраструктура: система залізничних та автомобільних шляхів, безперервний доступ до судноплавних річок і портів для великотонажних суден.</li> <li>- Сприятливі умови для розвитку тваринництва і харчової промисловості: наявність зерна вітчизняного виробництва, дешева робоча сила.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Бізнес-клімат: високе регуляторне навантаження, корупція.</li> <li>- Кредитування: інфраструктурна недосконалість фінансування; слабкі інвестиційні можливості, складність доступу до кредитних ресурсів.</li> <li>- Інфраструктура сільської місцевості: високі транзакційні витрати, нерозвинена логістика.</li> <li>- Продуктивність: низька.</li> <li>- Уніфікація стандартів до вимог ЄС: національні стандарти не відповідають міжнародним вимогам.</li> <li>- Ефективність політики: відсутність довгострокової стратегії, рівних умов для виробників, незбалансований розподіл бюджетного фінансування.</li> <li>- Ринок землі: мораторій на продаж землі с/г призначення, незахищене право власності.</li> <li>- Структура експорту: переважає сировина, нерозвиненість експорту продукції з високою доданою вартістю.</li> <li>- Кваліфікація працівників: брак персоналу з навичками використання передових технологій і управлінських практик.</li> <li>- Науково-дослідницькі структури: недостатня ефективність НДР, низька підтримка виробників.</li> <li>- Якість життя в сільській місцевості: низькі доходи, відсутність значущих перспектив.</li> </ul>
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток світового ринку: збільшення попиту, зростання доходів, орієнтація споживачів на продукти з вищою якістю та ціною.</li> <li>- Зростання продуктивності: значні можливості за рахунок інтенсифікації виробництва.</li> <li>- Інвестиційні можливості: можливість високої віддачі вкладеного капіталу.</li> <li>- Зовнішня торгівля: відкриття зовнішніх ринків Європи за умов відповідності вимогам міжнародних стандартів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Політична нестабільність.</li> <li>- Загальне погіршення економічної ситуації.</li> <li>- Зростання цін на енергоносії.</li> <li>- Погіршення логістики та інфраструктури. Втрати експортних можливостей.</li> <li>- Погіршення стану навколишнього середовища.</li> <li>- Неконтрольована динаміка цін на с/г продукцію.</li> <li>- Зменшення потенціалу освіти і наукових досліджень.</li> <li>- Зниження професійної і соціальної привабливості с/г діяльності.</li> </ul>

Розробка пріоритетів креативізації аграрного сектору на макrorівні має структуруватись за коротко-, середньо- і довгостроковими пріоритетними напрямками і передбачати механізми реалізації, моніторингу та поточного коригування [1]. Матрична система взаємоузгодження пріоритетних цілей

розвитку дозволить отримати неупереджене цільне бачення першочерговості певних питань економічної чи соціальної спрямованості та уникнути їх дублювання в межах концептуально подібних стратегічних цілей (рис. 1).

	Короткострокові цілі	Середньострокові цілі	Довгострокові цілі
Галузевий рівень	Технологічна перебудова	Креативізація аграрної галузі	Зростання конкурентоспроможності
Регіональний рівень	Розвиток креативних кластерів	Зростання конкурентоспроможності	Покращення соціально-економічного рівня
Загально-державний рівень	Креативний прорив сільського господарства	Покращення соціально-економічного рівня	Імідж країни з високорозвинутою економікою

Рис. 1. Матриця узгодження цільових пріоритетів креативної перебудови аграрного сектору економіки (авторська розробка)

Важливо, щоб обрані стратегічні пріоритети не набували ознак політичної декларації, а органічно вписувались у схему розвитку креативно-технологічних аспектів світової науки, охоплюючи питання екологізації аграрного виробництва, проблем енергозбереження, створення соціально-значущих розробок, що забезпечить аграрному комплексу України додаткові євроінтеграційні переваги [5]. Започаткування прогностно-аналітичної програми має бути спрямоване на пошук першочергових наукових завдань забезпечення креативного прориву галузі і, відповідно, конкурентоспроможності на світових ринках. Програмно-цільові принципи організації креативної перебудови дозволять узгоджувати її із загальнодержавними стратегіями економічного розвитку на всіх етапах.

Усе сказане спонукає до окреслення основних елементів дорожньої карти креативного оновлення вітчизняного сільського господарства:

- упровадження мотиваційних схем для активізації науково-технологічної співпраці наукових установ і сільськогосподарських виробників, заснованих на результативності результатів;
- ініціювання законодавчих змін щодо охорони прав інтелектуальної власності в сільському господарстві, зокрема щодо селективних технологій рослинництва і тваринництва;
- розробка програм організаційної перебудови з метою стимулювання комерціалізації креативних розробок;
- створення умов для ефективної науково-технічної співпраці і створення спільних дослідницьких програм з міжнародними аграрними організаціями.

Таким чином, дорожня карта креативного оновлення аграрного сектору економіки України враховує та пропонує інструменти подолання проблем розвитку і стратегічно орієнтує його у бік високотехнологічного прориву. Кардинальна модернізація діяльності на основі системного впровадження креативних процесів сприятиме дифузії нововведень, дозволить оновити структури менеджменту, спонукатиме до розвитку творчих ініціатив і



розвиватиме людські ресурси як інструменти посилення вітчизняної конкурентоспроможності в глобалізованому економічному просторі.

#### Література

1. Біла Т. В. Управління інноваційним розвитком в аграрному секторі економіки / Т. В. Біла // Менеджмент в аграрному секторі економіки: теорія та практика ефективного розвитку : Матеріали IV Міжн. наук.-практ. конференції молодих вчених, аспірантів, студентів, 5 грудня 2018 р. – Житомир: Житомирський національний агроекологічний університет. – С. 112-114.

2. Звіт про діяльність Національної академії аграрних наук України за 2018 рік. – Київ: Аграрна наука, 2019. –218 с.

3. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Аналітичні матеріали [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/uk/news>.

4. Полегенька М. А. Особливості інноваційної діяльності в агропромислових підприємствах України / М. А. Полегенька // Агросвіт. – 2017. – № 6. – С. 49-54.

5. Щуревич Л. М. Інноваційні перспективи в розвитку аграрного сектору в Україні / Л. М. Щуревич // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 10. – С. 101-105.

*Северинцева А.В.*

*студентка 4-го курсу*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,*

*Горки, Республика Беларусь*

*Молчанов А.М.*

*к.э.н., доцент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,*

*Горки, Республика Беларусь*

### **АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Управление денежными потоками позволяет вовремя исполнять обязательства перед бюджетом, банками, партнерами, т.е. способствует устойчивой платежеспособности, финансовой безопасности и деловой активности.

В процессе движения активов и источников их финансирования формируются и расходуются денежные средства, иными словами, возникают денежные потоки, представляющие собой не разовые поступления и платежи, а непрерывный процесс движения денежных средств в форме их поступления и расходования.

Цель работы – изучить методику распределения прибыли в организации при помощи расчета коэффициентов, а также определить финансовую устойчивость организации.

В сложных современных условиях организация должна стремиться к получению максимальной прибыли, то есть к такому ее объему, который позволял бы не только прочно удерживать позиции сбыта на рынке своей продукции и услуг, но и обеспечивать динамичное развитие в условиях кризиса. Поэтому каждое предприятие и организация, прежде чем начать производство продукции и оказание услуг, определяет какую прибыль, какой доход оно сможет получить. Отсюда прибыль является основной целью деятельности, ее конечным результатом.

В общем виде прибыль определяется как разность между совокупной выручкой и совокупными издержками:

$$П = Д - И \quad (1)$$

где П – прибыль;

Д – доходы;

И – издержки производства.

Анализ того, как распоряжаются прибылью на предприятии, следует начинать с расчета коэффициентов эффективности распределения прибыли, так как это влияет на финансовую устойчивость организации. Финансовая устойчивость организации тесно связана с её долгосрочной платежеспособностью, но отождествлять эти понятия нельзя, так как между их сущностью имеются некоторые различия.

Одной из характеристик стабильного положения организации служит её финансовая устойчивость. Она зависит как от стабильности экономической среды, в рамках которой осуществляется деятельность организации, так и от результатов её функционирования, её активного и эффективного реагирования на изменения внутренних и внешних факторов.

Основной целью расчета и использования этой системы коэффициентов является определение степени оптимальности распределения и использования полученной предприятием прибыли. Эти показатели могут определяться как в десятичном виде, так и в процентах. Для обобщающей оценки эффективности распределения прибыли используются следующие основные показатели, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Основные показатели оценки эффективности распределения прибыли.

Показатели	Условные обозначения	2018	2019
Валовая прибыль	ВП	-3 062	-5 167
Чистая прибыль	ЧП	-7 259	-10 392
Капитализированная чистая прибыль	ЧП <sub>к</sub>	-3 567	-10 392
Капитализированная чистая прибыль, использованная на инвестирование прироста активов	ЧП <sub>и</sub>	1415	3477

Расчет коэффициентов			
Коэффициент чистой прибыли	$K_{чп} = \frac{ЧП}{ВП}$	2,37	2,01
Коэффициент капитализации прибыли	$K_{кп} = \frac{ЧП_к}{ЧП}$	0,49	1
Коэффициент инвестирования прибыли	$K_{ип} = \frac{ЧП_и}{ЧП_к}$	-0,40	-0,33

Анализ платежеспособности необходим для организации не только с целью оценки и прогнозирования финансовой деятельности, но и для внешних инвесторов (банков). Особенно важно знать о финансовых возможностях партнера, если возникает вопрос о предоставлении ему коммерческого кредита или отсрочки платежа. Оценка платежеспособности осуществляется на основе характеристики ликвидности текущих активов, т.е. времени, необходимого для превращения их в денежную наличность.

Анализ устойчивости финансового состояния на ту или иную дату позволяет выяснить, насколько правильно организация управляла ресурсами в течение периода, предшествующего этой дате. Финансовая устойчивость является отражением стабильного превышения доходов над расходами. Она обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами хозяйствующего субъекта и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции, а также расширению и обновлению производства.

Таким образом перейдем на рассмотрение расчетов показателей: коэффициент чистой прибыли в организации за 2018 и 2019 годы положительный, а это значит, что организация получала прибыль. Коэффициент капитализации прибыли в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличился – это говорит о том, что организация увеличивает долю заемных средств, участвующих в финансировании своей деятельности. Коэффициент инвестирования прибыли показывает на то, что организация не располагает необходимым размером собственных средств.

Таким образом, можно сделать вывод, что анализ коэффициентов данной группы позволяет определить эффективность распоряжения прибылью на предприятии, выяснить приоритеты в данном направлении, что позволит сделать полезные рекомендации и оптимизировать работу по распределению результатов деятельности хозяйствующего субъекта.

Основными пользователями информации анализа финансовой устойчивости и платежеспособности организации являются инвесторы, собственники, аудиторы, клиенты, поставщики, менеджеры организации, также при помощи коэффициентов можно рассчитать прибыль (убыток), которые помогут определить функционирование организации, а также распорядиться денежными средствами грамотно.

Информационной базой для анализа финансовой устойчивости и долгосрочной платежеспособности организации являются данные

бухгалтерской отчетности, документация управленческого учета, статистические и отраслевые данные.

#### Литература

1. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 27.12.2011 № 140/206 "Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования"

*Седюкевич А.С.*

*студентка*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,*

*Горки, Республика Беларусь*

*Молчанова Е. А.*

*ст. преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,*

*Горки, Республика Беларусь*

## **АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»**

Экономическая категория «деловая активность» используется в отечественной практике относительно недавно, с появлением финансового анализа предприятий и фирм, как одно из его направлений на основе определённых методик.

В настоящее время деловая активность выступает важнейшим фактором, определяющим не только финансовую стабильность предприятий, но и способность к инновационному развитию в текущем периоде и в перспективе. При анализе деловой активности предприятий необходимо учитывать устойчивость его экономического роста, наличие и выполнение стратегических планов развития (стабилизации в условиях кризисной экономики), уровень выполнения принятых планов производства, возможности участия в отраслевых планах импортозамещения, уровень эффективности использования материальных и трудовых ресурсов, способность диверсификации производства и многие другие аспекты. Деловая активность предприятий является динамической характеристикой его деятельности, которая может рассматриваться по отношению к предыдущему периоду времени, деятельности отраслевых лидеров и т.д.[1]

Исследуемым объектом является открытое акционерное общество (ОАО) «Гомсельмаш».

Таблица 1. — Динамика отдельных показателей финансовых результатов ОАО «Гомсельмаш»

Рассмотрим отдельные финансовые результаты деятельности открытого акционерного общества.

Как свидетельствуют результаты анализа, выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг предприятия уменьшилась на 82134 тыс. руб. и составила за отчетный период 413199 тыс. руб. Средняя сумма активов уменьшилась на 258993 тыс. руб. и составила за отчетный период 1060450 тыс. руб. Средняя сумма краткосрочной дебиторской задолженности увеличилась на 154698 тыс. руб. и составила за отчетный период 511015 тыс. руб. Средняя сумма краткосрочной кредиторской задолженности увеличилась на 156788 тыс. руб. и составила за отчетный период 426301 тыс. руб. Средняя сумма краткосрочных активов увеличилась на 186887 тыс. руб. и составила за отчетный период 1060450 тыс. руб.

Средняя сумма запасов увеличилась на 58024 тыс. руб. и составила за отчетный период 324537 тыс. руб. Средняя сумма собственных средств уменьшилась на 39455 тыс. руб. и составила за отчетный период 100282 тыс. руб. Средняя сумма основных средств увеличилась на 19546 тыс. руб. и составила за отчетный период 352662 тыс. руб.

Выделяют следующие показатели деловой активности:

Коэффициент оборачиваемости активов показывает степень оборачиваемости всех активов, находящихся в распоряжении организации, на определенную дату и рассчитывается по формуле 1:

$$K_{обА} = \frac{В}{А}, \quad (1)$$

где В - выручка от продажи продукции, товаров, работ, услуг, тыс. руб.;

А - средняя сумма активов предприятия, тыс. руб.

Показатели	2017 г	2018 г	Изменения (+ -)
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, тыс.руб.	495333	413199	-82134
Средняя сумма активов, тыс. руб.	1319443	1060450	-258993
Средняя сумма краткосрочной дебиторской задолженности, тыс.руб.	356317	511015	154698
Средняя сумма краткосрочной кредиторской задолженности, тыс.руб.	269513	426301	156788
Средняя сумма краткосрочных активов, тыс.руб.	873563	1060450	186887
Средняя сумма запасов, тыс. руб.	266513	324537	58024
Средняя сумма собственных средств, тыс. руб.	139737	100282	-39455
Средняя сумма основных средств, тыс. руб.	333116	352662	19546

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности показывает расширение (снижение) коммерческого кредита, предоставляемого предприятию, организации и определяется по формуле 2:

$$K_{обкз} = \frac{В}{КЗ}, \quad (2)$$

где КЗ – средняя сумма краткосрочной кредиторской задолженности, тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает расширение (снижение) коммерческого кредита, предоставляемого предприятием и определяется по формуле 3:

$$K_{обдз} = \frac{В}{ДЗ}, \quad (3)$$

где ДЗ - средняя сумма краткосрочной дебиторской задолженности, тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости запасов показывает скорость оборота запасов и определяется по формуле 4:

$$K_{обз} = \frac{В}{З}, \quad (4)$$

где З - Средняя сумма запасов, тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости собственных средств показывает скорость оборота собственных средств организации и определяется по формуле 5:

$$K_{обсс} = \frac{В}{СС}, \quad (5)$$

где СС - средняя сумма собственных средств предприятия, тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов отражает эффективность использования основных средств предприятия и рассчитывается по формуле 6:

$$K_{обва} = \frac{В}{ОС}, \quad (6)$$

где ОС – средняя сумма основных средств предприятия, тыс. руб.

На примере ОАО «Гомсельмаш» проанализируем показатели деловой активности в таблице 2.

Таблица 2. — Динамика показателей деловой активности ОАО «Гомсельмаш»

Показатели	2017	2018	Темп роста, %
Оборачиваемость активов	0,38	0,40	105,3
Оборачиваемость дебиторской задолженности	1,39	0,81	58,3
Оборачиваемость кредиторской задолженности	1,84	0,97	52,7
Оборачиваемость запасов	1,86	1,27	68,3

Оборачиваемость собственных средств	3,55	4,12	116
Оборачиваемость внеоборотных активов	1,49	1,17	78,5

Из таблицы 2 следует, что в 2018 году оборачиваемость активов составила 0,40 и соответственно увеличилась на 105,3%. Оборачиваемость дебиторской задолженности составила 0,81 и соответственно уменьшилась на 58,3%. Оборачиваемость кредиторской задолженности составила 0,97 и соответственно уменьшилась на 52,7%. Оборачиваемость запасов составила 1,27 и соответственно уменьшилась на 68,3%. Оборачиваемость собственных средств составила 4,12 и соответственно увеличилась на 116%. Оборачиваемость внеоборотных активов составила 1,17 и соответственно уменьшилась на 78,5%.

Таким образом, на наш взгляд, для улучшения финансовых результатов организации могут быть предложены следующие направления:

- 1) уменьшение дебиторской задолженности;
- 2) снижение кредиторской задолженности;
- 3) увеличение выручки;
- 4) увеличение собственных средств.

#### Литература

1. Губертов Е.А. Проблемы деловой активности предприятия / Е.А. Губертов, Ю.Ш. Шихамедова // Мультидисциплинарный научно-практический журнал «Территория науки». – 2017. – № 5. – С. 82 – 87.

*Сербіненко Н.В.*

*к.е.н., доц.*

*Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради*

*Сербіненко М.*

*студент*

*Запорізький національний університет*

## **РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Запорізька область володіє потужним природно-ресурсним та історико-культурним потенціалом для розвитку туризму. Так, згідно даних статистики площа природно-заповідного фонду Запорізького краю становить 122 174,44 тис. га, що становлять 4,49 % від загальної площі області. Регіон характеризується наявністю розвіданих та використовуваних мінеральних вод та лікувальних грязів всіх відомих типів. Позитивним є наявність розвинутої системи транспорту: залізничного, автомобільного, водного та авіаційного. Одночасно з цим в регіоні спостерігається складна екологічна ситуація та високий рівень забруднення довкілля. Так, насиченість міста Запоріжжя промисловими підприємствами і недосконалість очисних споруд та технологій визначають

перевищення допустимих концентрацій шкідливих речовин в наявному зовнішньому середовищі. За таких умов відпочинок в регіоні втрачає привабливість для громадян нашої держави та закордонних гостей. Місцеві туристичні підприємства втрачають потенційних клієнтів, знижується приплив іноземної валюти та надходження до бюджетів.

Одним з перспективних напрямків розвитку туризму в регіоні є розвиток екотуризму в регіоні. На даний момент екотуризм можна назвати досить молодим видом туризму в нашій країні, який тільки розвивається, але стрімко збільшує кількість прихильників такого виду відпочинку.

Екотуризм – це відповідальна подорож у природні території, яке сприяє охороні природи і покращує добробут місцевого населення. Такий вид туризму передбачає більш раціональне, невиснажливе використання та збереження рекреаційних ресурсів, планування і управління туристичною діяльністю.

Закордонний досвід показує, що за наявності якісної методичної основи (перш за все процедури маркетингу, планування інфраструктури для екотуристів, розробка екотурів, створення фінансового плану екотуристичної діяльності в цілому) цей вид туризму може стати одним з важливих джерел твердої валюти. Разом з цим, розвиток екотуризму в регіоні може позитивно вплинути на розширення економічного потенціалу регіону. За рахунок створення нових робочих місць для працівників з низькою кваліфікацією може частково вирішити проблему безробіття серед місцевих жителів, які не мають високого освітнього рівня.

Розвиток туризму сприяє налагодженню та розширенню міжнародних контактів як населення, так регіону в цілому, підвищує ефективність пошуку та залучення іноземних інвестицій. Це, в свою чергу, позитивно впливає на розвиток туристичної інфраструктури і робить край більш привабливим для відпочинку. Але розвиток екологічного туризму в регіоні ускладнюється через ряд проблем економічного та організаційного характеру. Це, перш за все, відсутність необхідного початкового капіталу для фінансування робіт із створення належних умов для екотуристів, відсутність цілеспрямованих наукових досліджень в сфері екотуризму та підготовки необхідних кадрів, відсутність засобів в області менеджменту та маркетингу в цій сфері для залучення потенційних туристів до відвідування територій регіону, обмеженість туристичних маршрутів у місцях екологічного туризму, обмежений набір туристично-рекреаційних послуг, нестача кваліфікованих фахівців у галузі екотуризму, спроможних узяти на себе розробку, організацію і проведення екологічних турів, відсутність необхідної законодавчої бази та ін.

Отже, отримання позитивних результатів в сфері екологічного туризму можливо лише за умов усвідомлення населенням та органами влади ролі та значення туризму для соціально-економічного розвитку регіону, наявності досконалої регіональної інвестиційної політики та, звісно, достатнього нормативно-методичного та інформаційного забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у цій сфері.



## Література

1. Європейський центр екотуризму і агротуризму. URL: <http://www.eceaf.nl> (дата звернення: 11.01.20)
2. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 366 с.

*Соловей О.С.  
студентка*

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия*

## **СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИЗИНГОВОГО КРЕДИТА**

В современном мире лизинговая деятельность позволяет значительно повысить уровень производства на предприятии, что происходит за счет взятого в лизинг оборудования, транспорта и прочих долгосрочных активов.

Само слово «лизинг» происходит от английского глагола «to lease», что переводится как сдача в аренду какого-либо имущества. Следует заметить, что лизинговый кредит представляет собой разновидность аренды, но отличие состоит в том, что лизингополучатель пользуется предметом лизинга на протяжении всего срока службы.

В целом, понятие лизинг означает деятельность, которая заключается в приобретении одним юридическим лицом за собственные или заемные денежные средства объекта лизинга в собственность и передача данного объекта другому юридическому лицу на определенный срок и за плату во временное владение и пользование с правом выкупить имущество по истечению срока договора лизинга, либо без него [1, с. 28].

Существуют различные виды лизингового кредита. Можно выделить основные категории, по которым классифицируют лизинг, к ним относятся: состав участников сделки, тип арендуемого имущества, способ заключения контракта, способ приобретения имущества, объем обслуживания объекта и т.д. [2, с 280].

Объектом лизинга представляет собой различное имущество, относящееся к основным фондам: программные средства и рабочие инструменты высокой стоимостью, обеспечивающие функционирование переданных в лизинг основных фондов. Объекты лизинговой сделки могут выступать только то имущество, которое не уничтожается в производственном цикле. Объект лизинга не используется для личных, семейных или бытовых нужд. Когда срок действия договора лизинга истекает, лизингополучатель имеет право выкупить данное имущество, продлить договор лизинга, вернуть объект лизинговой сделки.

Лизинговый кредит, как правило, предполагает взаимодействие минимум трех сторон: производитель, лизингодатель, лизингополучатель. Преимущества от данной сделки получают все участвующие стороны.

Например, лизингодатели получают следующие выгоды:

- сделка является более безопасной, так как право собственности на объект лизинга сохраняется за лизингодателем;
- платежи за пользование объектом лизинга и сроки их внесения четко определяются договором лизинга;
- уменьшение негативных последствий изменения конъюнктуры рынка, что происходит за счёт установления долгосрочных отношений с пользователем и относительно стабильные лизинговые платежи;
- могут использовать различные налоговые льготы.

Если речь идёт о лизинге в организации, то есть о лизингополучателе, то можно выделить следующие плюсы использования лизинга:

- лизинг позволяет решить проблему нехватки денежных средств при приобретении оборудования;
- предмет лизинга стоит на гарантийном обслуживании в течении всего срока пользования им;
- появляется возможность уменьшить базу налогообложения;
- возможность более быстро обновлять производственные мощности;
- гибкость внесения лизинговых платежей с учетом использования предмета лизинга;
- при использовании международного лизинга появляется возможность таможенных льгот.

К преимуществам лизинга для производителя имущества можно отнести:

- быстрое выявления недостатков производимого имущества;
- снимется риск не получения прибыли, так как его берет на себя лизинговая компания;
- возможность использования лизинга как рекламы;
- за счет своевременных и полноценных платежей появляется возможность быстрее обновлять выпускаемой оборудование.

Лизинговый кредит предоставляет значительные выгоды государству, чем так же интересен для него. Расчеты показывают, что экономическая эффективность лизинга выше по сравнению с покупкой за счет кредитных средств. Для государства лизинг используется как средство для ускорения процесса воспроизводства; обеспечивает производство новых рабочих мест; привлекает поступление иностранных инвестиций; повышает технический уровень производства; развивает рынок средств производства [3, с 320].

Кроме того, лизингополучатель использует больше производственных мощностей, чем при покупке того же актива, так как происходит временное высвобождение финансовых ресурсов, которые арендатор может использовать на другие цели.

По сравнению с другими способами приобретения имущества лизинг позволяет равномерно распределить затраты на весь срок действия договора; существует возможность проведения ремонта и технического обслуживания объекта лизинга, периодическое обновление морально стареющего оборудования.

Так же лизинговый кредит имеет некоторые недостатки, главный из которых заключается в том, что лизингополучатель несет значительные денежные затраты, по сравнению с приобретением данного имущества за собственные или заемные денежные средства. При лизинге стоимость привлекаемого заемного капитала будет больше, чем при использовании кредита, так как лизинговая компания получает вознаграждение за проведение лизинговой операции. Кроме того, риск морального старения имущества и получения лизинговых платежей ложится на лизингодателя [4, с 415].

Так как лизинговый кредит часто сравнивают с кредитом, то рассмотрим налоговые различия лизинговой схемы от кредитной: лизинговые платежи учитываются в виде текущих расходов в составе себестоимости продукции, что позволяет уменьшить прибыль, с которой уплачивается налог, а в свою очередь, кредит подлежит погашению из чистой прибыли компании, поэтому налоговая льгота касается только процентов по кредиту. За приобретением любого имущества следует уплата в бюджет налога, который влияет на повышение себестоимости, но в дальнейшем уменьшает базу для налогообложения.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод, что в процессе использования лизингового кредита и производители, и лизингодатели, и лизингополучатели получают ряд преимуществ в виде прибыли, увеличения объема реализации продукции, оперативности решения производственных проблем, расширения рынка сбыта продукции и круга постоянных клиентов и так далее.

#### Литература

1. Коренкова О.А. Экспертиза рынка лизинга. М.: Экспертиза, 2018
2. Васильев, Н. М. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства / Н.М. Васильев, С.Н. Катырин, Л.Н. Лепе. – 2016.
3. Тавасиев А.М., Коршунов Н.М. Лизинг: экономические, правовые и организационные основы. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
4. Лапыгин, Ю.Н. Лизинг. Гриф УМО МО РФ / Ю.Н. Лапыгин. - М.: Академический проект, 2017.

*Стешенко О.Д.*

*к.е.н., доцент*

*Український державний університет залізничного транспорту  
м. Харків*

## **СТРАХУВАННЯ В АГРАРНІЙ СФЕРІ**

Страховання в аграрній сфері є одним із основних інструментів управління сільськогосподарськими ризиками, який дозволяє поєднувати інтереси його учасників та держави.

Сучасні страхові компанії пропонують українським аграріям послуги добровільного страхування, що передбачають повний страховий захист їх майнових інтересів. Розроблені програми охоплюють більшість ризиків,

пов'язаних з виробничою діяльністю сільськогосподарських підприємств, а також з лізингом та кредитуванням.

Нажаль, Україна значно відстає в рівні страхування сільського господарства від світового аграрного виробництва. Найбільше сільгоспугідь страхується в США – близько 85%. На другому місці – Канада з 75%, на третьому – Іспанія з 65%. А замикають п'ятірку лідерів Німеччина і Польща з 60% застрахованих агрогосподарств [1]. На цьому середовищі Україна з 3-5% застрахованих земель виглядає більш ніж скромно.

Протягом останніх років вітчизняне страхування в аграрній сфері проходить нелегкий шлях становлення. Якщо 2016 рік став першим роком, коли після тривалого періоду скорочення ринок агрострахування продемонстрував деяке пожвавлення, то 2017-2018 роки продовжили цю тенденцію, поширивши її на більшу кількість показників (рис. 1).

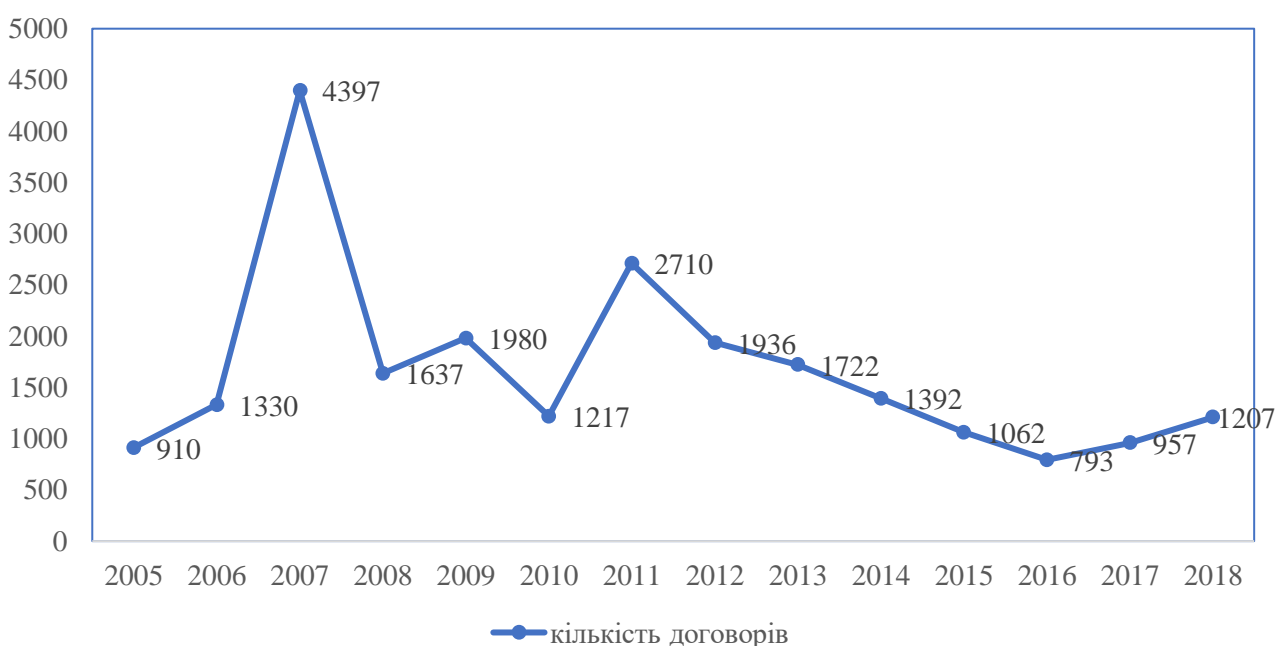


Рис. 1. Динаміка договорів агрострахування в Україні

У 2018 р. продовжується тенденція зростання кількості укладених договорів страхування: зростання, порівняно з минулим роком, склало 26%. Обсяг зібраних страхових премій у вітчизняній валюті зростає вже четвертий рік поспіль, зокрема, у 2018-му році він зріс на 2,2% та склав 208,8 млн грн. Проте, обсяг страхових премій у доларовому еквіваленті дещо зменшився (7,4 млн дол. США, що на 3,9% менше показника 2017 р.) через девальвацію гривні. Загальна страхова сума (або об'єм загальних страхових зобов'язань) у 2018 р., порівняно з 2017 р., дещо збільшилася (з 5,933 млрд грн до 6,675 млрд грн) [2].

У 2018 р. значно зріс обсяг застрахованої площі сільськогосподарських культур. Зростання відбулося більшою мірою за рахунок страхування озимої пшениці, а також озимого ріпаку та соняшнику і незначною мірою – ярої пшениці та цукрового буряку.

Найбільшу кількість договорів було укладено у Дніпропетровській (125) та Кіровоградській (108) областях. За ними йдуть Чернігівська (83), Вінницька (82), Полтавська (79), Хмельницька (79) та Сумська (78) області [2].

Кількість страхових компаній, що діють на аграрному ринку, незначна. Станом на 01.07.2019 р. в Україні свої послуги пропонували 12 страхових компаній, зокрема СГ «ТАС», СК «КРАЇНА», «АСКА», «Універсальна» та інші.

Слід відзначити, що в Україні страхуванням в аграрній сфері переважно користуються великі агрохолдинги, але найбільш воно необхідне малим і середнім фермерським господарствам. Саме вони зазвичай мають землі в одному регіоні і можуть втратити через природних катаклізмів весь свій врожай.

Виходячи з статистичних спостережень можна зробити висновок, що українські аграрії віддавали перевагу таким страховим програмам як страхування від повної загибелі врожаю на період перезимівлі з додатковим покриттям збитків від весняних заморозків. Так у 2018 р. їх частка дорівнювала 40% від усіх договорів. Порівняно з минулим роком, дещо зменшилась частка договорів страхування від багатьох ризиків (з 37,8% у 2017 р. до 26,1% у 2018 р.).

При цьому страховики пропонують аграріям нові послуги, серед них – страхування за індексами. Наприклад, від посухи. Також з'явилася нова програма, яка передбачає можливість страхувати ціну товару, тобто виробники або трейдери можуть застрахувати свій дохід від падіння або зростання цін, якщо це завдає їм шкоди.

Варто зазначити, що на розмір страхових тарифів значно впливають застосовувані аграрієм (потенційним страхувальником) виробничі сільськогосподарські технології та попередня історія страхування. На другому місці за впливом – географічне розташування страхувальника та кількість років ведення ним сільськогосподарської діяльності. Найменший вплив на рівень тарифу здійснює організаційно-правова форма сільськогосподарського підприємства. Зокрема, середня ставка страхового тарифу за цими договорами складає 3,8% від страхової суми.

Таким чином до проблемних аспектів страхового захисту в аграрній сфері доцільно віднести такі:

- недосконала законодавча база та відсутність необхідних суспільних інституцій для врегулювання страхового захисту;
- недостатність фінансових ресурсів у сільськогосподарських підприємствах для придбання повного пакету страхового захисту своєї діяльності;
- низький ступінь довіри до страховиків.

Одним із ключових моментів у рішенні цього питання й у розвитку ринку страхування й керування ризиками в Україні з'явилось створення Українських сільськогосподарських перестраховальних пулів. Зазначені міри дають нові можливості для розвитку й впровадження реальних страхових рішень, необхідних для українських фермерів, і створення бази для стабільного розвитку цього важливого сектора української економіки [3].

Однак кардинально поліпшити ситуацію може лише державна підтримка. Це видно на прикладі Китаю. Він займає шосту позицію з 36% застрахованих угідь. Зараз цей ринок там розвивається найшвидшими темпами. Такого результату вдалося досягти завдяки підтримці уряду, що забезпечує половину виплат по страхових внесках за рахунок держави [4].

Отже, в умовах сучасних економічних реформ в Україні, страховий ринок має прогресивні перспективи і може певним чином стабілізувати фінансову безпеку як аграрного сектору, так і всієї економіки країни. При цьому не останню роль відіграє і державна підтримка страховиків, страхових об'єднань, створення посиленого контролю та нагляду за страховою діяльністю, особливо в аграрній сфері, оскільки саме ця доля економіки має переваги та прерогативи серед інших сфер виробництва.

#### Література

1 Руснак А. В. Страхування ризиків сільськогосподарських підприємств в Україні / А. В. Руснак, А. С. Карнаушенко, В. С. Петренко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.investplan.com.ua/pdf/19\\_2018.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/19_2018.pdf)

2 Ринок агрострахування України у 2018-му андерайтинговому році Аналітичне дослідження. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/2018.pdf> (Дата звернення 01.12.2019 р.)

3 Кушнір І. В. Забезпечення страхового захисту аграрних товаровиробників / І. В. Кушнір. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/zabezpechennya-strahovogo-zahistu-agrarnih-tovarovirobnikiv.html> (Дата звернення 29.11.2019 р.)

4 Марценюк-Розарьонова О. В. Особливості страхування в аграрному секторі / О. В. Марценюк-Розарьонова, О. М. Чернопищук, Я. Р. Якубовська. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2018/32.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/32.pdf) (Дата звернення 04.12.2019 р.)

*Тантунова А.И.  
студентка  
Молчанов А. М.  
к.э.н, доцент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,  
Горки, Республика Беларусь*

#### **АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КАК ФАКТОР ВЛИЯЮЩИЙ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ**

В современных условиях, когда повышается самостоятельность предприятий в принятии и реализации управленческих решений, а также степень их экономической и юридической ответственности за результаты финансово-хозяйственной деятельности, возрастает и роль финансового анализа в жизни предприятий. Основной целью финансового анализа организации является объективная и обоснованная оценка ее текущего и перспективного финансового состояния, полученная на основе определенного числа ключевых

информативных показателей (параметров), позволяющих дать объективную и точную картину ее финансового состояния, возможных темпов экономического развития, а также финансовых результатов и параметров эффективности финансово-экономической деятельности.

Предложить ряд показателей, необходимый для оценки и анализа финансовых результатов организаций, расположенных в разных регионах и предложить коэффициент, с помощью которого можно рассматривать оценку финансовых результатов в качестве фактора оценки финансового состояния.

В процессе исследования были использованы следующие методы: расчёт, анализ, сравнение и обобщение информации.

Финансовое состояние предприятия по своей сути – это важнейшая характеристика экономической деятельности последней во внешней среде. Оно определяет конкурентоспособность организации, ее потенциал в деловом сотрудничестве, позволяет оценить, в какой степени гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров. Финансовое состояние организации отражает конечные результаты ее деятельности, характеризующиеся определенной совокупностью показателей, которые отражают процесс формирования и использования ее финансовых ресурсов[1].

Как известно, существует много подходов оценки финансового состояния. В данной статье мы рассмотрим анализ финансовых результатов, как фактор, используемый для оценки финансового состояния.

Анализ финансовых результатов — это оценка и прогноз финансового состояния компании на основе данных её бухгалтерской отчётности[2].

Проанализируем показатели финансовых результатов на примере сельскохозяйственных организаций разных регионов в таблице 1.

Таблица 1. Показатели финансовых результатов сельскохозяйственных организаций за 2018 год.

Показатели	ОАО «Мазоловское» Могилевской области	ОАО «Нурово» Витебской области	КСУП «Тепличное» Гомельская область
Рентабельность продукции	0,08	3,60	3,88
Рентабельность продаж	0,07	3,38	3,50
Рентабельность собственного капитала	0,08	1,34	5,88
Коэффициент общей рентабельности	0,08	2,79	4,42

Данные взяты из годовых отчётов организаций за 2018 год

Из таблицы 1 видно, что на финансовый результат оказывают влияние совокупность факторов, основным из которых является выручка. Чем она больше, тем финансовый результат выше. Пороговым значением мы считаем должен быть 1, т. е. если коэффициент общей рентабельности выше 1, то финансовый результат организации положительный, а если ниже, то отрицательный.

1) Рентабельность продукции:

$$P_{п} = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Полная себестоимость}} \times 100\%$$

2) Рентабельность продаж:

$$P_{пр} = \frac{\text{ЧП}}{\text{В}} \times 100\%$$

3) Рентабельность собственного капитала:

$$P_{ск} = \frac{\text{ЧП}}{\text{В}} \times \frac{\text{В}}{\text{А}} \times \frac{\text{А}}{\text{СК}} \times 100\%$$

4) коэффициент общей рентабельности:

$$K_p = \frac{P_{п} + P_{пр} + P_{ск}}{3}$$

Данный коэффициент позволяет определить совокупный коэффициент рентабельности и выявить финансовый результат, который в свою очередь даёт характеристику финансовому состоянию организации

Для совершенствования анализа финансового результат организаций мы предлагаем рассчитывать коэффициент общей рентабельности, путем нахождения средней арифметической величины показателей, учитывающих по нашему мнению.

#### Литература

1. Билык, Н. Д. Сущность и оценка финансового состояния предприятий // Финансы РБ. – 2015. – № 3 – С. 117–126.

2. Анализ финансовых результатов деятельности организации // Бизнес-Инфо-2019. Дата доступа: 02.12.2019

*Таптунова А.И.*

*студентка*

*Молчанов А. М.*

*к.э.н, доцент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,  
Горки, Республика Беларусь*

## **ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ РИСКА БАНКРОТСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ РАЗНЫХ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ**

В настоящее время в стране предприняты меры по производству собственной сельскохозяйственной продукции, в связи с чем вопросы анализа



оценки вероятности банкротства сельскохозяйственных предприятий стали особенно актуальными.

Исследовать методику оценки риска банкротства и проанализировать с этой точки зрения предприятия различных регионов.

В процессе исследования были использованы следующие статьи русских учёных-экономистов, метод расчёта, анализа, сравнения и обобщения информации.

Несмотря на государственную поддержку, финансовое состояние сельхозпредприятий и отрасли в целом характеризуется низкими коэффициентами ликвидности, высокой зависимостью от внешних источников финансирования, низкой доходностью, а также убыточностью финансово-хозяйственной деятельности. По данным статистических органов, 30% сельхозпредприятий убыточны.

Для обеспечения эффективного функционирования предприятий необходимо не только осуществлять финансовый анализ, но и систематически проводить диагностику вероятности наступления банкротства. Своевременная диагностика и оценка отрицательных тенденций деятельности, определение и прогнозирование кризисной ситуации и банкротства позволит разрабатывать актуальные управленческие решения по развитию не только отдельных сельхозпредприятий, но и отрасли в целом.

К проблеме оценки и прогнозирования вероятности банкротства обращались многие отечественные и зарубежные авторы. Концептуальными моделями для оценки вероятности банкротства являются зарубежные модели Э. Альтмана, У. Бивера, Р. Лиса, Р. Таффера. Среди российских моделей можно отметить модели О.П. Зайцевой, В.В. Ковалевой, А.Б. Перфильевой[1].

Однако наиболее адаптированной к сельскохозяйственным организациям и белорусской рыночной экономике, мы считаем, дискриминантную факторную модель Г.В. Савицкой диагностики риска банкротства, на основании которой будем дальше производить расчёты[2].

Таблица 1. Показатели оценки риска банкротства сельскохозяйственных организаций за 2018 год.

Показатели	ОАО «Мазоловское» Могилевской области	ОАО «Нурово» Витебской области	КСУП «Тепличное» Гомельская область
X <sub>1</sub>	0,49	0,56	0,67
X <sub>2</sub>	0,11	0,21	0,32
X <sub>3</sub>	0,85	0,93	1,33
X <sub>4</sub>	0,15	0,23	0,38
X <sub>5</sub>	0,22	0,31	0,45
Z	2,84	4,67	7,44

Данные взяты из годовых отчётов организаций за 2018 год

Пятифакторная модель Г.В. Савицкой для сельхоз предприятий - усовершенствованная модель Э. Альтмана, которая имеет вид:

$$Z = 0,111X_1 + 13,239X_2 + 1,67X_3 + 0,515X_4 + 3,8X_5$$

где  $X_1$ - доля собственного оборотного капитала в формировании оборотных активов;

$X_2$ - отношение оборотного капитала к основному;

$X_3$  - коэффициент оборачиваемости совокупного капитала;

$X_4$ - рентабельность активов предприятия, %;

$X_5$ - коэффициент финансовой независимости.

Оценка результата производится по таким критериям:

1- При величине показателя  $Z$  больше 8 риск банкротства малый.

2- При значении  $Z$  от 8 до 5 – небольшой риск наступления несостоятельности.

3- При значении  $Z$  от 5 до 3 – средний риск банкротства.

4- При значении  $Z$  ниже 3 – большой риск несостоятельности.

5- При значении  $Z$  ниже 1 – компания является банкротом.

Из таблицы 1 видно, что на финансовое состояние оказывают влияние совокупность факторов. А вместе и с финансовым состоянием влияние факторов играет роль и в вероятности банкротства. Чем она ниже, тем финансовое состояние хуже.

Проанализировав данные из таблицы 1 можно сделать вывод о том, что организация Могилёвской области имеет большой риск несостоятельности, организация Витебской области – средний риск банкротства, а организация Гомельской области – наименьший риск банкротства.

Следовательно лучше всего развито сельское хозяйство в Гомельской области.

Результаты исследования показали, что на риск банкротства влияет множество показателей. Однако для того, чтобы предотвратить его необходимо эффективность использования всех ресурсов предприятия, совершенствовать техническую базу, провести реструктуризацию капитала в пользу собственного и т.д.

#### Литература

1 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 3-е изд., перераб. И доп. - М.: ИНФРА-М, 2006. -- 682 с.

2. Анализ финансового состояния предприятия// [http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj\\_analiz/1/modeli\\_dagnostiki\\_riska\\_bankrotstva\\_g\\_v\\_savickoj/13-1-0-342-](http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/modeli_dagnostiki_riska_bankrotstva_g_v_savickoj/13-1-0-342-) [Электронный ресурс]-Дата доступа : 02.12.2019

*Террас Б. Б.*  
*студент*  
*Запорізький національний університет*  
*Олійник О.М.*  
*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД*  
*Запорізький національний університет*

## **ТЕХНОПАРКИ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ**

Світові тенденції, аналіз тенденцій на ринку нововведень і розвиток інновацій в Україні зумовлюють оновлення виробництва та визначають необхідність створення нових форм господарювання у постіндустріальному суспільстві, на кшталт бізнес-інкубаторів, технопарків та наукових парків. Технопарк є одним з інструментів впливу на розвиток інноваційних процесів та потенціалу регіону в цілому.

Технологічний парк – це науково-виробничий територіальний комплекс, головне завдання якого складається у формуванні максимально сприятливого середовища для розвитку малих і середніх наукомістких інноваційних фірм. Як правило, основною структурною одиницею технопарку є спеціалізований центр. В структурі технопарків представлені наступні центри: інноваційно-технологічний; навчальний; консультаційний; інформаційний; маркетинговий; юридичний; фінансовий; економічний; промислова зона. Технопарк – це гарантія швидкої і максимально повної реалізації наукового потенціалу. Це єдиний «організм», в якому підтримується безперервний зв'язок між дослідженнями, дослідним виробництвом, впровадженням прикладних розробок і ринком, включаючи підготовку фахівців як за технологічним напрямом діяльності парку, так і маркетингом продукції.

Значення технопарків та фактори, що обумовлюють доцільність їх створення в регіонах України узагальнена на рис.1.

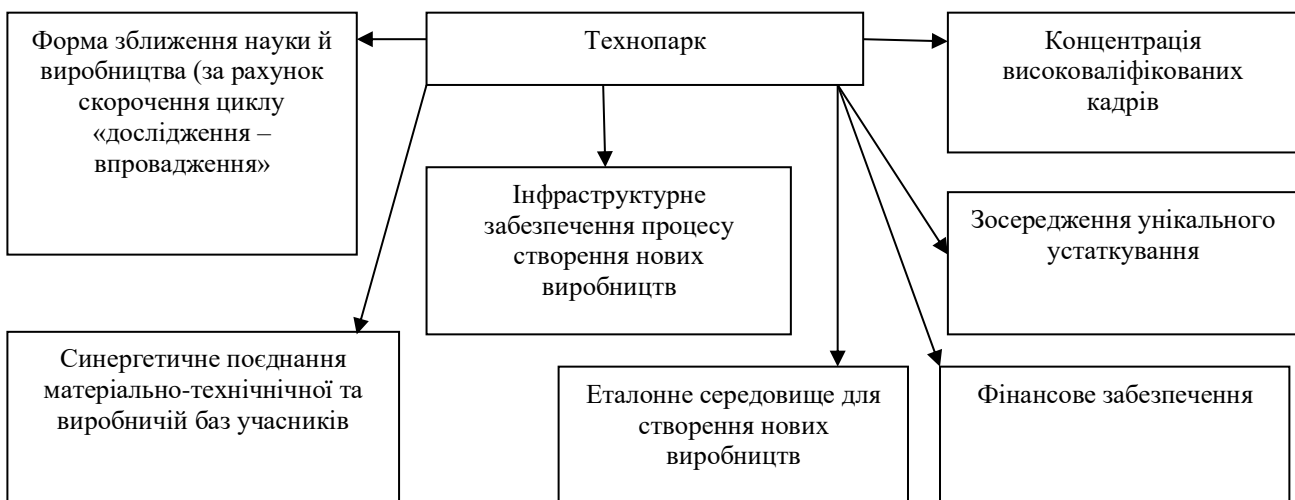


Рис. 1 Фактори, що обумовлюють доцільність створення технопарків

У той же час треба відзначити те, що діяльність технопарків при створенні несе в собі гуманітарний аспект. Мова йде про те, що технопарки повинні впливати не тільки на економіку регіонів, структурну перебудову промисловості, але вони повинні впливати і на розвиток культурологічного середовища регіону. Їх діяльність має бути так побудована, щоб виключити негативні впливи на людину, природу і суспільство.

Можна зробити висновок, що для впровадження в практику наукових розробок необхідно усвідомлення важливості та доцільності технопарків, як механізму становлення та розвитку інноваційної діяльності та інноваційного підприємництва в науково-технічній сфері; механізму з'єднання наукової, виробничої та підприємницької діяльності, а також необхідність створення державної підтримки не тільки технопарків, а й інших елементів інноваційної інфраструктури, таких як бізнес-інкубатори, венчурні фонди, державні фонди для фінансування фундаментальної та прикладної науки і т.д.

Створення технопарків має для розвитку потенціалу регіонів країни особливе значення. Проте, на даний продукція технопарків становить менше 10% відсотків всієї інноваційної продукції країни. Тож, існує величезний потенціал розвитку інноваційної діяльності, яка потребує використання невідкладних заходів як з боку вищого політичного керівництва країни, так і органів виконавчої влади на всіх рівнях.

#### Література

1. Продіус О. І. Інноваційний розвиток промисловості: реалії та перспективи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. №1, Т. 1. С. 106–109.

2. Чухрай Н. І. Інноваційний розвиток України: основні бар'єри та напрями їх подолання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2015. №633. С. 761–766.

*Терендій А.Б.*  
*студентка*

*Львівського національного університету імені Івана Франка*

## **СПОЖИВАННЯ ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ СВІТУ**

У сучасних соціально-економічних умовах функціонування сучасного українського суспільства важливим питанням постає забезпечення харчовими продуктами населення за рахунок власного виробництва, а також їхньої фізичної та економічної доступності для всіх верст населення у відповідності до раціональних норм споживання.

Вирішення даної проблеми зумовлене рядом внутрішніх та зовнішніх чинників, що зумовлюють функціонування аграрно-продовольчого ринку країни. При цьому детально слід аналізувати диспропорції у виробництві сільськогосподарської продукції, її низьку рентабельність, особливості функціонування фермерських господарств, низький рівень розвитку ринкової

інфраструктури аграрно-продовольчого ринку, невідповідність рівнів виробництва та споживання продуктів харчування в різних регіонах України та різними прошарками населення, імпорт сільськогосподарської та харчової продукції, тощо.

Споживання як використання виробленого продукту для задоволення потреб економічних суб'єктів – значуща сфера суспільного відтворення. Вагомість споживання зумовлена тим, що воно є одночасно і завершальною фазою суспільного виробництва, і невід'ємною передумовою подальшого його функціонування. Особливості й характер складових споживання, а саме виробничого й особистого, зумовлені специфікою предметів споживання та його метою. Суттєвим елементом особистого споживання як завершального акту відтворення, спрямованого на забезпечення функціонування людини, є споживання харчових продуктів.

Водночас вивчення статистичних даних щодо споживання домогосподарствами України продуктів харчування передбачає визначення рівня забезпеченості населення, аналіз пропорційності розподілу доходів (видатків) між його окремими групами, оцінювання показників бідності, що є найважливішою групою соціальних індикаторів рівня життя населення [1, с. 4-5].

Слід зазначити, що у розвинених країнах на продовольчі товари припадає до 20% споживчих сукупних видатків домогосподарств. Однак у структурі видатків домогосподарств України переважну частку займають видатки на продукти харчування та безалкогольні напої. Ці видатки впродовж 2011-2018 років були найбільшими у 2005 році – 53,1% та найменшими – у 2018 році – 47,7% [2], що вказує на необхідність у вдосконаленні соціальної політики держави щодо задоволення споживчих потреб громадян України.

Аналіз споживання основних продовольчих продуктів на одну особу за рік в Україні свідчить про те, що вітчизняний аграрно-продовольчий ринок функціонує в умовах низького попиту переважної більшості населення майже на всі продовольчі продукти.

Досліджуючи характер та структуру, а також норми споживання домогосподарств відповідно до визначених раціональних норм, а також порівнюючи його з фактичним споживанням у зарубіжних країнах, слід брати до уваги платоспроможність домогосподарств України та частку споживчих видатків у загальній структурі видатків домогосподарств. Зокрема важливо вивчати споживчі ціни на продукти харчування в Україні та здійснювати порівняльний аналіз з іншими країнами світу.

Згідно з даними поточного моніторингу, споживчі ціни в Україні (у еквівалентів євровалюти) на переважну більшість основних продуктів харчування залишаються нижчими порівняно з окремими країнами світу (таблиця 1) [3].

Таблиця 1

### Споживчі ціни на основні види продуктів харчування в Україні та окремих країнах світу (осінь 2019 року)

	Одиниця виміру	Україна*		Польща**		Угорщина**		Іспанія**		Білорусь**		Росія**	
		ціна за одиницю, євро	ціна за одиницю, євро	у % до ціни в Україні	ціна за одиницю, євро	у % до ціни в Україні	ціна за одиницю, євро	у % до ціни в Україні	ціна за одиницю, євро	у % до ціни в Україні	ціна за одиницю, євро	у % до ціни в Україні	
Хліб пшеничний	кг	0,84	0,67	79,3	0,73	86,7	0,77	91,4	1,22	144,9	1,08	128,1	
Борошно пшеничне	кг	0,42	0,49	116,6	0,48	115,9	0,37	88,8	0,56	134,2	0,51	123,4	
Рис	кг	0,83	0,77	93,0	0,85	102,6	0,70	84,7	1,08	131,1	0,99	120,2	
Макаронні вироби	кг	0,65	0,69	106,0	0,91	138,4	0,72	110,0	1,00	153,5	1,04	158,7	
Молоко	л	0,88	0,46	52,3	0,56	63,5	0,55	62,2	0,63	71,7	0,79	89,7	
Масло вершкове	кг	7,46	5,00	67,0	7,52	100,8	7,96	106,7	7,14	95,7	8,31	111,4	
Яловичина	кг	4,69	6,06	129,1	7,59	161,9	7,95	169,5	5,97	127,3	6,84	145,8	
Свинина	кг	4,39	4,11	93,6	4,46	101,6	4,45	101,3	4,63	105,5	5,12	116,6	
Птиця (тушка куряча)	кг	2,23	1,63	73,3	1,61	72,1	2,43	109,1	1,88	84,4	2,06	92,6	
Яйця курячі	дес	0,67	0,86	129,2	1,27	190,3	1,00	149,5	0,89	133,0	0,81	120,6	
Олія соняшникова	л	1,25	1,05	83,8	1,03	82,3	0,91	72,7	1,26	100,3	1,39	111,4	
Цукор	кг	0,54	0,55	100,5	0,60	111,1	0,66	121,3	0,66	120,6	0,53	97,4	
Картопля	кг	0,52	0,49	93,7	0,60	115,5	0,93	177,7	0,30	58,1	0,31	59,1	
Капуста білокачанна	кг	0,28	0,82	289,5	0,76	266,3	0,99	348,5	0,30	107,0	0,32	113,9	
Морква	кг	0,29	0,82	277,3	0,85	288,3	0,66	224,4	0,34	115,3	0,41	138,4	
Цибуля ріпчаста	кг	0,32	0,93	291,5	0,76	237,5	0,49	153,2	0,41	126,7	0,36	113,6	
Яблука	кг	0,61	0,54	88,5	0,75	124,1	0,65	107,1	0,82	135,7	1,35	222,9	
Сіль	кг	0,22	0,23	105,5	0,64	289,6	0,21	95,8	0,25	112,5	0,19	86,2	
Загальна вартість	євро	27,11	26,17	96,5	31,98	118,0	32,40	119,5	29,35	108,3	32,43	119,6	

\* - офіційна статистична інформація про середні споживчі ціни у вересні 2019 року;

\*\* - інформація щодо роздрібних цін почерпнута з офіційних сайтів гіпермаркетів Ашан у відповідних країнах;

\*\*\* - у разі потреби, ціни у євровалюту перераховувалися за офіційним курсом валют, встановлених національними банками відповідних країн.

Слід також зазначити, що протягом останніх трьох місяців зросла загальна кількість позицій продовольчих товарів, за якими українські ціни перевищують ціни у країнах, які охоплені моніторингом Економічного дискусійного клубу, а саме:

- Польща – 9 позицій (хліб пшеничний, рис, молоко, масло вершкове, свинина, м'ясо птиці, олія, картопля, яблука);
- Угорщина – 4 позиції (хліб пшеничний, молоко, м'ясо птиці, олія);
- Іспанія – 6 позицій (хліб пшеничний, борошно, рис, молоко, олія, сіль);
- Білорусь – 4 позиції (молоко, масло вершкове, м'ясо птиці, картопля);
- Росія – 5 позицій (молоко, м'ясо птиці, цукор, картопля, сіль).

Подані дані вказують на те, що в Україні споживчі ціни на молоко та м'ясо птиці є вищими, ніж у більшості досліджуваних країн, що безумовно зумовлює невідповідність нормам споживання домогосподарств відповідно до визначених раціональних норм.

Окрім того, слід зазначити, що аналіз споживання основних продовольчих продуктів в Україні свідчить про те, що вітчизняний аграрно-продовольчий ринок функціонує в умовах низького попиту переважної більшості населення майже на всі продовольчі продукти.

Таким чином, незважаючи на наявність сприятливих природно-кліматичних умов та значної кількості родючих земель, в Україні присутня проблема споживання основних видів продуктів харчування вітчизняними домогосподарствами. Особливо це характерно для споживання продуктів харчування тваринного походження, що зумовлює дефіцит тваринного білка у структурі раціону українського споживача. Крім того, присутня загроза імпорту м'ясної продукції та молока, що може негативно позначитись на розвитку зазначених галузей в Україні. Натомість державні інституції поки що не в змозі гарантувати фізичну та економічну доступність продовольства для переважної більшості домогосподарств відповідно до раціональних норм.

#### Література

1. Кисельов К.Ю. Статистичне вивчення споживання продуктів харчування населенням України. Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. 08.00.10 – статистика. Київ. 2016. 201с.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 20.07.2019).

3. Споживчі ціни на основні види продуктів харчування в Україні та окремих країнах світу. Осінь 2019 року. Економічний дискусійний клуб. URL: <http://edclub.com.ua/analityka/spozhyvchi-ciny-na-osnovni-vydy-produktiv-harchuvannya-v-ukrayini-ta-okremyh-krayinah-8> (дата звернення 15.01.2020).

*Тищенко Б. П.*

*аспірант кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

*Маркова С. В.*

*к.е.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД  
Запорізький національний університет*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ЗАПОРІЖЖЯ**

Соціальна відповідальність (СВ) – це зобов'язання щодо виконання тих чи інших моральних, етичних, економічних, екологічних норм, що встановлені державою, суспільством до підприємства, недотримання яких вимагає від порушника відповідати за свої помилки та провини. Соціальна відповідальність бізнесу виникає у зв'язку з діяльністю низки суб'єктів, що відповідним чином впливають на об'єкти у соціальній сфері. До об'єктів соціальної відповідальності бізнесу відносять необоротні і оборотні активи, зобов'язання, капітал, витрати та доходи, що пов'язані з виконанням певних соціальних заходів. Суб'єктами соціальної відповідальності бізнесу вважають власників підприємств (організацій, установ), їх менеджерів та рядових працівників, акціонерів, а також

представників державних і місцевих органів влади, громадських організацій, підрядників, субпідрядників, замовників, покупців та ін. [1].

За думкою українського вченого Катихіна Є.О., СВ є філософією ведення бізнесу, що здійснюється на добровільних засадах для недопущення виникнення та загострення соціального конфлікту (всередині підприємства, громади, держави) з метою отримання прибутку та конкурентних переваг за рахунок покращення іміджу компанії, розвитку персоналу, підвищення якості продукції та інших складових ведення соціально відповідального бізнесу [2].

«Метінвест Холдинг» у своїй діяльності дотримується принципів соціально відповідального ведення бізнесу. За даними офіційного сайту [3] «Метінвест Холдинг» КСВ підприємства реалізується за такими основними напрямками: етика; регіональний розвиток; співробітники; здоров'я та безпека; екологія; партнерство.

Компанія має власний Кодекс етики Групи Метінвест, що встановлює базові етичні норми і стандарти ведення бізнесу, якими мають щодня керуватися у своїй діяльності співробітники компанії. У даному кодексі визначені принципи ділової етики (охорона праці і здоров'я; повага до людей; заборона на алкоголь, куріння, наркотики, зброю і азартні ігри; рівні можливості співробітників і дискримінація; врегулювання конфлікту інтересів; відмова від хабарництва та протидію корупції; подарунки та гостинність при роботі з третіми особами; порядність у відносинах з контрагентами та діловими партнерами; сумлінна конкуренція; конфіденційність і розголошення інформації; достовірність звітності; внутрішній контроль; захист власності компанії; інсайдерські операції; комп'ютерні системи та системи зв'язку; охорона навколишнього середовища; соціально відповідальний бізнес).

Таблиця 1

Обсяг коштів витрачених на проекти з корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Метінвест Холдинг», млн. грн. [3]

Роки	Проекти КСВ	Обсяг витрачених коштів
1	2	3
2008	Охорона навколишнього середовища	1500
	Промислова безпека та охорона праці	454,6
	Соціальний захист	193,42
	Розвиток регіонів присутності	84,29
	Соціальні інвестиції	85,57
....		
2015	Охорона навколишнього середовища	4259
	Промислова безпека та охорона праці	1184
	Соціальні інвестиції	165,5
2016	Охорона навколишнього середовища	4458
	Промислова безпека та охорона праці	1515



	Соціальні інвестиції	142,3
2017	Охорона навколишнього середовища	5962
	Промислова безпека та охорона праці	2146
	Соціальні інвестиції	212
2018	Охорона навколишнього середовища	7154
	Промислова безпека та охорона праці	2584
	Соціальні інвестиції	354

ТОВ «Метінвест Холдинг» реалізує низку заходів у рамках програм регіонального розвитку та соціального партнерства. Так, з 2008 по 2016 роки на даний напрямок КСВ було витрачено 121,8 млн. грн. та реалізовано 186 соціальних проєктів. Найбільша кількість інвестицій припадає на розвиток міської інфраструктури, охорону здоров'я, культуру і спорт [4].

У 2019 році Група Метінвест виділила понад 5 млн. грн. на стипендії запорізьким студентам. 23 травня 2019 року відбулося підписання Меморандуму про співпрацю між Групою Метінвест та Національним університетом «Запорізька політехніка» і Запорізьким національним університетом. Угода закріпила спільне прагнення соціально відповідального бізнесу та закладів вищої професійної освіти вдосконалювати рівень підготовки майбутніх промисловців. За словами Генерального директора ПАТ «Запоріжсталь», нова стипендіальна програма для понад 400 студентів, підтримка модернізації навчальних класів та лабораторій, спільна профорієнтаційна робота для популяризації металургійних професій – основні напрямки співпраці відповідального бізнесу – компанії Метінвест із запорізькими вишами.

ПАТ «Запоріжсталь» застосовує у своїй діяльності принципи корпоративної соціальної відповідальності. Проте, як і в кожному іншому підприємстві існують слабкі сторони та недоліки, які необхідно розгледіти та вчасно ліквідувати.

З огляду на існуючий стан корпоративної соціальної відповідальності на ПАТ «Запоріжсталь» способами її вдосконалення можуть стати:

1) підвищення рівня прозорості підприємства зі своїми працівниками та зовнішніми стейкхолдерами; регулярне та своєчасне подання фінансових та нефінансових звітів на сайті компанії;

2) формування щорічних нефінансових звітів відповідно міжнародним стандартам (GRI, GRI 4.0);

3) передбачити модернізацію сайтів, зробити інформацію, яка на них розміщується, доступною для людей з вадами зору;

4) змінити підходи до розміщення інформації на корпоративному сайті (інформація з КСВ повинна містити політику і результати її виконання з тих питань КСВ, які найбільше цікавлять основних стейкхолдерів компанії; для цього необхідно проводити систематичні консультації з основними групами стейкхолдерів з питань визначення категорій інформації, яка повинна, на їхню думку, бути подана на сайті);

5) висвітлення тих питань КСВ, які перебувають у центрі уваги світової спільноти з КСВ (дотримання прав людини, впровадження КСВ-програм у ланцюг постачання, політики відповідального маркетингу, роботи компанії для досягнення цілей сталого розвитку);

б) інтегрувати політику корпоративної соціальної відповідальності в стратегію компанії, що є одним із найважливіших чинників сталого розвитку;

7) сформувати на підприємстві окремих відділ КСВ з відповідним керівником або робочу групу, що цілеспрямовано займається б питаннями планування, організації, координації та контролю реалізації соціально-відповідальної діяльності (СВД) підприємства, розробки та втілення проектів та кампаній;

8) залучати якомога більше співробітників та формувати внутрішньо-організаційну культуру КСВ;

9) поширювати соціально-відповідальну діяльність не лише на регіони в яких компанія має свої виробничі потужності, а й на прилягаючі території та на райони в яких реалізується продукція компанії, адже це покращить інформованість населення про політику компанії та допоможе збільшити рівень довіри та покращити імідж компанії.

#### Література

1. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова О.В. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні експертні оцінки: монографія. Донецьк: НАН України, Інститут економіки промисловості, 2013. 296 с.

2. Катихін Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи. *Статистика України*. 2011. № 3. С. 83-86.

3. Запоріжсталь сьогодні. URL: <https://www.zaporizhstal.com/pidpriyemstvo/>(дата звернення: 27.09.2019).

4. Соціальне партнерство. URL: <https://metinvestholding.com/ua/responsibility/regionaldevelopment/socialpartnership> (дата звернення: 29.09.2019).

*Торжанова Д.А.  
докторантка*

*Карагандинский экономический университет  
Казпотребсоюза, Республика Казахстан*

## **ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ**

Развитию легкой промышленности уделяется исключительно большое внимание во многих странах мира. Высокий уровень потребления, уступающее только потреблению продовольственных товаров, обуславливает важность обеспечения «местного содержания» продукции данной отрасли промышленности. На необходимости ориентации на обрабатывающий сектор с высокой производительностью труда, разработки и апробирования новых

инструментов, направленных на модернизацию предприятий с ориентацией на экспорт продукции, акцентировалось внимание в Послании Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева [1].

Высокая социальная значимость и обеспечение высокой занятости населения превращают развитие легкой промышленности в одно из приоритетных направлений и для Казахстана. Правительством реализуются меры поддержки этой отрасли, в частности, такие как льготное налогообложение и кредитование, квоты и гранты на обучение, свободные экономические зоны, государственные инвестиции.

В Казахстане легкая промышленность объединяет три основные подгруппы отраслей: 53% приходится на текстильную промышленность, 37% - на производство одежды, 10% –на производство кожаной и относящейся к ней продукции. По состоянию на август 2019 г. в стране функционировало 1057 предприятий, 96% которых были малыми. На предприятиях легкой промышленности работало 13 тыс. человек. В динамике за 2009-2018 гг. наблюдался стабильный рост объема производства продукции в текстильной промышленности - в 2018 г. по сравнению с 2009 г. в 4 раза. В 2018 г. против 2017 г. объемы производства в текстильной промышленности выросли на 20%, в то время как производство одежды упало на 20 %. Тенденции изменения объема производства продукции в указанной отрасли изображены на рис. 1.

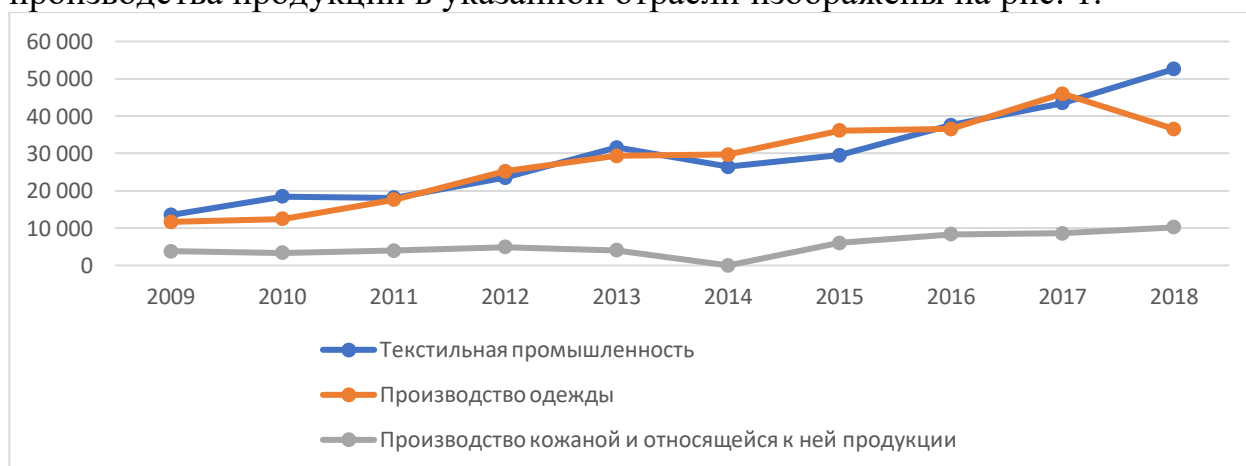


Рисунок 1. Динамика объема производства основных видов продукции в легкой промышленности Республики Казахстан в 2009-2018 гг., млн. тенге [2].

Результаты исследования показали неравномерность вложения инвестиций в основной капитал отраслей легкой промышленности. Так, наибольший совокупный объем инвестиций в отрасль достиг в 2009 г. - 11802 млн. тенге. В 2017 г. этот показатель сократился почти в два раза – 4643 млн. тенге, а в 2018 г. увеличился до 8814 млн. тенге (рис. 2).

Более детальный анализ показал, что наибольшая доля вложений приходилась на текстильную промышленность - 7349 млн. тенге, или 83% от аналогичного общеотраслевого показателя. Вместе с тем объем инвестиций в производство кожаной и относящейся к ней продукции снизился почти в 7 раз.



Рисунок 2. Динамика инвестиций в основной капитал легкой промышленности Республики Казахстан в 2009-2018 гг., млн. тенге [2].

По данным Министерства индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан, за 11 месяцев 2019 г. наблюдалось увеличение импортных потоков во всех группах отраслей легкой промышленности: на 34% в производстве одежды, на 13% в текстильной продукции и на 35% в сегменте кожи, изделий из кожи. В республике насчитывается всего 30 предприятий легкой промышленности, которые выходят на внешний рынок. В целом около 10% объема продукции легкой промышленности идет на экспорт.

На основе анализа объемов производства и инвестиций в основной капитал легкой промышленности можно прийти к выводу что наиболее перспективным для развития является текстильная промышленность. За 2010 - 2018 гг. максимальный объем импорта текстильных материалов и текстильных изделий приходился на 2014 г. В то же время с 2014 по 2018 гг. объем импорта снижался (к 2016 г. снизился вдвое). Необходимо отметить, что увеличение инвестиций в основной капитал текстильной промышленности в 2015 г. соответствовало увеличению экспорта и снижению импорта текстильных материалов и текстильных изделий (рис. 3).



Рисунок 3. Динамика объемов импорта и экспорта текстильных материалов и текстильных изделий в Республике Казахстан в 2010-2018 гг., млн. тенге [3].

Основним фактором, який перешкоджає створенню конкурентоспроможної імпортозамещаючої текстильної промисловості є нехватка сировини. Текстильній продукції необхідна тонка шерсть, для отримання якої необхідно розвивати тонкорунне овцеводство на території Казахстану. Необхідно також відзначити відсутність в республіці власного виробництва синтетичних і штучних матеріалів. Тому синтетичні і хімічні матеріали імпортуються, що негативно впливає на ціну кінцевого продукту, який неконкурентоспроможний через більш високі ціни порівняно з імпортованими аналогами.

#### Література

1. Послання Президента Республіки Казахстан Н.А. Назарбаєва народу Казахстану «Нові можливості розвитку в умовах Четвертої промислової революції» від 10.01.2018 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Президента РК, URL: <http://www.akorda.kz/>.

2. Промисловість Казахстану і його регіонів: Статистичний збірник за 2009-2013, 2014-2018 роки. [Електронний ресурс] // Сайт Комітету статистики Міністерства національної економіки Республіки Казахстан, URL: <https://stat.gov.kz/>

3. Зовнішня торгівля Казахстану: статистичний збірник за 2009-2013, 2014-2018 роки. [Електронний ресурс] // Сайт Комітету статистики Міністерства національної економіки Республіки Казахстан, URL: <https://stat.gov.kz/>

*Трачова Д.М.*

*д.е.н.*

*Таврійський державний агротехнологічний університет  
ім. Дмитра Моторного*

## **ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ**

Невідповідність необоротних активів підприємств України сучасній епісї економічного розвитку не дозволяє вітчизняній продукції бути конкурентоспроможною. У країнах з високими темпами науково-технічного розвитку держава приділяє особливу увагу складовій інформаційного забезпечення інноваційного оновлення необоротних активів. Досвід Канади та Японії є прикладом найефективнішої інформаційно-облікової державної політики в частині стимулювання інноваційного розвитку та інвестицій в технологічне переозброєння підприємств.

Комплексна побудова інформаційного простору, суцільні статистичні обстеження, гнучка система взаємодії держави і суб'єктів господарювання, прозорі програми підтримки амортизаційної політики дали змогу знизити рівень зносу необоротних активів до 38% у Канаді та 26% в Японії, за даними Світового банку показник рівня інвестиційно-інноваційної активності в цих країнах складає близько 44%. Ключовим елементом зростання інноваційної

активності стало запровадження амортизаційної політики, спрямованої на своєчасне формування власного інвестиційного ресурсу за рахунок амортизаційних відрахувань. Комплексна політика в цих країнах зумовила збільшення частки амортизації у валових інвестиціях в середньому з 43% до 54,5%. Досягти таких результатів у провадженні амортизаційної політики дозволило якісне обліково-інформаційне забезпечення. Акумуляування розширених баз даних, обмін, аналітичні процедури та формування звітної інформації здійснюється виключно в електронному вигляді, що забезпечує оперативність, відкритість та ефективність управлінських рішень. В таких умовах підприємства мають бути орієнтовані на формування власних інвестиційних ресурсів, основною складовою яких є амортизація. Державна політика інноваційного розвитку України не має логічного зв'язку з обліковою політикою, особливо в частині амортизації. Розбалансованість прослідковується в нормативно-правових документах та має в основі відсутність фундаментальних уявлень про облікову основу синергії інноваційної та амортизаційної політики у розвитку національної економіки. Вирішення проблеми потребує перш за все формування теоретичного концепту синергії інноваційної, амортизаційної та облікової політики для задоволення технологічних, соціальних, екологічних і організаційних вимог, яке сучасне інформаційне суспільство висуває до підприємництва. Натепер тільки інститут бухгалтерського обліку має необхідний теоретичний базис і практичний інструментарій для синхронізації та синергії політики держави і облікової політики підприємства щодо амортизації. Звітно-облікова система дозволяє не тільки виділити амортизаційну складову управління, а й ефективно використати її обліково-статистичні можливості для каталізації науково-технічного прогресу та інвестиційних можливостей. Теоретичне розуміння місця і ролі звітно-облікового інституту задля інноваційного зростання національної економіки сприятиме підвищенню якості й дієвості відповідних стратегічних концептуальних та нормативно-правових актів влади і управлінських рішень суб'єктів господарювання.

До цього часу у вітчизняному науковому середовищі та на практиці не застосовувався інституційний підхід до оцінки стану амортизаційної політики. Державні регулятори в цьому питанні не повною мірою використовують звітно-облікові інформаційні можливості. Амортизаційна політика в державі фактично віддана у сферу відповідальності Міністерства фінансів України. Останнє обмежило цю політику підготовкою П(С)БО 7 «Основні засоби» та незначними статтями Податкового кодексу. Проблемою є домінування фіскальних, а не інститутів стратегічного розвитку в питанні амортизаційної політики. Незважаючи на те, що інститут бухгалтерського обліку є єдиним об'єктивним генератором інформації щодо нарахування і використання амортизації, його звітно-аналітичні можливості не задіяні на всіх рівнях управління. Інформація обліку практично не використовується державними інституціями стратегічного планування і розвитку та галузевими інституціями для підвищення ефективності як амортизаційної політики, так і для стимулювання прискореного інноваційного розвитку економіки. Спостерігається обмеженість і безсистемність використання облікової інформації для формування амортизаційної політики і на

рівні вітчизняних підприємств. Це і є однією із суттєвих причин зниження темпів інноваційно-технологічного розвитку економіки України. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, галузеві міністерства та Державна служба статистики України практично відсторонені від виконання функцій стратегічного планування, організації, моніторингу і контролю за здійсненням амортизаційної політики. Вони не сповна використовують у своїй роботі інформаційні можливості інституту бухгалтерського обліку в цьому питанні. Наявні звички, переконання та професіоналізм бухгалтерів вітчизняних підприємств не сприяють якості інформаційного забезпечення управління оновленням необоротних активів на мікро- та макrorівнях. Система регулювання амортизаційної політики потребує удосконалення, вагомим фактором якого є розгляд місця і ролі у ній інституту бухгалтерського обліку та інституту професійних бухгалтерів. Останній створюється в Україні у формі професійних бухгалтерських об'єднань з обов'язковою сертифікацією бухгалтерів. Важливим при сертифікації стає не тільки зростання професійних навичок, а й етичних переконань щодо відповідальності і місії бухгалтера в ефективній амортизаційній політиці, інноваційній розбудові економіки країни. З іншого боку, інститут бухгалтерського обліку в частині його регуляторних складових націлюється на відпрацювання ефективної методологічної та методичної підтримки системи обліку і звітності амортизації підприємств. Сталий інвестиційно-інноваційний розвиток України передбачає збалансовану взаємодію системи амортизаційної політики з іншими системами соціально-економічного простору (владою, підприємництвом, ринком, законодавством тощо). В Україні на сьогодні такої збалансованості немає. Відтак є потреба в розробці наукового забезпечення теоретико-прикладних основ цілісності та складовості інфраструктурного забезпечення амортизаційної політики, що ґрунтується на ієрархічній інституціонально побудованій регуляторній і виконавчій системі. Для забезпечення збалансованої підтримки амортизаційної політики запропонована інфраструктура, яка складається з організаційної, ринкової, інформаційної, методологічної та моніторингової складових. Визначення та належна увага до інфраструктурної підтримки амортизаційної політики має за мету збалансування інтересів усіх її суб'єктів щодо прав, зобов'язань і відповідальності, що приведе до покращення облікової політики підприємництва в частині амортизаційних відрахувань, їх моніторингу та регуляторних заходів і забезпечить сталий інвестиційно-інноваційний розвиток країни.

Попередніми дослідженнями встановлено, що удосконалення обліково-інформаційного забезпечення є ключовою складовою ефективного запровадження амортизаційної політики України. Під впливом інформаційно-інноваційної економіки зростають вимоги до швидкості обміну обліковими даними в контексті провадження амортизаційної політики. Для реалізації концептуальних завдань організації обліково-інформаційного забезпечення формування амортизаційної політики, вирішення проблеми якості та оперативності обміну і використання облікових даних пропонується концептуальний фреймворк єдиного обліково-інформаційного простору,

технічне завдання якого окреслює функціонал програмного комплексу, вимоги до користувачів і генераторів інформації, терміни, форми та методи наповнення інформаційного середовища, організаційні механізми взаємодії учасників запропонованого простору. Використання суб'єктами господарювання такого програмного комплексу забезпечить ефективне провадження амортизаційної політики через оперативний обмін інформацією, прискорення зворотного зв'язку і скасування паперового документообігу. Це дозволить організувати інформаційне забезпечення реалізації концепції амортизаційної політики України на рівні, який стимулює технологічно-інноваційний розвиток економіки країни.

*Трифонов О.В.*

*д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту  
НТУ «Дніпровська політехніка»*

## **ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА**

Інвестиційний менеджмент в сучасному бізнес-середовищі розглядається як система принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з інвестиційною діяльністю підприємства. Особливістю інвестиційного менеджменту (управління інвестиційною діяльністю) є щільний зв'язок з іншими підсистемами управління підприємством, оскільки будь-які управлінські рішення стосовно інвестицій безпосередньо чи опосередковано впливають на інші види діяльності – виробничу (операційну), збутову, маркетингову, фінансову тощо). Наприклад, управління формуванням основних та оборотних засобів підприємства відбувається в результаті спільної діяльності фінансових та виробничих менеджерів, а взаємодія з менеджментом персоналу відбувається через інвестування в розвиток працівників підприємства.

На думку Федоренко В.Г., інвестиційний менеджмент являє собою «процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності суб'єкта підприємництва» [1], основною метою якого є забезпечення найефективнішої реалізації інвестиційної стратегії підприємств. Майорова Т.В. під цим поняттям розуміє «систему принципів та методів розроблення та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із здійсненням різних аспектів інвестиційної діяльності» [2]. Новикова І. В. розглядає управління інвестиційною діяльністю підприємства як «систему принципів, прийомів, методів та управлінських функцій, на основі яких визначаються організаційні форми та механізми управлінського впливу на процеси інвестування з метою забезпечення зростання вартості (цінності) підприємства та його стратегічного розвитку» [3, с. 16].

Підкреслюючи роль інвестиційного менеджменту як інструменту реалізації стратегічних цілей підприємства, М.В. Чорна зазначає, що інвестиційна діяльність є «об'єктивним процесом, що має певну логіку розвитку відповідно до властивих йому закономірностей, та відіграє важливу роль у розвитку підприємства, починаючи з визначення інвестиційної політики та



інвестиційної стратегії, які підприємство формує самостійно, виходячи з цілей свого стратегічного розвитку» [4].

Для того, щоб управління інвестиційною діяльністю було ефективним, воно має здійснюватися відповідно до таких принципів [5]:

- взаємозв'язку із загальною системою управління на підприємстві та з окремими функціональними системами управління;
- спрямованості дій на досягнення конкретних цілей інвестування;
- визначення напрямків інвестиційної діяльності в залежності від об'єктів інвестування;
- єдності інвестиційної стратегії й інвестиційного менеджменту;
- єдності інвестиційних цілей, результатів інвестиційної діяльності та засобів їхнього досягнення;
- комплексності інвестиційного менеджменту, що охоплює планування, аналіз, регулювання та контроль за інвестиційною діяльністю;
- розробки методів та засобів інвестиційного менеджменту з огляду на підвищення ефективності виробництва, збільшення прибутку та мінімізації інвестиційних ризиків.

Об'єктом інвестиційної діяльності може виступати майно в різних формах, якщо метою витрачання на нього інвестицій є отримання прибутку. Таким майном можуть бути основні та оборотні засоби, цінні папери, нематеріальні активи (інтелектуальні цінності), майнові права тощо.

З огляду на об'єкт вкладання коштів (майно) розрізняють інвестиції реальні та фінансові. Для будь-якого підприємства, незалежно від сфери його діяльності, інтерес являються саме реальні інвестиції, тобто «вкладання коштів (майна) у реальні активи — матеріальні та нематеріальні (іноді інвестиції в нематеріальні активи, що пов'язані з науково-технічним прогресом, характеризують як інноваційні)» [6, с. 19].

У сучасній зарубіжній літературі термін «інвестування» переважно трактується як придбання цінних паперів, у той час як вітчизняна економічна наука ототожнює цей термін з «капітальними вкладеннями», відповідно і інвестиції розглядаються як вкладання у відтворення основних засобів підприємства (будівель, обладнання й устаткування, транспортних засобів тощо). Але, як зазначалось вище, інвестування може бути спрямовано і на поповнення оборотних засобів і придбання нематеріальних активів (зокрема патентів, ліцензій, прав користування тощо).

Поміж інвестиційних проектів пов'язаних з реальними інвестиціями переважну частку мають ті, що реалізуються через різні форми капіталовкладень. Управління реальними інвестиціями підприємства має відбуватись системно, із застосуванням раціональних методів підготовки, оцінювання та реалізації прийнятих до впровадження інвестиційних проектів.

Вибір конкретних форм реального інвестування підприємства визначається інвестиційною стратегією, яка, у свою чергу, узгоджується із загальною стратегією підприємства. При цьому має враховуватись можливість впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, що сприяють зменшенню операційних витрат і підвищенню якості продукції, а також доступ до джерел

інвестиційних ресурсів (тобто грошових та інших активів, які вкладаються в об'єкти реального інвестування).

Ефективність інвестиційного менеджменту в загальному випадку являє собою співвідношення результатів і витрат від інвестиційної діяльності. Аналогічним чином оцінюється і доцільність реалізації інвестиційних проектів.

Існує два підходи до оцінювання ефективності інвестиційного проекту: перший з них передбачає врахування фактору часу при оцінюванні ефективності інвестиційної діяльності, а другий – врахування впливу фактора часу на показники ефективності інвестиційної діяльності.

Різноманіття методів оцінки інвестиційних проектів, які зустрічаються у сучасній економічній науці та у практиці господарювання, можна поділити на статичні та динамічні методи. Перші з них застосовуються переважно невеликими підприємствами в межах інвестиційних проектів тривалістю до одного року. На відміну від статичних, динамічні методи, як правило, застосовуються для оцінювання довгострокових інвестиційних проектів, внаслідок чого виникає необхідність дисконтування грошових потоків проекту. Отже, до динамічних методів належать методи обчислення чистої теперішньої вартості, внутрішньої норми рентабельності, індекса прибутковості тощо.

З поміж методів оцінки ефективності інвестиційних проектів найпоширенішими можна вважати ті, що передбачають прийняття інвестиційних рішень за такими критеріями:

- за середньою ставкою прибутку;
- за рентабельністю інвестицій;
- за періодом окупності інвестицій;
- за чистою теперішньою вартістю;
- за індексом прибутковості;
- за внутрішньою нормою прибутковості;
- за дисконтованим терміном окупності.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що інвестиційний менеджмент як процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання, пов'язаними із вкладенням коштів в об'єкти інвестування з метою одержання прибутку, має на меті забезпечення реалізації загальної стратегії підприємства шляхом реалізації найбільш ефективних інвестиційних проектів.

#### Література

1. Федоренко В.Г. Основи менеджменту : підручник / В.Г. Федоренко. – Київ : Алерта, 2007. – 420 с.
2. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : підруч. для студ. вищ. навн. закл. / Т.В. Майорова. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
3. Новикова Інна Володимирівна. Вартісно-орієнтоване управління інвестиційною діяльністю підприємства : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : Суми, 2013. – 219 .
4. Чорна М.В. Формування ефективної інвестиційної політики підприємства : монографія / М.В. Чорна, С.В. Глухова. – Харків : ФО-П Шейніна О.В., 2010. – 210 с.

5. Петухова О.М. Інвестування навч. посіб / О.М. Петухова. – Київ : «Центр учбової літератури», 2014. – 336 с. – Режим доступу : [https://pidruchniki.com/1555111763349/investuvannya/menedzhment\\_investitsiy](https://pidruchniki.com/1555111763349/investuvannya/menedzhment_investitsiy).

6. Страховий та інвестиційний менеджмент : підручник / В.Г.Федоренко та ін. ; під керівн. і наук. ред. В.Г. Федоренка, В.Б. Захожая. – Київ : МАУП, 2002. – 344 с.

*Турсунов И.Э.*

*к.э.н., доцент, Каршинский инженерно-экономический институт (КИЭИ),  
Узбекистан.*

*Тураева Г.К.*

*магистрант, Каршинский инженерно-экономический институт (КИЭИ),  
Узбекистан.*

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

В настоящее время вопросы обеспечения условий экономического роста предприятия выходят на первый план. На экономический рост предприятия может оказывать влияние общеэкономическая ситуация в мире в целом и в государстве в частности. Экономическая ситуация в государстве, кроме ряда прочих факторов, находится в зависимости от способности соответствующих государственных органов обеспечить как экономическую безопасность государства, так и хозяйствующих субъектов – предприятий малого и среднего бизнеса. В то же время хозяйствующие субъекты, регионы страны, предприятия различных отраслей экономики должны прилагать собственные усилия для обеспечения своей экономической безопасности. Экономическая безопасность - одна из составляющих общего понятия «безопасность». Любой ущерб рано или поздно может получить оценку в денежном выражении, то есть может быть, выделена чисто экономическая составляющая ущерба. Таким образом, экономическая безопасность, пожалуй, наиболее универсальная и часто взаимодействующая с другими составляющая понятия «безопасность».

Современные тенденции развития мировой экономики тесно связаны с возрастанием роли инновационных технологий и знаний в жизни общества. Экономика меняется, становится более инновационной, а в основе этих изменений лежит использование новых технологий, скоростных телекоммуникаций и трансформация системы образования. В этой связи в процессе осуществления реформ требуется совершенствование и разработка новых инструментов инновационного развития адаптированного современным условиям и ориентированных для решения задач поставленных в Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах.

Стратегия действий реализуется в 5 этапов, каждый из которых предусматривает утверждение отдельной ежегодной Государственной программы по ее реализации в соответствии с объявляемым наименованием

года. Объявление 2018 года Президентом Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёевым годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий имеет большое значение для развития всех отраслей экономики. Документ предусматривает совершенствования системы государственного и общественного строительства, обеспечения верховенства закона и дальнейшего реформирования судебной-правовой системы, развития и либерализации экономики, а также социальной сферы, и приоритетные направления в сфере обеспечения безопасности, религиозной толерантности и межнационального согласия, а также осуществления взвешенной, взаимовыгодной и конструктивной внешней политики страны.

Основные задачи приоритетного направления развития и либерализации экономики Узбекистана является:

- дальнейшее укрепление макроэкономической стабильности и сохранение высоких темпов роста экономики;
- дальнейшее развитие международного экономического сотрудничества, в том числе путем расширения связей с ведущими международными и зарубежными финансовыми институтами, продолжение проведения взвешенной политики внешних заимствований, эффективное использование привлеченных иностранных инвестиций и кредитов;
- повышение конкурентоспособности национальной экономики за счет углубления структурных преобразований, модернизации и диверсификации ее ведущих отраслей;
- обеспечение сбалансированности и устойчивости национальной экономики, увеличение в ее структуре доли промышленности, сферы услуг, малого бизнеса и частного предпринимательства;
- создание новых и повышение эффективности действующих свободных экономических зон, технопарков, малых промышленных зон;
- либерализация и упрощение экспортной деятельности, диверсификация структуры и географии экспорта, расширение и мобилизация экспортного потенциала отраслей экономики и территорий;
- модернизация и интенсивное развитие сельского хозяйства;
- продолжение институциональных и структурных реформ, направленных на сокращение присутствия государства в экономике, дальнейшее усиление защиты прав и приоритетной роли частной собственности, стимулирование развития малого бизнеса и частного предпринимательства.

Одним из приоритетных направлений экономической реформы, производимой в настоящее время в условиях либерализации экономики Узбекистана, является становление и развитие малого бизнеса. Общество все больше осознает, что малый бизнес представляет собой одно из ключевых условий формирования рыночных механизмов и является составляющей частью современной рыночной системы. Малый бизнес является не только необходимым звеном в создании рыночной системы хозяйствования, но и наиболее существенным элементом в социальном преобразовании общества.

Государственная политика в Республике Узбекистан в отношении бизнеса нацелена на формирование среднего класса, путем развития малого предпринимательства, ориентированного на создание новых высокотехнологичных производств с наибольшей добавленной стоимостью. Развитие предпринимательства определяется необходимостью активизации развития предпринимательства как одного из условий скорейшего завершения рыночной трансформации отечественной экономики. В системе экономических и социальных отношений большинства государств, предпринимательство выполняет сегодня важнейшие функции. В этой сфере производится основная часть валового внутреннего продукта, обеспечивается занятость большинства работающего населения.

Понятие «Экономическая безопасность» является комплексное. Так же как и экономика страны, экономическая безопасность включает в себя состояние многих видов экономической деятельности и сфер общественной жизни государства. Говорить об уровне экономической безопасности страны, региона, предприятия можно только после глубокого анализа всех компонентов, определяющих уровень его в целом.

Экономическая безопасность – это область научного знания, в рамках которой изучают состояние экономики, при котором обеспечивается:

- достаточно высокий и устойчивый рост экономических показателей;
- эффективное удовлетворение экономических потребностей;
- контроль государства за движением и использованием национальных ресурсов;
- защита экономических интересов страны на национальном и международном уровнях.

Деятельность любого субъекта хозяйствования (государства, региона, предприятия, предпринимателя) связана с определенным риском и требует от него создание такой системы управления, которая бы позволяла адекватно оценить имеющиеся угрозы и разработать мероприятия по их устранению, т.е. систему, обеспечивающую безопасность деятельности.

Под безопасностью предпринимательской деятельности следует понимать состояние защищенности субъекта предпринимательской деятельности на всех стадиях его функционирования от внешних и внутренних угроз, имеющих негативные экономические, организационные, правовые и иные последствия.

Экономический характер присвоения является одним из наиболее трудных моментов в раскрытии сущности собственности. Не пытаясь охватить все грани этого сложного явления, отметим лишь, что присвоение выражает отношение человека к вещи, причем такое, в котором практически проявляется и реализуется его отношение к другим членам общества. Рассматривая отношения собственности с точки зрения присвоения, необходимо включать в их структуру «распоряжение», «пользование», «владение». Рядом авторов, на наш взгляд, вполне обоснованно выдвигается положение, что эти категории имеют не только юридическое, но и экономическое содержание.

Обобщение их точек зрения позволяет определить распоряжение как отношения между людьми, реализующиеся в управлении объектами присвоения;

- пользование как отношения между людьми в процессе потребления материальных благ;

- владение как отношения между людьми по поводу частичного присвоения объектов во взаимосвязи с их фактическим использованием [1].

Принципиальным остается не только своевременное выявление опасности предпринимательской деятельности и разработка мероприятий по обеспечению безопасности, но и адекватная оценка угроз деятельности, которая может осуществляться с помощью различных критериев, то есть признаков, на основании которых делается эта оценка:

➤ с организационной стороны – сохранение как самого субъекта предпринимательства, так и его организационной целостности, нормальное функционирование основных подразделений;

➤ с правовой стороны – обеспечение соответствия деятельности фирмы действующему законодательству, что выражается в отсутствии претензий со стороны правоохранительных органов (или контрагентов) к субъекту предпринимательства;

➤ с информационной стороны – сохранение состояния защищенности внутренней конфиденциальной информации от утечки или разглашения в различных формах;

➤ с экономической стороны – обеспечение стабильных или имеющих тенденцию к росту основных финансово-экономических показателей деятельности субъекта предпринимательства [3].

Опасности предпринимательской деятельности – это потенциальные явления, события и процессы, способные нанести различного вида ущерб субъекту предпринимательства или его деятельности, выступающие также в форме намерений, планов или подготовки действий.

Таким образом, своевременное определение и классификация угроз предпринимательской деятельности, их содержания и характера воздействий направлено на формирование однородных параметров состояния, характеризующих готовность субъекта предпринимательства к воздействию этих угроз, способность сохранять защищенность в установленный период времени и приобретать новые свойства защищенности к заданному сроку. Любая предпринимательская деятельность неразрывна связана с огромным массивом информации, часть из которой может и должна составлять коммерческую тайну. При этом, коммерческая тайна представляет собой охраняемое законом право субъекта предпринимательской деятельности на засекречивание сведений, не являющихся государственными секретами о его деятельности, связанные с производством, технологией, управлением, финансами, разглашение которых могло бы нанести ущерб его интересам.

#### Литература

1 . Указ Президента № УП-4947 от 7.02.2017г. «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах».

2. Tursunov I., Kurbanov A. Innovative approaches to entrepreneurship. International Journal of Innovative Technologies in Economy. 5(17), Vol.2, Warsaw, Poland. June 2018.

3. Симонов С. Г. Экономическая безопасность малого бизнеса: системный подход / С. Г. Симонов, М. А. Хаматханова, Д. А. Сафонов //Фундаментальные исследования. – 2016. – С. 198-202.

*Турчина С.Г.  
к.е.н., доцент,  
доцент кафедри менеджменту,  
Сумський національний аграрний університет*

## **РОЛЬ МОТИВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Формування конкурентоспроможної економіки з потужним аграрним сектором є провідним стратегічним орієнтиром економічної політики України. Як відомо, наша держава має один із найкращих потенціалів для розвитку аграрного бізнесу у Європі, однак, погоджуючись із HR-менеджером глобальної edtech-компанії Livingston Research Русланом Кравчуком стосовно того, що співробітники з високою особистою мотивацією - це сьогодні найцінніший ресурс [1]. Нині сільському господарству край необхідними є люди з високою мотивацією, хорошою здатністю до адаптації та готовністю постійно вдосконалювати свої навички, здатні постійно освоювати інноваційні виробничі процеси, вивчати нову техніку і змінюватися разом з потребами галузі.

Як позитивний момент слід відмітити, що більшість керівників великих аграрних компаній в Україні вважають людський потенціал основним фактором підвищення конкурентоспроможності, тому активно працюють не тільки над тим щоб оновлювати обладнання, а й приділяють значну увагу постійному розвитку співробітників та готові інвестувати в перекваліфікацію персоналу або в навчання.

Однак, цілком очевидно, що успіх ринкових трансформацій в аграрному секторі визначається не тільки великими агропромисловими підприємствами, а, значним чином залежить і від ефективного фермерства, де побудова системи мотивації є важливим стратегічним завданням, яка безпосередньо впливає на продуктивність виконаної роботи працівниками господарств. Саме сільськогосподарське фермерське господарство «Урожай» Сумської області і стало об'єктом нашого дослідження.

В ході аналізу господарської діяльності СФГ «Урожай» встановлено, що площа с. – г. угідь у 2018 році становила 9612 га., досліджуваний суб'єкт має зерново-молочну спеціалізацію з розвиненим виробництвом насіння соняшника, підприємство є прибутковим та рентабельним. Зафіксовано, що в 2018 р. в порівнянні з 2016 р. виручка від реалізації продукції в СФГ «Урожай» збільшилась в 2,39 рази, а собівартість продукції підвищилася в 2,04 рази. Такі

зміни привели до приросту валового прибутку майже втричі, тобто на 125202 тис. грн. Обсяг чистого прибутку зріс на 98084 тис. грн., або в 2,5 разів, а рівень рентабельності продукції на 15,09%. Середньооблікова чисельність працівників господарства налічує 231 особу.

У рамках розгляду теми дослідження встановлено, що для більшості працівників СФГ «Урожай» оплата праці є вирішальним мотивуючим фактором (табл. 1).

Отже, основним професійним мотивом всі респонденти назвали заробітну плату, серед розглянутих чинників найменше працівників заохочує задоволення від роботи.

Таблиця 1.

Оцінка ролі професійних мотивів працівників, у балах

Група респондентів	Заробітна плата	Соціальний статус, кар'єра	Уникнення покарань	Задоволення від роботи	Самореалізація	Разом
Працівники адміністративних підрозділів	10	10	10	8	10	48
Головні спеціалісти	9	8	8	7	8	40
Робітники	8	7	5	5	6	31
Разом	27	25	23	20	24	119
У середньому по групах респондентів, %	22,6	22,0	19,3	10,8	20,1	32

Джерело: побудовано автором на основі експертної оцінки працюючих в СФГ «Урожай»

Однак, майже на одному рівні з заробітною платою головним спонукальним фактором є також соціальний статус та кар'єра (22%), самореалізація має теж велике значення для працівників СФГ «Урожай». Цікавим є і факт того, що частина респондентів називає уникнення покарань серед мотивів (19,3%). Зважаючи на той факт, що заробітної плати для всіх категорій працюючих СФГ «Урожай» є найважливішим мотивом, розглянемо її рівень та відповідність вітчизняним соціальним гарантіям рис. 1.

Результати аналізу дають підстави стверджувати, що динаміка рівня середньомісячної заробітної плати в сільському господарстві за три роки є позитивною, так як вона зросла майже в 2 рази (на 3362 грн.). Стосовно, середньомісячної заробітної плати працівників СФГ «Урожай» можемо констатувати, що вона вища за мінімальну заробітну плату в державі та прожитковий мінімум, однак є нижчою за рівень середньомісячної заробітної плати в Україні та середньомісячної заробітної плати 1 працівника, зайнятого у сільському господарстві.



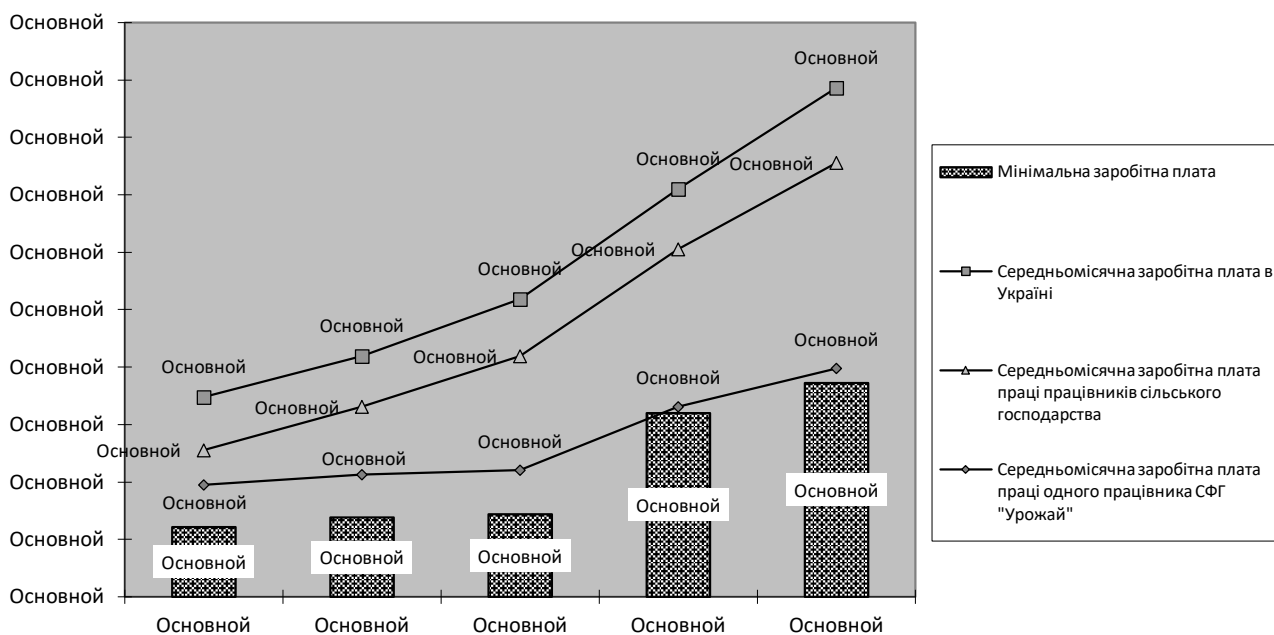


Рис. 1. Співвідношення заробітної плати працівників СФГ «Урожай» з мінімальними соціальними гарантіями в Україні

Джерело: розраховано автором за даними статистичних збірників «Праця України у: 2016 р., 2017 р., 2018 р.» та на основі офіційної інформації СФГ «Урожай»

Таким чином, розглядаючи розмір зарплати працівників досліджуваного фермерського господарства зрозуміло чому вони вказують на заробітну плату, як на основний мотивуючий фактор, який є недостатнім для забезпечення їх потреб, а відтак, спостерігається низький рівень задоволеності персоналу системою мотивації (рис. 2.)

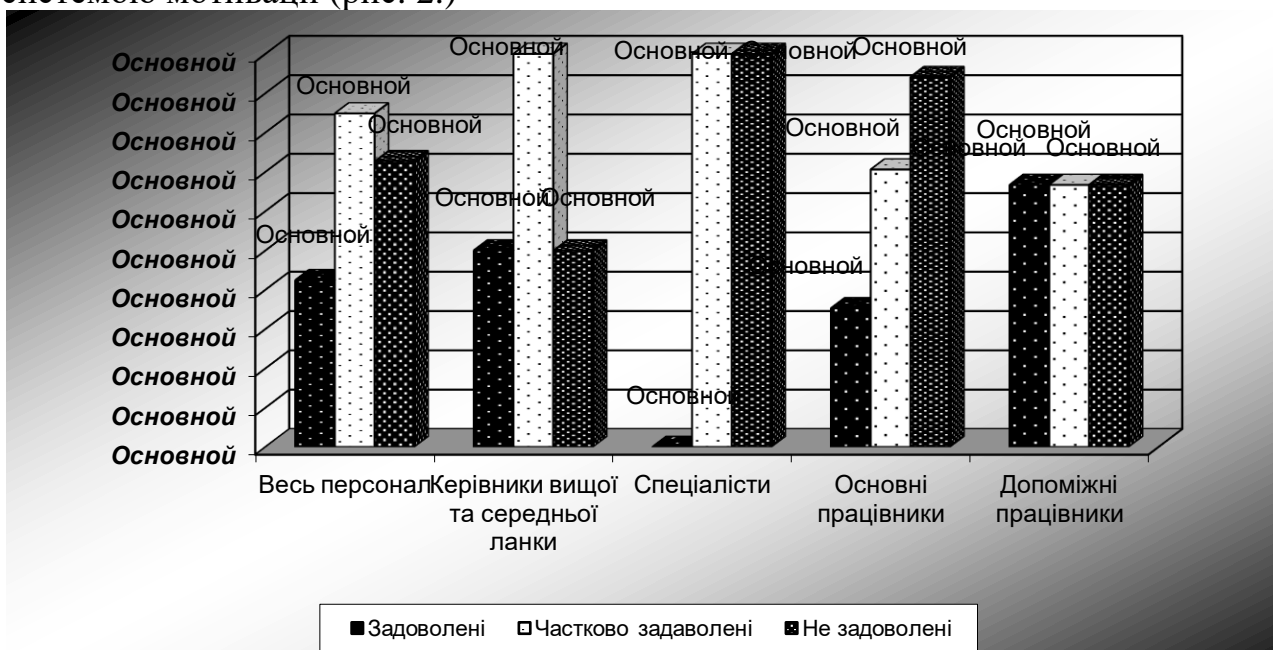


Рис. 2. Рівень задоволеності працівників системою мотивації персоналу в СФГ «Урожай»

Джерело: побудовано автором на основі експертної оцінки працюючих в СФГ «Урожай»

Так, задоволеними є 21,21% працівників, частково задоволеними - 42,43% і не задоволеними - 36,35% працівників.

Результати дослідження підтверджують важливість формування системи мотивації до праці в агробізнесі. Тому в сучасних умовах господарювання важливо розробити дієвий механізм мотивації персоналу з урахуванням особливостей видів діяльності, підходів до мотивації, інструментів мотиваційного впливу тощо, що дозволить постійно контролювати мотиваційний процес, оцінювати ефективність управлінського впливу на персонал, використовувати наявні можливості нарощування трудового потенціалу кожного працівника і підприємства в цілому.

Література

1. Кузьмін О.Є., Босак А.О., Дарміць Р.З. Планування, організування та мотивування зовнішньоекономічної діяльності. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська Політехніка», 2009. 324 с.

*Турянський Ю. І.*

*д.е.н., професор кафедри економіки*

*Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентіві України*

*м. Львів, Україна*

## **ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ПОДАТКОВИХ НОВАЦІЙ ДЛЯ САМОЗАЙНЯТИХ ОСІБ В УКРАЇНІ**

Поняття самозайнятості в Україні визначено Податковим кодексом і передбачає здійснення незалежної професійної діяльності особи, яка не є найманим працівником або фізичною особою – підприємцем, а кількість найманих працівників не перевищує чотирьох осіб. До переліку такої діяльності законодавчо наукову, літературну, артистичну, художню, освітню, викладацьку, релігійну (місіонерську) діяльність, медичну, бухгалтерсько-аудиторську і юридичну практику тощо [6]. Як бачимо, за своєю сутністю і організацією господарсько-виробничих процесів, діяльність самозайнятих осіб мало чим відрізняється від діяльності фізичних осіб-підприємців. Разом з тим, відповідно до порядку, визначеному Розділом XIV Податкового кодексу, фізичні особи-підприємці мають право на обрання спрощеної системи оподаткування та сплати єдиного податку, тоді як особи, які здійснюють незалежну професійну діяльність, законодавчо залишаються позбавленими такої можливості [5].

Загалом, за даними Державної податкової служби, загальна сума сплаченого податку на доходи фізичних осіб та військового збору особами, які провадять незалежну професійну діяльність становила у 2018 р. 371,2 млн грн. [2]. Самозайняті особи, які здійснюють незалежну професійну діяльність, підлягають оподаткуванню відповідно до ст. 167 Податкового Кодексу України. Іншими словами, законодавчо створено умови, коли професіонали, які незалежно здійснюють професійну діяльність, використовуючи в якості інструментів праці власні професійні та наукові знання, досвід та безперервне самонавчання, безальтернативно підлягають податковому навантаженню, що сумарно включає податок на доходи фізичних осіб (ставка 18%), єдиний

соціальний внесок (ставка 22%) та військовий збір (ставка 1,5%). Такий рівень оподаткування є неспівмірним із рівнем оподаткування фізичних осіб – підприємців, що використовують спрощену систему оподаткування. Попри однакові принципи стягнення єдиного соціального внеску і військового збору, ставки єдиного податку для фізичних осіб – підприємців становлять для I групи – в межах 10% прожиткового мінімуму, для II групи – в межах 20% мінімальної заробітної плати, для III групи – в межах 5% (5 відсотків доходу або 3% доходу та ПДВ для ФОП – платників ПДВ) [6].

Безумовно, для повноцінного і якісного функціонування держави, доходи громадян від здійснення підприємницької діяльності мають оподатковуватись, і таке оподаткування передбачено у всіх країнах. Так, в Канаді ставки оподаткування становлять 17-29% і диференціюються в залежності від рівня доходів, передбачено навіть повне звільнення від прибуткового податку для громадяни з невисоким його рівнем. Концептуальним підґрунтям системи оподаткування в цій країні є співвідношення доходів між найбагатшими і найбільш бідними прошарками суспільства, що цілком виправдано з точки зору соціальної справедливості і є інструментом стимулювання ефективного розвитку економіки. В одній з найуспішніших країн Європи – Швеції, ставки оподаткування також узалежнені від розміру доходів фізичних осіб, з найбільшою ставкою 22%. В багатьох країнах варіативність оподаткування базується і на таких соціальних чинниках, як сімейний стан, наявність утриманців тощо [1].

Отже, необхідність оподаткування само зайнятих не викликає жодних сумнівів. Колізія оподаткування виникає через неможливість для цієї категорії суб'єктів господарювання вільно обирати систему оподаткування власної господарської діяльності. Відповідно до ст. 24 Конституції України, всі громадяни є рівними перед законом, не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками ... соціального походження, майнового стану, місця проживання, ... або іншими ознаками [4]. Відтак, вважаємо, що положення Податкового кодексу України, якими регламентується податкове навантаження на самозайнятих осіб до певної міри є дискримінаційними щодо можливості обрання системи оподаткування.

Як бачимо, особи, які здійснюють незалежну професійну діяльність, законодавчо поставлені у нерівне податкове положення відносно інших суб'єктів господарювання. Оскільки така діяльність зазвичай не потребує значного рівня фактичних витрат і не містить виробничих ризиків, широкого розповсюдження набуло явище приховування фактичних розмірів доходів та використання різноманітних схем податкової оптимізації, зокрема самозайняті широко застосовують схеми приховування прибутків для мінімізації податкового навантаження. Так, у 2018 р. комерційні банки почали передавати Державній фіскальній службі дані про рахунки фізичних осіб, які насправді використовуються для розрахунків у підприємницькій діяльності. Виявилось, що із майже 2 млн. самозайнятих осіб банківські рахунки, відкриті для здійснення підприємницької діяльності, мають лише 964 тисячі [3]. За даними Державної фіскальної служби України, недоплати, виявлені під час перевірок у 2019 р.

самозайнятих осіб, розподілялись наступним чином: податок на доходи фізичних осіб – 55% (у 2018 р. – 41%), податок на додану вартість – 14% (у 2018 р. – 23%), єдиний внесок на загальнообов’язкове державне соціальне страхування – 7% (у 2018 р. – 11%) [3]. Аналіз результатів планових перевірок самозайнятих осіб за галузевим принципом свідчить, що найбільші ризики виявлено у фізичних осіб, які здійснюють діяльність у сфері оптової та роздрібної торгівлі на території України.

Вирішення описаної вище проблеми, на нашу думку, лежить в площині запровадження для всіх осіб, які провадять незалежну професійну діяльність спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Це дозволить покращити їх соціальне і матеріальне становище, призведе до виведення ринку самозайнятих осіб з тіні, а відповідно – дозволить збільшити надходження до бюджетів всіх рівнів. Отож, варто розробити інституційні механізми спрощення процедури адміністрування податків і зборів для цієї категорії підприємців, створивши справедливую систему оподаткування для осіб, які провадять незалежну професійну діяльність, що включатиме можливість для них обрання спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності в межах, визначених Податковим кодексом України.

Зауважимо, що реалізація таких інституційних механізмів може негативно вплинути на показники бюджетів за рахунок переходу самозайнятих осіб із загальної на спрощену систему оподаткування, а величина можливих бюджетних втрат буде залежати як від обсягу доходів, отриманих такими особами за рік, так і від кількості осіб, які скористаються правом переходу на другу або третю групу спрощеної системи оподаткування.

Водночас, запровадження запропонованих інституційних механізмів дозволить забезпечити додаткові надходження до місцевих бюджетів за рахунок детінізації доходів осіб, які здійснюють незалежну професійну діяльність. Крім того, така законодавча новація запобігатиме практиці використання схем податкової оптимізації, забезпечить дотримання принципів справедливості оподаткування, позитивно вплине на процедури податкового адміністрування і, в загальному, покращить конкурентні позиції України в глобальній світовій економіці.

#### Література

1. Геращенко О. Doing business in Ukraine. Оподаткування [Електронний ресурс] / О. Геращенко. – Режим доступу: <http://www.segodnya.ua/opinion/oleksiygeraschenkoco/doing-business-in-ukraine-opodatkuvannya671109.html>. (дата звернення 10.01.2020).
2. Державна податкова служба України. Офіційний портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tax.gov.ua/>. (дата звернення 10.01.2020).
3. Державна фіскальна служба України. Офіційний портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sfs.gov.ua/media-tsentri/novini/print-339632.html>. (дата звернення 10.01.2020).
4. Конституція України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>. (дата звернення 10.01.2020).

5. Піскова Ж. В. Формування системи показників фіскальної ефективності податків: теорія і практика / Ж. В. Піскова // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2016. – Вип. 2(6). – С. 174-180.

6. Податковий кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення 10.01.2020).

*Фелонюк О.  
студентка*

*Гордєєва-Герасимова Л.Ю.  
старший викладач*

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

На сьогоднішній день, більшість зарубіжних компаній, домагаючись успіху у підприємницькій діяльності, використовують не тільки маркетингові підходи, а й методи управління потоковими процесами, наприклад, такі як логістика. Значення логістики дуже велике для клієнтів, постачальників підприємства, його власників і акціонерів, так як вона координує всі структури підприємства (напрямок, впорядкування і розподіл продукції від виробника до кінцевого споживача, враховуючи рентабельність, результативність, продуктивність). Завдання виробничої логістики – створити і забезпечити ефективне функціонування системи управління матеріальними ресурсами на підприємстві. Логістика допомагає оптимізувати всі процеси на підприємствах.

Транспортні концепції і системи дозволяють прискорювати оборотність оборотного капіталу, знижувати собівартість виробництва, забезпечувати повне задоволення споживача в якості товарів і сервісу. Відділ логістики є обов'язковим в складі організаційної структури успішного підприємства. [1, с. 15]

Логістика охоплює весь спектр діяльності підприємства: планування, реалізацію, контроль витрат, переміщення та зберігання матеріалів підприємства. Логістичними діями вважають: обслуговування клієнтів, здійснення транспортування, управління запасами, управління інформаційним потоком. Застосування саме складових логістики дозволяє уникнути кризового стану на підприємстві.

Транспорт є найважливішим фактором логістики, так як жодне підприємство не зможе існувати без доставки готової продукції споживачеві. Транспортні дії управління запасами забезпечують високу гнучкість підприємства й час для реорганізації або виробничої системи відповідно до обставин. Сучасні фахівці в галузі логістики відзначають значну роль запасів в організації руху товару та відносять управління запасами до чинників, що дозволяє підвищити якість логістичного обслуговування учасників комерційних взаємовідносин. Завдяки ряду факторів, які впливають на ефективність пересування виробничих запасів, виникає необхідність виконувати наступні

логістичні функції: географічну спеціалізацію, консолідацію ресурсів, урівноваження попиту і пропозиції, захист від невизначеності. Кінцева логістична операція на підприємстві - обробка замовлень. Взаємодія окремих ланок логістичного ланцюга здійснюється технічним, економічним, фінансовим та іншими рівнями інтеграції. використовувати логістику необхідно для прискорення отримання інформації та підвищення рівня обслуговування виробничого процесу. До особливостей роботи логістичних систем відносять: широкий асортимент реалізованих товарів; незалежний, динамічний попит на товари; високі вимогами до обслуговування; близькість складської мережі до споживачеві; наявність посередників. [2, с.10]

У процесі глобалізації виробництва і торгівлі логістиці відводиться важлива роль. У зв'язку з чим, значення логістики на кожному підприємстві збільшується, і більша частина витрат припадає на транспортні витрати. Частка логістичних витрат істотно зростає, коли підприємства скорочуючи виробничі витрати шукають більш дешеві ресурси за кордоном. Згідно з дослідженнями Міжнародного валютного фонду, витрати на логістику складають на рівні підприємств – від 4% до більш ніж 30% доходів, у європейських підприємств цей показник коливається в межах від 9% до 11%. [3, с.16]

В сьогоднішній існує багато сервісів і програм, які допомагають забезпечити глобальну автоматизацію транспортної системи, звести до мінімуму людський фактор і скоротити логістичні витрати підприємств. Автоматизація транспортної логістики включає в себе: планування оптимальних маршрутів, моніторинг маршрутів, повний контроль над видатковою частиною, план-факт аналіз.

Ефективне управління перевезеннями передбачає вирішення двох ключових завдань: розрахунок оптимальних маршрутів і контроль виконання маршрутів.

Розрахунок маршрутів доставки можна і потрібно автоматизувати. Складання маршруту вручну вимагає від логіста значного часу і доброго знання місцевості. При використанні спеціалізованих програм, формування маршрутів, вимагає декількох хвилин і не вимагає особливих навичок. В сервісах використовуються карти для логістики, які дають наочне уявлення всієї поточної оперативної обстановки на маршрутах. Часто програми мають простий, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який дозволить будь-якому користувачеві ПК виконати розрахунок маршрутів доставки, навіть якщо раніше він не мав досвіду роботи в подібних програмах. Автоматизація транспортної логістики актуальна для логістичних, транспортно-експедиторських, кур'єрських, поштових компаній, незамінна для інтернет-магазинів та інших підприємств.

Отже, компанії, які використовують сучасні технології в роботі логістики, спрямовані на отримання оптимальних рішень, зокрема, мінімізацію загальних логістичних витрат фірми. Скорочення всіх видів витрат, пов'язаних з управлінням матеріальним потоком, витрат на транспортування, складування, управління замовленнями, закупівлями і запасами, упаковку, зменшення логістичних ризиків дозволяють підприємствам вивільнити фінансові кошти на додаткові інвестиції в нові виробничі технології, обладнання і т.д. Оптиміальні логістичні рішення можуть бути отримані менеджментом фірми не тільки за

критерієм мінімуму повних витрат, але і за такими ключовими факторами бізнесу, як час виконання замовлення і якість споживчого сервісу.

Логістика здатна зв'язати воедино і поліпшити взаємодію між базовими функціональними сферами бізнесу компанії, такими як постачання, виробництво, маркетинг, дистрибуція, організація продажів. Рационально керуючи запасами продукції, логістика сприяє зменшенню загальних витрат, зниження ціни товарів і в результаті поліпшення стратегічних позицій компанії на ринку. Таким чином, логістика підтримує системну стійкість фірми на ринку, згладжуючи внутрішньофірмові протиріччя і оптимізуючи міжорганізаційні взаємини з постачальниками, споживачами і логістичними посередниками.

#### Література

1. Гелета І.В., Калинська Е.С., Кофанов А.А. Економіка організації (підприємства): навчальний посібник. К.:Магістр, 2007.
2. Виноградов А.С. Проблеми логістики // Маркетолог. 2013. №3
3. Ковальова Е. Нова функція на «старому» виробництві // Логістика і система. №1. 2014.

*Халиков С.Р.*

*к.э.н., доцент*

*Ташкентский государственный аграрный университет*

## **АГРОБИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАНЕ ЭФФЕКТИВНЫМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМ**

Сегодня в Узбекистане функционирует 31 агрологистический центр и 1,5 тысячи холодильных складов. Кроме того, в республике действуют 2 международных центра логистики, в том числе Международные интермодальные центры логистики «Навои» и «Ташкент», которые в совокупности имеют возможность осуществлять хранение плодоовощной продукции в собственных складах-холодильниках в объеме более 6000 т.

Стоит отметить, что Узбекистан является крупнейшим производителем плодоовощной продукции в Центральной Азии. Так, в 2018 году всеми категориями хозяйств республики произведено 2750,1 тыс. тонн картофеля, 9635,1 тыс. тонн овощей, 1904,9 тыс. тонн бахчи продовольственных, 2589,7 тыс. тонн плодов и ягод и 1564,5 тыс. тонн винограда. За последние 10 лет объем переработки плодоовощной продукции и винограда вырос в 3,5 раза, в том числе объем производства плодоовощных консервов увеличился в 2,5 раза, сухофруктов - в 4 раза, натуральных соков - в 7 раз. Узбекистан превратился в крупного экспортера более 150 видов свежей и переработанной плодоовощной продукции. Сегодня более 80 государств являются импортерами узбекской сельхозпродукции. Экспортный потенциал оценивается более чем в 5 миллиардов долларов. [2]

Однако необходимо устранить ряд барьеров на пути трансформации сельского хозяйства в конкурентоспособную и работающую в интересах

частного сектора, граждан и государства отрасль. Анализ Всемирного банка показал, что в настоящее время существует пять основных вызовов для достижения данной цели. В этой статье я хотел бы описать эти вызовы и возможные меры, которые правительство могло бы предпринять для их нейтрализации.

1. Необходимо сбалансировать использование сельхозугодий.

В 2018 году около 70% пахотных земель в Узбекистане использовалось для производства хлопка и пшеницы. За последние несколько лет некоторые угодья были выведены из-под выращивания хлопка и пшеницы. Однако, чтобы получить больший эффект для развития сельского хозяйства, требуется вывести дополнительные площади, используемые в настоящее время для выращивания этих двух культур, с их последующей передачей под другие, более прибыльные культуры, в частности, фрукты и овощи. По оценкам Всемирного банка, сокращение площадей хлопка и пшеницы в Узбекистане, например, до 50% посевных площадей, приведет к увеличению валовой продукции сельского хозяйства на 51%, занятость в сельском хозяйстве вырастет на 16%, а экономия воды — на 11%.

Как быстро необходимо переводить эти угодья под более прибыльные культуры? Данный процесс должен быть поэтапным и синхронизирован с переменами в смежных отраслях. Например, перераспределение земель для производства овощей и фруктов должно происходить одновременно с улучшением агрологистики внутри страны и на ее таможенных границах. Это обеспечит быструю доставку скоропортящейся плодоовощной продукции от фермеров к местным потребителям и на международные рынки.

В противном случае перепроизводство овощей и фруктов приведет к меньшим доходам, чем выручка от продажи той же пшеницы или хлопка.

2. Необходимо повысить урожайность сельхозпродукции.

В Узбекистане средняя урожайность хлопка, пшеницы, томатов, картофеля, молока и другой продукции значительно ниже ее реальных возможностей. Повышение данного показателя не только увеличит доходы и экспорт фермерских хозяйств и агропредприятий, но и позволит передать дополнительные площади земли, ныне занимаемые хлопком и пшеницей, под другие, более прибыльные культуры.

Вызов заключается в том, чтобы преодолеть десятилетия недостаточного финансирования научных исследований и предоставления услуг, крайне необходимых для развития сектора. В 2018 году Узбекистан потратил на прикладную сельскохозяйственную науку и образование только 0,02% от стоимости валовой продукции сельского хозяйства. В то же время информационно-консультативные услуги в настоящее время вообще не доступны для местных фермеров. Для сравнения, страны со средним уровнем дохода и успешным сельским хозяйством тратят 1% от стоимости валовой сельскохозяйственной продукции на аграрную науку и разработки, в то время как многие страны с высоким уровнем дохода тратят в среднем 2,5%.

3. Необходимо максимально использовать возможности экспорта для развития сельского хозяйства.



В 2018 году стоимость экспорта агропродовольственной продукции Узбекистана, включая хлопковое волокно, составила всего лишь 1,3 млрд долларов, или 330 долларов на гектар пахотных земель. Для сравнения, за тот же период Вьетнам экспортировал сельхозпродукцию на сумму 40 млрд долларов. Экспортная выручка этой страны равнялась 6100 долларов на каждый гектар пахотной земли. Экономические реформы и меры, предпринимаемые правительством по вступлению во Всемирную торговую организацию (ВТО), помогут Узбекистану увеличить экспорт своих сельхозтоваров, в частности, плодоовощной продукции, в большее число государств мира.

Один из главных вызовов для сельского хозяйства страны — это необходимость обеспечить более широкое участие трудовых ресурсов в реализации возможностей, предоставляемых экспортом. Сейчас более 60% плодоовощной продукции производится небольшими дежканскими хозяйствами и приусадебными участками. Однако их участие в цепочках создания продукции с дополнительной стоимостью, ориентированной на экспорт, пока остается низкой.

Интеграция вышеназванных производителей в эти цепочки с помощью государственных программ по стимулированию кооперации и сотрудничеству сельхозкооперативов с агробизнесом и экспортерами способствовали бы развитию производственных возможностей и повышению рентабельности бизнеса мелких фермеров и владельцев приусадебных участков.

4. Необходимо повысить эффективность использования бюджетных средств для финансирования сельского хозяйства.

В 2018 году государственные расходы на сельское хозяйство в Узбекистане составили 1,8% ВВП (в 2016 и 2017 годах они составляли 2% ВВП).

Другие страны выделяют гораздо меньшую долю своего ВВП на сельское хозяйство. Страны со средним уровнем дохода тратят в среднем 0,6% ВВП, а страны Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) с высоким уровнем доходов — 0,2% ВВП. В 2018 году Казахстан потратил 0,8% своего ВВП на сельское хозяйство, а Вьетнам — всего лишь 0,5%. Даже двадцать лет назад, когда страны со средним уровнем дохода были беднее, их сельскохозяйственные бюджеты составляли в среднем 1,3% ВВП. Несмотря на высокий уровень государственных расходов, сельское хозяйство в Узбекистане пока не может продемонстрировать высокую эффективность. Так, в 2018 году сельское хозяйство показало рост лишь немногим выше нуля.

Например, сегодня большие объемы бюджетных средства расходуются на электроэнергию для перекачки оросительной воды на поля, эксплуатацию и управление ирригационной системы, доставляющей воду производителям хлопка и пшеницы. В то же время очень мало тратится на модернизацию данной ирригационной и мелиоративной инфраструктуры. Это значит, что в краткосрочной перспективе правительству потребуется направить больше средств на модернизацию этой инфраструктуры для обслуживания нужд диверсифицированного сельского хозяйства.

Кроме того, большинство государственных программ, критически важных для развития сельского хозяйства, были хронически недофинансированы в свое время. Они включают в себя программы по прикладным сельскохозяйственным исследованиям, распространению знаний, образования по сельскохозяйственным дисциплинам, повышению плодородия почв, развитию системы безопасности пищевых продуктов, ветеринарные и фитосанитарные услуги, поддержке предпринимательской деятельности (сельхозкооперативы, кластеры, продуктивные партнерские отношения), сбору и анализу рыночной и статистической информации, развитию рыночной инфраструктуры и агрологистики, защите окружающей среды, анализу политики, мониторингу и повышению квалификации кадров на всех уровнях. В будущем эти программы также потребуют гораздо больших объемов государственного финансирования.

Хорошая новость для Узбекистана — страна может достаточно быстро повысить эффективность государственных расходов, отменив налогообложение фермеров за счет низких государственных закупочных цен на пшеницу и хлопок.

5. Необходимо защитить права фермерских хозяйств на землевладение.

Права дехканских хозяйств (мелких фермеров) на землевладение законодательно защищены. Это одна из главных причин, почему урожайность мелких дехканских хозяйств в среднем выше, чем у более крупных фермерских хозяйств, несмотря на то, что им приходится платить больше за материально-технические ресурсы, и им сложнее механизировать производство на своих маленьких земельных участках. В то же время, по ряду причин и в любой момент крупные фермеры могут потерять арендованную у государства землю. Это может произойти из-за реструктуризации хозяйств, несоблюдения плана размещения культур или невыполнения государственного плана по заготовке хлопка и пшеницы, ответственность за который возложена на местные власти.

Опыт Китая и Вьетнама показывает, как нужно реформировать подход к мотивированию фермеров. В этих странах система госзаказа была давно отменена, но это не привело к коллапсу их сельского хозяйства. Производство небольшого числа стратегических культур здесь стимулируется за счет системы размещения культур, прямых бюджетных платежей фермерам и соответствующих государственных программ, направленных на повышение урожайности, улучшение качества продукции и защиту от вредителей и болезней. И этим данный подход отличается от существующей системы поддержки государственного плана по заготовке хлопка и пшеницы в Узбекистане.

Конечно, список задач и вызовов, изложенных выше, выглядит достаточно обширным. Однако их решение видится вполне реалистичным и крайне необходимым для ускорения модернизации и повышения конкурентоспособности сельского хозяйства, а также структурных преобразований в экономике страны.

## Литература

1. Ашурметова Н.А. Влияние агрологистики на конкурентоспособность предприятий агробизнеса //Научный журнал «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук», № 04 (122) апрель 2019. С. 24-29. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37183101>
2. Ходжаев Ж. Аграрный сектор поддержит новая стратегия. //Министр сельского хозяйства Республики Узбекистан Жамшид Ходжаев о Проекте «Стратегия развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на период 2019-2030 годы» //Российская газета - Спецвыпуск № 193(7951). <https://rg.ru/2019/08/29/eksportnyj-potencial-uzbekistana-v-apk-prevyshaet-5-milliardov-dollarov.html>
4. Эргашев Р.Х., Равшанов А.Д.- Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана, iv международной научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25 ноября 2016 года) 325-327 стр.

*Хацер М.В.*

*к.е.н., доцент*

*Запорізький національний університет*

*Карамушко А.С.*

*студентка факультету менеджменту*

*Запорізький національний університет*

## **ЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сучасний розвиток бізнесу диктує такі умови, що задля вдалої конкурентоспроможності та виживання на ринку праці необхідно постійно адаптувати свою діяльність до умов ринкового оточення. Процес глобалізації розповсюджується на усі стадії виробництва, що суттєво ускладнює трансформацію матеріальних, товарних та інформаційних потоків. Запровадження логістики, як сучасної концепції менеджменту, дозволить досягнути стійкого фінансового стану підприємства, зменшити сукупні витрати, забезпечити високий рівень сервісної функції та запровадити новітні системи постачання. У цілому концепт логістичного менеджменту є одним з найбільш сприятливих підходів до управління матеріальними, фінансовими та іншими потоками. Відзначаємо важливість використання логістичного менеджменту на сучасних підприємствах у контексті забезпечення їх конкурентоспроможності на національному та закордонних ринках, а також підвищення економічної ефективності суб'єктів підприємницької діяльності в умовах глобалізації.

Наголошуємо на значній увазі до розробки наукової проблематики логістичного менеджменту зі сторони вітчизняних та закордонних вчених, до яких відносимо напрацювання: Л.С. Головкової та А.Є. Головкової [1]; Н.В.

Івасишиної і А.О. Пильченко [2]; Л.Л. Ковальської, В.Л. Циганюк [3]; Ю. Ву, М. Го, К.-Х. Ян, С.-Х. Хуанг [4] та інших. У той же час відзначаємо, що глобалізаційні процеси постійно впливають на розвиток логістичного менеджменту на підприємствах, що потребує проведення подальших наукових досліджень.

Наголошуємо, що складність та багатоаспектність здійснення логістичного менеджменту на суб'єктах підприємницької діяльності призвела до значної наукової дискусії відносно визначення сутності цього терміну.

Так Д. Дж. Бауерсокс та Д. Дж. Клосс під логістичним менеджментом розуміли створення та налагодження таких систем управління потоками матеріальних ресурсів незавершеного виробництва та запасів готової продукції, які б служили опорою для ділової стратегії господарської одиниці [5, с. 24].

Натомість Л.В. Фролова вказувала, що логістичний менеджмент - це синтез основних управлінських функцій, спрямованих на планування, організацію, контроль і регулювання економічних потоків у господарських системах для досягнення загальносистемних цілей з найменшими витратами [6, с. 176].

Л.Л.Ковальська, В.І. Циганюк наголошували, що логістичний менеджмент - це сукупність управлінських функцій, методів та форм управління підприємством, реалізація яких спрямована на оптимізацію фінансових, матеріальних, інформаційних та інших потоків в межах логістичного ланцюга «постачання – виробництво – складування – збут», задля забезпечення стійкого економічного зростання підприємства [3, с. 92].

Відзначаємо складність визначення терміну та необхідність його доопрацювання в межах врахування розвитку глобалізаційних процесів у світі, що мають активний вплив на суб'єкти господарювання. Іншим аспектом, який необхідно відзначити в межах визначення сутності логістичного менеджменту є національні особливості його здійснення в різних країнах світу.

Головна ціль логістичного підходу - інтеграції всіх складових підприємства, яка полягає в тому, що потоки матеріалів, фінансів та інформації на технологічно самостійних етапах і стадіях зв'язуються в загальній системі управління.

Одним з призначень логістичного менеджменту є сприяння реалізації корпоративної стратегії підприємства з оптимальними витратами ресурсів, а також забезпечення стійкості підприємства на ринку.

У цілому підприємництво - це сукупність власне компанії, споживачів, постачальників сировини та матеріалів, комплексу складського та транспортного господарства, що у наслідку представляє собою систему логістичного менеджменту, яка керує інтегрованими бізнес-процесами, пов'язаними з просуванням продукції і послуг. Саме логістичний менеджмент дає змогу вдало керувати коштами компанії таким чином, щоб задовольняти потреби обох сторін, тобто виробника та споживача.

В умовах глобалізації на ринку з'являється значна кількість транснаціональних компаній, такі як міжнародні транспортно-експедиторські фірми, банки, страхові тощо, що дають змогу розвиватися глобальним логістичним ланцюгам.

Основними чинниками глобалізації логістичного менеджменту є:

- необхідність зменшення логістичних витрат і покращення сервісної функції логістики в межах активізації експортно-імпортних операцій між різними країнами світу;

- розвиток нових ринків збуту де існує потреба збільшення обсягів продажу;

- розвиток великих міжнародних логістичних посередників, що активно впливають на кон'юнктуру ринку;

- поява новітніх автоматизованих систем складування, глобальних інформаційних мереж (Інтернет, GPS).

Для ефективної діяльності підприємства в умовах теперішньої економічної ситуації, логістичний менеджмент має враховувати такі аспекти як:

- економіка;

- фінанси;

- міжнародні відносини;

- політичну ситуацію;

- екологічні проблеми.

Даний напрямок діяльності повинен бути направлений на утворення транспортно-логістичної системи, яка буде підтримувати навколишнє середовище та враховувати аспекти пакування, маркування з урахуванням екологічності показників. Розглядаючи фінансово-економічний аспект реалізації такої управлінської діяльності слід зазначити, що вона зменшує витрати та покращує ситуацію щодо положення підприємства на ринку з точки зору його конкурентоспроможності.

Як висновок, можна сказати, що глобалізація - це незворотній процес, який тягне за собою певні позитивні та негативні наслідки, через які вітчизняні підприємства повинні прискорено адаптуватись до нових тенденцій та переймати досвід логістичного менеджменту світових компаній для подальшої оптимізації та вдосконалення діяльності. Логістичний менеджмент повинен збільшити економічну ефективність підприємств, особливо в порівнянні з класичними методами управління.

#### Література

1. Головкова Л.С. Логістичний менеджмент у системі управління корпорацією/ Л.С. Головкова, А.Є. Головкова // Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту». – 2013. – №. 6. – С. 25-30.

2. Івасишина Н.В. Логістичний менеджмент як основний чинник реалізації корпоративної стратегії підприємства/ Н.В. Івасишина, А.О. Пильченко // Вісник Національного транспортного університету. – 2011. – №. 24 (1). – С. 309-314.

3. Ковальська Л.Л. Логістичний менеджмент на підприємстві: особливості та напрями удосконалення/ Л.Л. Ковальська, В.Л. Циганюк // Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. – 2013. – №. 10. – С. 87-97.

4. Wu Y. Logistics management research collaboration in Asia./ Y. Wu, M. Goh, C.-H. Yuan, S.-H. Huang // The International Journal of Logistics Management. – 2017. - № 28. – pp. 206-223.

5. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. / [Пер. с англ. Н.Н. Барышниковой, Б. С. Пинскера] / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009. - 640 с.

6. Фролова Л.В. Концепція логістичного управління - основа підвищення ефективності функціонування підприємств / Л.В. Фролова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. - 2005. - N 526. - С. 173-180.

*Хорошун В.В.  
к.е.н., доцент,  
Солодухін С.В.  
к.е.н., доцент,  
Інженерний інститут  
Запорізького національного  
університету*

## **РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ АГРОПІДПРИЄМСТВОМ**

Вирішення питань виробничих і постачальних потреб, питань реалізації продукції, зменшення витрат і взагалі систематизація робочих процесів агропідприємства змусило розробити певні методи управління підприємством в агросфері, до складу яких входять також принципи планування логістики і матеріально-технічного забезпечення. Такі методи отримали назву корпоративні інформаційні системи. Поява та широке розповсюдження таких систем почалося ще у 20-му столітті завдяки таким відомим людям, як Фредерік Тейлор, Генрі Гантт та ін. [1, с. 56; 2, с. 71-84]. Наприклад, Гантт вивчав менеджмент на прикладі побудови кораблей, і запропонував свою діаграму, що складається з відрізків (задач) і точок (завершальних задач або вех), як засіб для відображення тривалості і послідовності задач в проекті. До речі, саме на його роботи спирається Microsoft у своєму програмному інструменті Project.

Розвиток корпоративних інформаційних систем поділяється на етапи:

MRP (Materials Requirements planning) – спирається на планування потреби в матеріалах. Була розроблена у 20-му столітті та є найпоширенішою логістичною системою. Головна задача MRP-системи полягає в забезпеченні гарантії наявності необхідної кількості матеріалів і комплектуючих в будь-який відрізок часу в рамках планового періоду і надання можливості зменшення постійних запасів, що одночасно сприяє розвантаженню складів.

Головні переваги системи:

- ефективно налагоджена система гарантує наявність матеріалів і комплектуючих, зменшення затримок у часі поставок;
- безперервний контроль витрат і собівартості продукції;
- впорядкованість виробництва через контроль статусу кожного матеріалу, що дозволяє вести моніторинг його конвеєрного шляху.

Вдосконаленим розвитком системи MRP стала система MRP II, яка окрім ключових елементів своєї попередниці, включає такі покращення:

- в першу чергу, на передній план виходить формування плану виробництва на основі заказів клієнтів та аналізу попиту, що і відрізняє цю систему від попередньої. Система охоплює процедури швидкої комп'ютерної перевірки можливості виконання - так зване приблизне планування потужності (Rough Cut Capacity Planning).

- введено оперативне управління засобом перевірки укомплектованості і запуску заказів, облік виконання операцій і заказів, облік ресурсів на складах і всіх відділах виробництва.

Наступною була запропонована система ERP (Enterprise Resource Planning) - планування ресурсів підприємства. Ця система є результатом подальшого вдосконалення і трансформації системи MRP II у систему нового покоління. Загалом вона орієнтована на вирішення питань управління великими корпораціями з розташованими на значній території структурними підрозділами й ресурсами. На відміну від MRP II в ERP-системі більше уваги приділяється фінансовим підприємствам, додаються механізми управління транснаціональними корпораціями, враховуючи підтримку декількох часових поясів, мов, валют, систем бухгалтерського обліку і звітності.

Поняття ERP використав аналітик Gartner Лі Уайлі (англ. Lee Wylie) в дослідженні розвитку MRP II [3]. Уайлі спрогнозував появу користувацьких систем, що забезпечує збалансоване управління усіма ресурсами організації, не тільки тих, що відносяться до основної діяльності виробничого підприємства, але й тих, що поєднують дані про виробництво, збут, фінанси, кадри, тощо. Концепція стала загально відомою за рахунок підтримки виробниками прикладного програмного забезпечення, зокрема, вона була реалізована у продукті SAP R/3, що був розроблений корпорацією Oracle.

У середині 2000-х років розповсюдження та інтеграцію систем спрваджували не тільки компанії-розробники відповідних систем, але й консалтингові компанії. І якщо на початку системи розгортались суто на промислових підприємствах, то вже у другій половині 2000-х до них приєдналися підприємства з агросфери, зі сфери послуг і навіть державні установи.

Основні переваги системи:

- зниження собівартості продукції за рахунок ефективності виконання господарських операцій;
- зменшення часу виходу продукції на ринок та підвищення її якості;
- зменшення витрат виробничих ресурсів;
- обробка заказів за замкнутим циклом.

Отримані знання та інформація на базі систем ERP виявили, що підвищенню ефективності реалізації готової продукції сприяє наявність інформації про конкретного покупця, тобто його бажання і потреби, які й відобразяться у готовому продукті. Це сприяло появі нової, ще більш ефективної системи - CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) - бізнес-методологія,

яка переносить ту частину діяльності підприємства, що орієнтована на покупця, в центр системи управління бізнесом.

Суть концепції полягає у тому, що під час планування та управління виробництвом необхідно враховувати не тільки основні виробничі і матеріальні ресурси підприємства, але й потреби замовника, зокрема гарантійне та сервісне обслуговування після продажу продукції. Тобто концепція CSRP передбачає інтеграцію замовника в систему управління підприємством і приділяє велику увагу маркетинговій діяльності в розвитку підприємства.

Як бачимо, з початку нового століття системи управління значно змінилися, зсунулися акценти і вектори впливу. Сучасні напрямки можна охарактеризувати так:

- перетворення ринку продавця на ринок покупця;
- посилення конкурентної боротьби;
- поступове поширення концепції маркетингу і як результат – зростання насиченості, ширини, глибини товарного асортименту.

В сучасному агробізнесі з розвитком комп'ютерних та інформаційних технологій під цими системами розуміють автоматизовані програмні комплекси, що отримали назву корпоративних інформаційних систем.

Останнім часом на Україні спостерігається досить стрімкий ріст ринку системної інтеграції автоматизованих інформаційних систем (згідно світових даних 28% щорічно) [4, с. 46-49], значними темпами зростає ринок консалтингових послуг з впровадження інформаційних систем, з метою зменшення витрат підприємства, збільшення віддачі та підвищення продуктивності. Особливо швидкими темпами розвиваються автоматизовані системи у сфері менеджменту. Однак впровадження автоматичних інформаційних систем супроводжується низкою проблем, основною з них є проектування системи без врахування стратегії розвитку аргокомпанії.

#### Література

1. *Тейлор Ф.У.* Принципы научного менеджмента. Пер. с англ. А.И. Зак; Научи. ред. и предисл. Е.А. Кочерина. М.: «Журнал «Контроллинг», 2001. 104 с.
2. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации. Пер. с англ. под ред. В.А.Спивака. СПб: Питер, 2011, С. 71-84.
3. ERP – планування ресурсів підприємства. URL: <http://dss-bi.com.ua/System/gartner>
4. Шумейко В. Організаційні структури управління маркетингом на виробничих підприємствах. *Маркетинг в Україні*, № 1, 2009. С. 46-49.



*Цвілий С.М.  
к.е.н., доцент,  
доцент кафедри ТГРБ  
Національний університет «Запорізька політехніка»*

## **АГРОТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК ДИВЕРСИФІКАЦІЇ БІЗНЕС-ІНТЕРЕСІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА АГРАРНОЇ СФЕРИ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Ефективний розвиток підприємництва у аграрному секторі економіки передбачає створення сприятливого середовища для багатофункціонального (диверсифікованого) ведення господарської діяльності на основі використання наявного людського, природного, ресурсного потенціалів. Одним із напрямів урізноманітнення економіки аграрної сфери є туристичне підприємництво, або сільський туризм. У процесі задоволення потреб споживачів у відпочинку на селі цей вид діяльності збільшує додану вартість продукції агропромислового комплексу, виступає джерелом додаткових доходів та забезпечує економічну активність місцевого населення, а також стимулює розвиток екомаркетингу.

З підприємницької точки зору, сільський туризм слід розглядати як самостійну, систематичну, ризикову господарську діяльність щодо надання у сільській місцевості комплексу основних (послуги розміщення, харчування) та супутніх (сільськогосподарські роботи, риболовля, прогулянки на конях, участь у святах, продаж народних промислів) послуг туристам з метою отримання економічного, соціального, іншого ефекту. В свою чергу, екотуризм передбачає відпочинок, який максимально наближений до лона природи [1, с. 26].

У сучасному світі туризм є багатогранним явищем, яке тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак, жодна з них не може повністю і вичерпно охарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи, і, України, зокрема. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та інші. Цей бізнес приваблює підприємців з багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності, мінімальний термін окупності витрат [2, с. 155].

Сьогодні одним із перспективних напрямків диверсифікації бізнесу суб'єктів регіонального підприємництва Запорізької області є сільський туризм, основними видами якого є екологічний туризм та сільський зелений туризм. Відомо, що сільський туризм представляє собою відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних

шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами.

Існують специфічні риси, якими повинен володіти регіон, для успішного розвитку сільського туризму. До таких специфічних рис зараховують такі: 1) чисте природне середовище; 2) низький рівень урбанізації та індустріалізації, для якого характерні: низька щільність населення і мала задіяність працюючого населення в несільськогосподарських професіях; 3) обмежена інтенсивність сільськогосподарської та лісової продукції; 4) сприятлива аграрна структура (господарства середньої величини); 5) гармонійний агрокультурний ландшафт; 6) невеликі доходи людей; 7) вільні (невикористані) ресурси помешкань.

Структура агропромислового комплексу Запорізької області не в повній мірі відповідає можливостям реалізації туристичного потенціалу в напрямку розвитку сільського туризму. Однак, підприємництво регіону має можливість диверсифікувати бізнес за рахунок організації агротуристичної діяльності. Так, агротуризм це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) селища з метою рекреації, освіти чи активного залучення до традиційних форм господарювання. Агротуризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає використання сільського помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму: 1) використання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах господарства; 2) розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до господарства, наприклад, у кемпінгах та наметах [3].

Взагалі, агротуризм виступає спрощеною формою сільського туризму. В агротуризмі індивідуальне селянське (фермерське) господарство становить одночасно і ночліжну базу і головний предмет інтересу туриста. Агротуризм не включає в себе ті форми туризму, які здійснюються на сільських територіях. Основними запоруками успіху підприємців Запорізької області в сфері агротуризму повинні стати: 1) культурний рівень регіонального фермера; 2) естетика фермерського господарства; 3) інноваційні моделі обслуговування гостей; 4) близькість розміщення господарства до міського центру.

Позитивний вплив агротуризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає, передусім, у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського підприємця не тільки у сфері агровиробництва, але й у сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших. Такий підхід надає нові можливості підприємцям регіону щодо диверсифікації бізнесу.

Важливим результатом розвитку агротуризму в регіоні буде розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, причому реалізації її на місці, і не як сільськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент

овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство.

Суттєву роль відіграє розвиток агротуризму у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати туристів, члени селянських родин мимоволі змушені будуть поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, приготування їжі тощо, а спілкування з гостями розширить їх кругозір, дасть змогу зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах. Розвиток агротуризму в Запорізькому регіоні має: 1) спонукати до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл, селищ; 2) стимулювати розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, в короткостроковому періоді приймання і обслуговування туристів відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Однак, з певним надходженням коштів від цієї діяльності, підприємництво регіону з метою реалізації власних бізнес-інтересів почне розуміти доцільність та необхідність довгострокових інвестицій в облаштування інфраструктурних об'єктів, у тому числі об'єктів комунальної власності, і це одночасно й вагомий внесок у розвиток села.

Важливим аспектом у формуванні сприятливого для агротуризму бізнес-середовища є стимулювання підприємницької активності у цьому сегменті, становлення й розвиток якого сприяє системному вирішенню організаційно-економічних проблем відтворення потенціалу багатьох підприємств регіону. Зрозуміло, що це потребує поєднання зусиль і ресурсів підприємницьких структур, громадськості і влади. Систематизація основних причин стримування розвитку агротуризму виділяє: недосконалість нормативно-законодавчої бази, відсутність досвіду підприємницької діяльності, нестачу початкового капіталу, недостатній рівень державної підтримки. Забезпечення відповідних умов стимулювання бізнесу в системі агротуризму передбачає опрацювання нових концептуальних підходів до створення сприятливого ринкового середовища.

Таким чином, системний вплив агротуризму на економіку сільських територій Запорізької області має відбуватися через різноманітні ефекти (економічний, соціальний, етнокультурний, особистісний, екологічний) та зв'язки з суб'єктами інших видів економічної діяльності (з підприємствами агропромислового комплексу, закладами розміщення, мисливськими, рибними та кінними господарствами, майстрами народних промислів, магазинами, перевізниками, будівельними компаніями тощо). В результаті цих впливів буде утворюватися синергія сільського туризму, що забезпечить диверсифікований розвиток бізнес-середовища функціонування підприємництва регіону.

#### Література

1. Лазарева О.В. Ключові аспекти розвитку агротуризму в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. Вип. 4. С. 25-35.
2. Пітюліч М.М. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн // М.М. Пітюліч, І.І. Михайлюк. // *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. Серія «Економіка». Спецвипуск 33. Частина 3. С. 154-158.

3. Кифяк В.Ф. Стратегія розвитку територіальних рекреаційних систем: теорія, методологія, практика: монографія. Київ; Чернівці: Книги-XXI, 2010.

*Цимбал А.Р., Маловічко С.О.*

*студенти*

*Запорізький національний університет*

*Олійник О.М.*

*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД*

*Запорізький національний університет*

## **ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА УМОВИ ПОКРАЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою і невід'ємною сферою господарської діяльності підприємств, фірм, які є учасниками ринкових відносин в Україні.

Для багатьох українських підприємств зовнішньоекономічний чинник набуває особливої значущості. Більш того, окремі підприємства і навіть галузі, наприклад металургійна, машинобудівна, виживають - саме завдяки ЗЕД. Труднощі вітчизняних підприємств відбуваються не тільки від багатьох несприятливих обставин всередині нашої країни, а й значною мірою обумовлені змінами в міжнародному бізнесі. У сучасному діловому середовищі будь-яке підприємство зіштовхується з серйозними фінансовими проблемами і жорсткою конкуренцією як з боку західних, так і українських товаровиробників.

Для розвитку ЗЕД в Україні прийняті і широко використовуються законодавчо-нормативні акти, що регулюють ЗЕД на трьох рівнях - вищому, функціонально-галузевому і регіональному, за кожним, з яких закріплені основні функції і визначені конкретні завдання. Тільки в Цивільному кодексі України записано, що підприємствам надається право самостійно вирішувати виробничі проблеми, в тому числі завдання підвищення конкурентоспроможності продукції. Практика реформування української економіки призвела до того, що фінансове забезпечення науково-технічного розвитку підприємства здійснюється без участі держави.

Багато проблем виникає і в сфері формування системи управління господарською та зовнішньоекономічної діяльності. До сих пір не вироблена комплексна система управління соціально-економічними процесами в сучасній Україні, не вироблена науково обґрунтована концепція управління в цей складний перехідний період, і, зокрема, не визначені на досить тривалий період державні заходи регулювання зовнішньоекономічної діяльності, на основі яких її учасники могли б планувати і розраховувати свої дії. Що ж стосується зовнішньоекономічних інтересів, то вони, як правило, реалізуються переважно політичними діями уряду на міждержавному рівні. Важливо в цьому плані знайти оптимальний стан при виборі необхідного поєднання використання політичних і економічних засобів для досягнення тих цілей, які ставить перед

собою та чи інша країна в процесі формування міжнародних економічних відносин як на двосторонньому, так і багатосторонньому рівнях.

В Україні, за даними статистики частина зовнішньоекономічних операцій, що припадає на державний сектор економіки є незначною у порівнянні з приватним сектором. Головним завданням держави є створення відповідного нормативного та інфраструктурного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Однак, треба враховувати, що економіка не є саморегульованим механізмом, який самостійно вирішуватиме усі наявні у зовнішньоекономічній діяльності проблеми. На даний час економіка міжнародних відносин потребує державного втручання та підтримки національного виробника та споживача.

Відсутність такої підтримки може призвести до скорочення національного виробництва, втрати конкурентних позицій у міжнародному поділу праці та відповідно до відтоку капіталу з країни (як фінансового так і людського).

На даний час в уряді і в суспільстві взагалі немає достатнього накопичення ролі прямих іноземних інвестицій для розвитку економіки, не існує узгодженої політики щодо прямих іноземних інвестицій, не узгоджена з цим процесом стратегія економічних реформ. Тому на найближчу перспективу необхідно вирішити два завдання:

1) сприяти кращому розумінню ролі іноземних інвестицій як для реалізації нових проектів, так і для приватизації існуючих;

2) надати ефективну допомогу інвесторам, створивши центр, який надавав би необхідну інформацію.

Сьогоднішня ситуація ускладнюється тим, що в Україні відсутні нормальні економічні стимули як для інвестування, так і для нарощування експорту. І це є основним недоліком державної економічної політики.

#### Література

1. Ключник А.В. Регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектора в умовах євроінтеграційних процесів України. *Економіка та інноваційний розвиток національного господарства*. 2016. № 4. С. 11–15.

2. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Київ : Фінансист, 2016. 634 с.

*Черкашина Т. С.*

*к.е.н., доцент*

*ХНЕУ ім. С. Кузнеця*

## **УГОРСЬКА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Трансформаційні процеси, розпочаті на початку 90-х рр. ХХ ст. у країнах Центрально-Східної Європи, поставили їх у складні економічні умови. Тим не менш переважній більшості країн — Польщі, Чехії, Словаччині, Румунії, Угорщині, Хорватії — вдалося не лише подолати наслідки економічної кризи (диспропорційність економічного розвитку, макроекономічну нестабільність,

стагнацію національного виробництва), досягти позитивних економічних результатів, а й стати повноцінними членами Європейського Союзу (ЄС). Важливу роль у цьому процесі відіграли ефективні ринкові реформи в усіх галузях національного господарства, зокрема у галузі сільського господарства. Відтак, не викликає сумніву, що вивчення успішного досвіду реформування аграрних відносин і формування ринку землі в країнах Центральної-Східної Європи, є вкрай актуальним науковим завданням.

Метою даної публікації є вивчення угорської моделі формування ринку землі та обґрунтування доцільності її застосування в Україні.

Формування ринку землі в Угорщині відбулося у три етапи. Перший етап охопив період з 1993 по 2004 рр. і мав на меті створення сприятливого інституційного середовища для приватизації сільськогосподарських угідь і захисту прав приватної власності на землю. Зауважимо, що, на відміну від багатьох пострадянських країн, перший етап ринкової трансформації аграрного сектору Угорщини передбачав не широку приватизацію, як в Україні, Росії, Молдові, Вірменії, Азербайджані, і не реституцію землі, як у Латвії, Литві, Естонії, а пошук її ефективних власників. Саме тому вже у середині 90-х рр. ХХ ст. угорський уряд ввів в обіг спеціальні цінні папери у вигляді контрибуційних сертифікатів, власники яких отримували право купівлі будь-якої земельної ділянки на публічних торгах (аукціонах). Відомо, що понад 35% (або 2,7 млн. га) угорської землі сільськогосподарського призначення було придбано саме за допомогою контрибуційних сертифікатів на земельних аукціонах, інші 35% землі (або 2,7 млн. га) — передані колишнім працівникам державних аграрних підприємств на безоплатній основі, а 30% сільськогосподарських угідь (або 2,3 млн. га) — було розподілено між безземельними селянами [1, с. 180; 3, с. 6-9]. Приватизація землі та поява її реальних власників сприяли появі невеликих фермерських господарств, що виникли в результаті розпаювання землі державних сільськогосподарських кооперативів. Отже, вже на першому етапі проведення земельної реформи відбулися серйозні структурні зрушення в аграрному секторі Угорщини, а саме сформувався ринок земельних паїв і угорські фермери були наділені трьома основними правами власності: правом володіння, правом користування, правом розпорядження.

Другий етап аграрних перетворень і формування ринку землі в Угорщині охопив період з 2004 по 2014 рр. Як відомо, у 2004 р. Угорщина приєдналася до ЄС, внаслідок чого у країні було запроваджено так званий “перехідний період”, основною метою якого була чітка орієнтація на вимоги і стандарти ЄС. Саме тому основними принципами економічної політики в Угорщині були вільне ціноутворення, свобода підприємництва, лібералізація ринку, “плаваючий” валютний курс. Тим не менш у сільському господарстві була обрана модель ринку землі з кількісними обмеженнями і з обмеженнями для іноземних покупців. Мова йде про те, що на законодавчому рівні були встановлені певні обмеження на володіння земельною ділянкою: не більше 300 га на одну фізичну особу. Окрім цього, до потенційних власників землі висувалися чіткі вимоги: 1) наявність вищої аграрної освіти або досвіду роботи у галузі сільського господарства; 2) використання сільськогосподарських угідь лише за

призначенням впродовж не менше 5 років. Претенденти, які не відповідали вказаним вимогам, мали право на володіння угорською землею площею не більше 1 га [2, с. 89-94]. Як бачимо, саме на другому етапі земельної реформи в Угорщині відбулася остаточна відмова від соціалістичної системи господарювання, повна лібералізація аграрного ринку і перехід на європейську модель фермерського господарювання.

Третій етап ринкової трансформації аграрних відносин в Угорщині охоплює період з 2014 р. по теперішній час. Цей період пов'язаний з прийняттям Нового Земельного кодексу (2014 р.) та скасуванням заборони на продаж землі сільськогосподарського призначення нерезидентам країни. Відповідно до прийнятого законодавства право купівлі-продажу угорської землі отримали усі громадяни 28 країн-членів ЄС. У той же час юридичні особи і досі не мають права власності на землю; вони можуть лише орендувати земельні ділянки площею не більше 486 га [1, с. 189; 4, с. 52-59]. В результаті реформ, проведених впродовж 1991-2019 рр., в Угорщині сформувався ефективний ринок землі, який розвивається досить динамічно: зростає ціна і орендна плата землі, підвищується рентабельність сільськогосподарських підприємств, збільшується додана вартість сільськогосподарської продукції у ВВП (рис. 1).

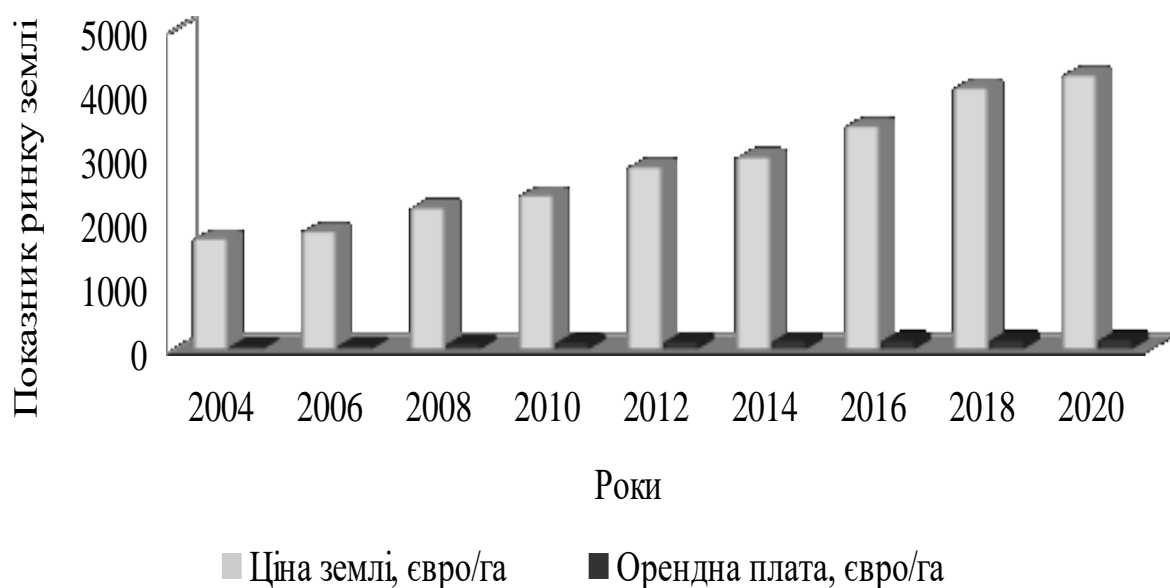


Рис. 1. Динаміка основних показників ринку землі Угорщини

Дані, представлені на рис. 1, підтверджують і поглиблюють тезу автора про доцільність використання угорської моделі ринку землі в сучасній економічній політиці України. Однак в Україні її використання ускладнюється цілою низкою факторів: недосконала законодавча база, моно модельна структура господарських одиниць у вигляді великих агрохолдингів, занижена вартість оренди паїв, висока вартість кредитних ресурсів, низька купівельна спроможність населення, незахищеність внутрішнього продовольчого ринку. Тим не менш можливим вважаємо впровадження наступних елементів угорської моделі ринку землі: заборону продажу землі іноземцям, дозвіл на купівлю землі

громадянами країн ЄС лише після вступу України до ЄС, кількісні обмеження на володіння землею для громадян України, вимоги до потенційних покупців землі щодо їх освіти, досвіду роботи, методів землекористування. Щодо кількісних обмежень, то, на думку автора, площа земельної ділянки на одну особу Україні не може перевищувати 200 га. Поряд з цим вкрай важливо забезпечити доступ українських фермерів до кредитів під 2-2,5% річних. Також вважаємо за потрібне визначити перелік документів, які підтверджують фінансову, технічну, економічну та професійну спроможність потенційних покупців проживати на території України, займатися агробізнесом і підвищувати родючість придбаних ґрунтів впродовж не менше 5 років. Лише поступові, послідовні і системні дії здатні сформувати конкурентне середовище у сфері АПК, сприяти розвитку ринкової агроінфраструктури, удосконалити структуру національної агропродовольчої політики.

Таким чином, дослідженням встановлено, що земельна реформа в Угорщині охопила три етапи: з 1991 по 2004 рр., коли сформувався ринок земельних паїв; з 2004 по 2014 рр., коли було скасовано заборону на продаж землі громадянами країни і сформувався внутрішній ринок землі; з 2014 р. по теперішній час, коли ринок землі Угорщини став відкритим для країн ЄС. В результаті проведених ринкових реформ ринок землі Угорщини розвивається досить успішно: зростає ціна і орендна плата землі, підвищується рентабельність сільськогосподарського виробництва, збільшується додана вартість сільськогосподарської продукції у ВВП.

З огляду на це доцільним є використання таких складових угорської моделі ринку землі в економічній політиці України: заборона продажу землі іноземцям, дозвіл купувати землю громадянам країн-членів ЄС лише після вступу України до ЄС, кількісні обмеження на володіння землею для громадян України, вимоги до потенційних покупців землі щодо їх освіти, досвіду роботи, методів землекористування.

#### Література

1. Шульга О. А. Специфіка і закономірності трансформації аграрних відносин в країнах Центрально-Східної Європи / О. А. Шульга // Економічний вісник університету. – 2018. – Випуск 36/1. – С. 175-187.
2. Gutman G. Land-cover and land-use changes in Eastern Europe after the collapse of the Soviet Union in 1991 / G. Gutman. – N.-Y.: Springer, 2016. – 247 P.
3. Prokopova M. Latent drivers of landscape transformation in Eastern Europe: Past, present and future / M. Prokopova, O. Cudlin, R. Vcelakova, S. Lengyel, L. Salvati, P. Cudlin // Sustainability. – 2018. – №10. – P. 1-17.
4. Kvartiuk V. Welfare effects of land market liberalization scenarios in Ukraine: Evidence-based economic perspective / V. Kvartiuk, T. Herzfeld // Discussion Paper. – 2019. – №186. – 74 P.



*Черниш О.І.*  
*доктор. держ. упр., професор*  
*Донецький державний університет управління*  
*Рябчук В.В.*  
*аспірант*  
*Донецький державний університет управління*

## **АНАЛІЗ КРАЩИХ СВІТОВИХ ПРАКТИК ОРГАНІЗАЦІЇ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Відбір кращої закордонної практики організації портової діяльності проводився на основі вивчення ключових показників ефективності, використовуваних у галузі.

Традиційними показниками ефективності портів є:

продуктивність, вимірювана в TEU (Twenty-foot equivalent unit ( 20-фунтовий еквівалент) - умовна одиниця виміру кількісної сторони транспортних потоків, пропускної здатності контейнерних терміналів або місткості вантажних транспортних засобів);

додана вартість.

Додатково використовується система оцінки ефективності портів PPI (Port Performance Indicator), яка виділяє ключові показники ефективності через 3 основних вида продуктів порту:

1. вантажний трансфер (стивидорські послуги, лоцманські послуги, буксирування, бунуправління),
2. логістичні послуги (транспортні й експедиторські послуги),
3. виробничі послуги (управління портом, забезпечення водою, опаленням, паливом і т.п.).

Ключові показники ефективності, побудовані відповідно до вищенаведеної класифікації, дозволяють більш об'єктивно порівняти діяльність різних портів світу. Проаналізувавши, таким чином, діяльність провідних портів світу, були визначені лідери даної галузі за останні 5 років: PSA Port Authority of Singapore (Сінгапур); Port of Rotterdam (Роттердам, Нідерланди); Port Authority of New York & New Jersey (Нью-Йорк, США); Shanghai international port (group) (Шанхай, Китай); The port of Los-Angeles (Лос-Анджелес, США) [1].

Розглянемо історію й ключові етапи розвитку закордонних портів: PSA Port Authority of Singapore (Сінгапур). Порт Сінгапуру у вигляді офіційного порту був заснований у 1819 г. У міру збільшення обсягів вантажопотоку протягом ХІХ і першої половини ХХ ст., Сінгапур став ключовим і найбільшим портом в азіатському регіоні. Його призначенням у той час було заправлення вугіллям судів на парових двигунах, а також проміжна обробка сировини, і відправлення отриманих продуктів у Великобританію й на інші міжнародні ринки.

Сучасний етап розвитку порту почався в другій половині ХХ в. У 1946 р. була сформована перша профспілка портових працівників Сінгапуру; у 1964 р. були сформовані офіційні портові влади Сінгапуру. У 1972 р. порт прийняв

перше у своїй історії контейнерне судно, яке було обслужено на введеному в тому ж році контейнерному терміналі Tanjong Pagar; у 1981 р. обсяг контейнерних операцій досяг оцінки в 1 млн. TEU, а в 1982 р. Сінгапур стає найбільшим у світі портом за обсягом вантажопотоку.

Порт Роттердама - один з найстарших у Європі морських портів, заснований в XIV ст. У міру розвитку м. Роттердама, ріс і обсяг операцій порту, однак на ранніх етапах розвитку прямий вихід судів у Північне море був утруднений, тому порт був переважно річковим. Зсув акцентів розвитку у бік морського порту відбувся на початку 20 ст., коли був виритий великий канал Nieuwe Waterweg, що дозволяє з'єднувати ріки, на яких коштує порт, з морем. Сучасний етап розвитку порту почався, по суті, з 1970 р., коли був побудований новий комплекс терміналів Europoort на березі вищезгаданого каналу, що дозволило порту зайняти одне із провідних місць у Європі по вантажообігові [2]. Shanghai International Port (Китай). Історичною датою створення порту Шанхая прийнято вважати 1554 р. до 1735 р., порт Шанхая став найбільшим портом свого регіону завдяки найважливішому фактору: порту було дозволено приймати океанські судна, завдяки чому Шанхай одержав виключне право контролювати митні збори всього регіону. В XIX ст., значимість порту колосально зросла, і він одержав стратегічне положення як центральний порт для торгівлі Китаю із Західною Європою.

Протягом XX ст., порт Шанхая виріс у потужний індустріальний і портовий сектор Китаю, що приносить у бюджет КНР один із самих значних внесків. У цей час порт активно розвивається, однак, слід помітити, що вільні ресурси інфраструктури міста практично вичерпані на тлі величезного вантажопотоку, що обслуговується портом. Тому в цей час головним пріоритетом адміністрації міста є виробництва системних реформ і впровадження інноваційних технологій, що дозволяють інтенсифікувати виробництва й підвищити ефективність використання інфраструктури.

Port of New York & New Jersey (США). На початку 20 ст., ріки Гудзон і Іст-Ривер були надзвичайно завантажені судноплавною активністю, однак, кооперації між штатами Нью-Йорк і Нью-Джерсі в частині портової активності практично не було. Нарешті, у 1921 р. керівництво штатів прийшло до загального розв'язку, і були сформовані єдині портові влади (Port of New York Authority), яким були додані широкі функції по розвитку й модернізації всього портового округу.

Розглянемо більш детально загальну інформацію й основні характеристики закордонних портів. PSA Port Authority of Singapore (Сінгапур) У цей час, порт Сінгапуру являє собою сучасний багатофункціональний портовий комплекс, призначений для обробки всіх видів вантажів і обслуговування пасажирських морських ліній.

Порт обслуговує понад 100 судозаходів великих вантажних судів у день і з'єднується морськими маршрутами з 600 іншими портами в 123 країнах світу. Port of Los Angeles (США) У цей час порт Лос-Анджелеса пристосований для обробки всіх видів вантажів і здатний ухвалювати океанські судна будь-якого класу, у тому числі найбільші. Річний вантажообіг порту за станом на 2010 рік

склав 157,8 млн. тонн, оборот контейнерних вантажів - більш 595 тис. TEU. У чинність інфраструктурних обмежень і частих локаутів персоналу, виникнення черг судів, що очікують розвантаження, стало для порту частим явищем у цей час, що негативно позначається на бізнесі відправників вантажу й вантажоодержувачів. Багато експертів переконані, що потужності порту в даний момент практично вичерпані, що стосується як його площі, так і пропускнуої здатності підходящих до порту автомобільних і залізниць.

Port of Rotterdam (Нідерланди) Порт Роттердама, у цей час, є одним з найбільших європейських морських портів. Існуючий річний вантажообіг порту за станом на 2010 рік становить понад 429 млн. тонн по всіх видах вантажів, у тому числі оборот контейнерних вантажів - понад 5,7 млн. TEU.

Shanghai International Port (Китай) Єдиним оператором порту є державна компанія Shanghai International Port (Group) Company, Limited (SIPG), яка була створена після реорганізації портових влади в 2003 році. У зону відповідальності компанії входить транспортування вітчизняних і міжнародних вантажів по землі й по воді, виробництва, обслуговування й надання в оренду контейнерів; управління складськими площами, надання портових послуг, розвиток на території порту. Обсяг вантажообігу порту є одним з найбільших у світі - за підсумками 2010 року він склав 368 млн. тонн вантажів, у тому числі контейнерних - понад 30 млн. TEU.

Port of New York & New Jersey (США) Порт Нью-Йорка й Нью-Джерсі є основними вантажними воротами східного узбережжя США й третім по величині портом цієї країни. В 2010 році, обсяг вантажообігу контейнерів через порт виріс на 16% до попереднього року й, незважаючи на світову фінансову кризу, подолав оцінку в 5,3 млн. TEU. Портові влади володіють і управляють практично всіма контейнерними терміналами порту, за винятком двох приватні терміналів. Таким чином, було встановлено, що інноваційні технології та знання мають вирішальне значення для здобуття конкурентних переваг портів.

#### Література

1. Port of Rotterdam official website: <http://www.portofrotterdam.com>, Last updated: April 2005.

2. Port of Southampton official website: <http://www.sct.uk.com>, Last updated: May 2005.

*Чкан І.О.*

*к.е.н., доцент*

*Таврійський державний агротехнологічний університет, м. Мелітополь*

*Чкан А.С.*

*к.е.н., доцент*

*Запорізький національний університет*

## **ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА НАПРЯМКИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших

небанківських фінансових ринків. Кількість страхових компаній в 2019 р. продовжує тенденцію до зменшення (табл. 1), так станом на 30.06.2019 порівняно з аналогічною датою 2018 року, кількість компаній зменшилася на 42 СК (або на 14,4 %).

Таблиця 1 - Динаміка кількості страхових компаній в Україні у 2012-2019 рр. [1]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	I півріччя 2019
Страхові компанії «non-life»	352	345	325	312	271	271	251	223
“life”	62	62	57	49	39	33	30	26
Всього	414	407	382	361	310	294	281	249

Одночасно з цим загальний обсяг валових страхових премій постійно зростає. У порівнянні з I півріччям 2018 року обсяг надходжень валових страхових премій збільшився на 3865,8 млн.грн. (16,5 %), обсяг чистих страхових премій збільшився на 3373,8 млн.грн. (20,1 %). Збільшення валових страхових премій відбулося майже по всім видам страхування, а саме:

- автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, "Зелена картка") (збільшення валових страхових платежів на 1259,6 млн. грн. (21,1 %));
- медичне страхування (збільшення валових страхових платежів на 711,3 млн.грн. (42,5 %));
- страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ (збільшення валових страхових платежів на 662,1 млн.грн. (31,2%));
- страхування майна (збільшення валових страхових платежів на 422,5 млн.грн. (13,4 %));
- страхування життя (збільшення валових страхових платежів на 357,9 млн. грн. (20,7%));
- страхування медичних витрат (збільшення валових страхових платежів на 354,2 млн.грн. (65,3 %));
- авіаційне страхування (збільшення валових страхових платежів на 164,0 млн. грн. (63,8 %));
- страхування від нещасних випадків (збільшення валових страхових платежів на 109,1 млн.грн. (13,1 %)) [2].

Враховуючі певні позитивні тенденції в роботі страхового ринку України, доцільно виокремити основні тренди у страхуванні [3]:

1) Зміна капіталу, що виявляється у виході з українського страхового ринку французького АХА. Його місце зайняв Канадський холдинг Fairfax, який до цього вже інвестував кошти у придбання QBE. За рахунок даних операцій частка північноамериканського капіталу в страховому ринку України зросла майже до 10 %.

2) Попит на медичне страхування, щорічний приріст якого протягом останніх 5 років становив порядку 15 %, а в 2019 сягнув майже 35 %. Це зумовлено зростанням ринку у зв'язку із зростанням цін у клініках і на медикаменти. Це змушує компанії все частіше впроваджувати соціальні пакети для залучення й утримання персоналу. Крім того, позитивне зрушення

спричинене проведенням медичної реформи, яка дозволила медичному страхуванню стати, практично, єдиним дієвим способом отримувати якісну медичну допомогу

3) Глобалізаційні процеси, що виявляються в укрупненні ринку. Така тенденція спостерігається протягом останніх років і буде продовжуватися. ТОП-20 страховиків володіють 80 % всього українського страхового ринку.

4) Поява нових страхових продуктів:

– страхування кіберризиків як передумова страхування ризиків бізнесу від втрат через кібератаки. В 2019 р. подібні втрати сягнули майже 2 трильйонів грн.;

– накопичувальне пенсійне страхування, яке є більш конкурентоспроможним та прозорим, ніж державне.

Перспективи розвитку страхового ринку полягають скоріш за все в подальшому його укрупненні при збереженні загальних тенденцій його зростання. Процес очищення ринку від неспроможних витримувати конкуренцію дрібних страхових компаній пройде набагато швидше у разі прийняття закону про “спліт” та передачі функцій регулятора Нацбанку, що передбачено Меморандумом співпраці між Україною та Міжнародним валютним фондом.

#### Література

1. Рейтинг и анализ крупнейших страховых компаний Украины 2019. URL: <https://universalna.com/ru/pro-kompanyu/news3/rejting-i-analiz-krupneyshih-strahovyh-kompaniy-ukrainy-2019/> (дата звернення 04.10.2019)

2. Підсумки діяльності страхових компаній за I півріччя 2019 року. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html> (дата звернення 04.10.2019)

3. Що чекає на страховий ринок України в 2019 році? Основні тренди. Страховий адвокат. . URL: <https://www.insa.com.ua/uk/blog/chto-zhdyot-strahovoj-rynok-ukrainy-v-2019-godu-osnovnye-trendy/> (дата звернення 04.10.2019)

*Шалдаева Л.И.*

*преподаватель*

*УО Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия*

### **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ**

Для обеспечения социальной стабильности общества особое внимание уделяется жилищной сфере. Стратегической задачей ее функционирования является создание условий для устойчивого и эффективного оборота жилищного фонда, когда максимально полно удовлетворяются потребности населения в жилье, поддерживаются и совершенствуются стандарты качества его строительства и эксплуатации. Беларусь в этом плане не исключение. Однако в

настоящее время для нашей страны также актуален вопрос рационального использования средств на эти цели. Стоит проблема повышения окупаемости бюджетных вложений и поиска внебюджетных источников финансирования возведения жилых зданий, что нашло отражение в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. и в Государственной программе «Строительство жилья» на 2016–2020 годы. В обоих документах в качестве важнейшего приоритета национальной экономики определено развитие жилищного строительства с преимущественным использованием внебюджетных средств и долгосрочных форм кредитования белорусов [1; 2].

Для выработки действенных способов достижения намеченных целей будет целесообразно обратиться к мировому опыту. Анализ многолетней успешной практики целенаправленной жилищной политики разных стран даст возможность определиться с

Институт перспективными направлениями повышения ее эффективности в Беларуси. По результатам проведенных исследований можно констатировать, что в развитых странах жилищная сфера регулируется рыночными силами. Свои услуги предлагают многочисленные организации различных форм собственности. Потребители имеют возможность выбирать те из них, которые обеспечивают высокое качество строительства и предлагают наиболее выгодные условия платежей. Однако следует отметить, что государство тем или иным образом вмешивается в функционирование рынка жилья. К странам, где это проявляется в значительной степени, относятся Нидерланды, Швеция и Великобритания, а наименее интенсивно – Германия и США [3]. Такое вмешательство в самом общем виде представляет собой реализацию мер, которые условно можно разделить на две категории: прямые государственные расходы и инструменты налогового характера. Вместе с тем схемы участия государства в решении жилищного вопроса своих граждан существенно разнятся, в том числе и из-за страновых расхождений в концепциях обеспечения всеобщего благосостояния. [3]. В целом жилищная политика развитых стран преследует решение как минимум трех важнейших задач: – обеспечение населения жильем, отвечающим его потребностям и финансовым возможностям; – поощрение социального разнообразия в ответ на проблему концентрации определенных социальных групп в неблагополучных районах; – поддержание надлежащей экологической обстановки [3]. Для их выполнения власти прикладывают немало усилий. В частности, разрабатываются и внедряются программы по созданию муниципального арендного жилищного фонда. Эта тенденция достаточно распространена в Европе (в Великобритании, Германии, Швеции и т. д.). В частности, во Франции в 2016 г. претендентами на получение социального жилья в Париже могли быть взрослые, чьи финансовые поступления не превышали 1 926 евро в месяц, а также семьи из трех человек с одним ребенком при условии, что их совокупный доход ниже 2 880 евро в месяц. Конечно, на периферии эти цифры гораздо меньше [4]. Иными словами, роль государства в решении жилищного вопроса за рубежом весьма велика.

В мировой практике получили развитие две основные модели строительных сбережений, которые каждая страна с учетом национальных приоритетов и культурных ценностей реализует по своему сценарию, – это немецкая и французская. Обе ориентированы на расширение объемов жилищного строительства и повышение уровня обеспеченности граждан жильем, но по наполнению они разные.

Во Франции система строительных сбережений носит открытый характер, а в Германии – закрытый [5]. Открытая модель предполагает, что накопления могут использоваться для выдачи кредитов субъектам, которые не причастны к ним, а средства, поступившие от лиц, не являющихся участниками системы, – на ипотечное кредитование. В то же время закрытая система прозрачнее и проще для мониторинга. Она предполагает установление фиксированных процентов по кредитам и сбережениям в течение всего срока действия контракта, обуславливая тем самым относительную независимость от колебаний финансового рынка. Это позволяет ей накапливать сравнительно дешевые ресурсы, что в дальнейшем делает кредиты доступнее.

В настоящее время системы жилищных строительных сбережений действуют в Северной и Латинской Америке, в Азии. Особую популярность они приобрели в Восточной Европе. Например, Чехия и Словакия ввели их еще в 1992 г., Польша, Венгрия и Хорватия – во второй половине 90-х гг. XX в., а Румыния – в 2004 г. Основные отличия между ними кроются в размере процентных ставок по вкладам и кредитам, в необходимых сроках сберегательного периода и т. д. При этом в одних странах они реализуются отдельными финансовыми структурами, а в других – находятся в ведении универсальных банков.

В целом в современных реалиях экономического развития накопительные системы, действующие за рубежом, позволяют финансировать около 30% стоимости строительства жилья. Мировой опыт показывает, что не менее распространенной формой решения жилищного вопроса выступает ипотечное кредитование. Как правило, ипотечный кредит выдается на срок от 15 до 40 лет, хотя по странам он может существенно варьироваться. Вместе с тем везде процент по нему гораздо ниже, чем по другим видам банковских кредитов.

Из представленных механизмов вовлечения внебюджетных источников в процесс реализации жилищной политики достаточно перспективным является система строительных сбережений, но она пока не получила большого развития в Беларуси. Возможно, с принятием анонсированных недавно указов об ипотеке и стройсбережениях этот механизм получит дополнительный толчок к развитию. Среди основных сдерживающих факторов привлечения средств за счет системы стройсбережений в нашей стране можно выделить достаточно долгий накопительный период (базовый срок – три года) и отсутствие в течение этого времени защиты сбережений от инфляции.

Таким образом, можно утверждать, что мировое сообщество накопило обширный опыт обеспечения населения жильем.

Реализация жилищной политики в развитых странах, на которые целесообразно ориентироваться и Беларуси, базируется на рыночных

принципах, но ее эффективность во многом обуславливается вмешательством государства. Однако в отличие от нашей страны, где главенствующую роль в финансировании жилья по-прежнему играют бюджетные источники, за рубежом они выступают преимущественно в качестве поддержки коммерческих механизмов приобретения жилой недвижимости. За счет этого одновременно достигается множество целей: осуществляется приток капитала в реальный сектор экономики, повышается уровень доступности строительства и покупки квартир и домов, снижается уровень социальной напряженности в обществе и т. д. Чтобы эти механизмы полноценно заработали в нашей стране, необходимо приложить дополнительные усилия. Требуется дальнейшее совершенствование их нормативного, экономического и организационного обеспечения.

Целесообразно решить вопросы начисления премии государства по вкладам системы сбережений; поддержки лизингополучателей, нуждающихся в улучшении жилищных условий; пересмотра порядка налогообложения доходов граждан, взявших ипотеку; развития конкуренции между банковскими структурами, участвующими в финансировании жилищного строительства, и т. д.

#### Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Л.М. Александрович [и др.]. – Минск: Юнипак, 2004. – 202 с.

2. О Государственной программе «Строительство жилья» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 21 апр. 2016 г., № 325 // Официальный сайт Совета Министров Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/fileecc85cf3e93ac5e3.PDF>. – Дата доступа: 11.01.2020.

3. Особенности административно-правового регулирования и реализация государственной жилищной политики: Зарубежный опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-administrativno-pravovogoregulirovaniya-i-realizatsii-gosudarstvennoy-zhilischnoy-politiki-zarubezhnyuy-opyt>. – Дата доступа: 13.01.2020.

4. Социальное жилье: в Беларуси – «картонные» панельки, в Европе – апартаменты в исторических центрах [Электронный ресурс] // Информационный портал TUT.BY. – Режим доступа: <https://realty.tut.by/news/offtop-realty/495478.html>. – Дата доступа: 14.01.2020.

5. Зарубежный опыт жилищных сберегательных программ [Электронный ресурс] // Программа лизинга недвижимости «Стройкасса». – Режим доступа: <https://xn--80aazeslfgfad.xn--p1ai/analogi/opit/>. – Дата доступа: 14.01.2020.



*Шаповалова І.  
студентка фак-ту менеджменту  
Запорізький національний університет  
Гуржій Н.М.  
проф., д.е.н., доц.  
Запорізький національний університет*

## **СИСТЕМА ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ЇІ ВАЖЛИВІСТЬ**

Підбір та найм персоналу як один із найважливіших елементів системи управління персоналом організації представляють значний інтерес через все зростаючу значущість людських ресурсів, інтелектуального капіталу у підтримці конкурентоспроможності організації. Якщо в минулому конкурентна перевага однієї компанії перед іншою розглядалася переважно з технічного погляду, тобто з позиції наявності та ступеня використання новітніх технологій виробництва, обладнання, то зараз найважливішою конкурентною перевагою стає персонал компанії, який вирізняється високим рівнем професійних компетенцій. Значущість процесів підбору та відбору персоналу важко переоцінити, оскільки від них багато в чому залежить подальша діяльність компанії [2].

На нинішньому етапі підбір та найм персоналу є пріоритетним завданням, що стоїть перед керівництвом компаній. Сьогодні розроблено багато надійних і ефективних систем підбору кадрів. Однак, як показує практика, ще далеко не всі організації переглянули своє ставлення до процедури відбору кандидатів із числа всіх претендентів. Можна з упевненістю стверджувати, що саме з процедури підбору і починається процес управління людськими ресурсами в будь-якій компанії. Уміння правильно підібрати співробітників є основою для розвитку їх здібностей, що в майбутньому принесе користь як самому працівникові, так і всій організації [1].

Слід зазначити, що поняття управління персоналом являє собою цілеспрямовану діяльність керівного складу підприємства, підрозділів системи управління персоналом, включно з розробкою концепцій і стратегій кадрової політики, принципів і методів управління персоналом з метою підвищення результативності функціонування підприємства в найближчій перспективі [2].

Економічний досвід накопичив велику кількість методів управління персоналом. Проте необхідно використовувати інноваційні підходи базуючись на реальних потребах і можливостях підприємства, зокрема впроваджувати автоматизовані програми управління персоналом. Серед найбільш відомих зарубіжних автоматизованих програм управління персоналом виділяють: SAP Human Resources Management System [3], Oracle Human Resources Analyzer, Scala HR.

Варто звернути увагу на програму SAP Human Resources Management System. З метою удосконалення системи управління персоналом доцільно впровадити модуль інформаційної системи SAP – «SAP HR», яка забезпечить економічність, зручність та швидкість вирішення питань підбору та найму

персоналу. Програмне забезпечення, що пропонується для роботи кадрових служб, в більшості випадків має обмежений функціонал, спрямований в першу чергу на вирішення таких завдань як кадровий облік і розрахунок заробітної плати. SAP HR пропонує зовсім інший підхід до автоматизації служб по роботі з персоналом [3].

Аналіз сучасних закордонних автоматизованих систем управління персоналом показав, що, не зважаючи на наявність значних переваг дані системи мають ряд недоліків, основним з яких є їх ціна та функціональна надмірність, до якої ще не готова адміністрація підприємства.

Слід зазначити, що важливість підбору персоналу для підприємства полягає в такому:

1. у процесі підбору відсіваються невідповідні кандидатури на наявні вакансії. Це допомагає підприємству уникати можливих проблем, які могли б виникнути в майбутньому через неправильний вибір певного кандидата;

2. грамотно організована процедура підбору персоналу дає змогу підприємству заощадити масу часу і зусиль, які зазвичай витрачаються під час пошуку необхідного кандидата;

3. правильно підібраний співробітник буде якісно виконувати свої посадові обов'язки. Його сумлінне та відповідальне ставлення до роботи принесе користь усій організації: ефективність її функціонування буде зростати;

4. правильно підібраний працівник без певних труднощів увіллється в трудовий колектив. Це, у свою чергу, принесе користь усім учасникам трудового процесу: сформовані зв'язки в трудовому колективі не будуть порушені;

5. сам працівник буде отримувати повне задоволення від своєї роботи, що дуже важливо. Адже більшість людей багато часу проводять на роботі, вона є одним з їхніх життєвих пріоритетів [1].

Важливою проблемою підприємства є уміле використання резерву. Необхідно вчасно визначити момент, коли резервіст повинний бути висунутий на ту посаду, на якій він принесе найбільшу користь. Мова йде про зміцнення відстаючих ділянок підприємства здатними ініціативними керівниками. У складі резерву кадрів на висування доцільно передбачати два напрямки: оперативний і перспективний резерв (на більш високі посади керівників з довгостроковою підготовкою). Оцінка персоналу дозволить керівнику ефективніше провести такі кадрові процедури, як: відбір кадрів; контроль персоналу; перепідготовку і підвищення кваліфікації; мотивацію персоналу; оптимізацію системи оплати праці; розробку програм навчання співробітників [1]. Турбота про колектив, професійний підбір кадрів, навчання своїх фахівців підвищить престиж організації в очах і клієнтів, і власних співробітників. Головною метою управління персоналом підприємства є: підвищення ефективності виробництва і праці, підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах; зокрема досягнення максимального прибутку; забезпечення високої соціальної ефективності функціонування колективу.

Таким чином, підбір і найм персоналу являє собою систему цілеспрямованих дій із залучення на роботу кандидатів, що володіють якостями, необхідними для досягнення цілей, поставлених організацією. Це пошук, оцінка

та найм людей, які бажають і вміють працювати, володіють потрібними компетенціями та поділяють цінності компанії. Відбір персоналу являє собою процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його придатності для виконання обов'язків на певному робочому місці або посаді, вибору із сукупності претендентів найбільш підходящого з урахуванням відповідності його кваліфікації, спеціальності, особистісних якостей і здібностей характеру діяльності, інтересам організації і його самого. Якісний підбір персоналу дає змогу збільшувати прибуток підприємства (організації), підвищувати продуктивність і «бойовий дух» персоналу, що в кінцевому підсумку допомагає компанії розвиватися.

Було визначено, що на сьогоднішній день управління персоналом потребує інноваційних підходів. Для удосконалення управління персоналом доцільно запроваджувати автоматизовані системи, зокрема можна використовувати програму SAP HR, яка являє собою комплексне технологічне рішення задач по роботі з персоналом, починаючи від повсякденного оперативного обліку даних до прийняття стратегічних рішень щодо розвитку бізнесу.

#### Література

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом. К.: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.

2. Лук'янихіна О. А. Методи оцінювання ефективності системи управління персоналом організації. URL: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2017/1\(111\)/4\\_Lukian.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2017/1(111)/4_Lukian.pdf) (дата звернення: 10.12.2019).

3. SAP Human Resources Management System. URL: <http://www.sap.com> (дата звернення: 11.12.2019).

*Швець А.В.  
студентка*

*Національний авіаційний університет, м. Київ*

## **ТЕХНОЛОГІЇ НА ПЛАТФОРМІ БЛОКЧЕЙН У СФЕРІ ТРАНСПОРТУ ТА ЛОГІСТИКИ**

Сьогодні транспортний ринок України має ряд певних проблем, які призводять до зниження пропускної спроможності світової транспортної інфраструктури та сповільнюють розвиток світового ринку. Зокрема, такими проблемами є: тривалий час та порушення строків доставки, значні витрати ресурсів, взаємодія великої кількості посередників, неефективний IT-сервіс, наявність ризиків крадіжок та втрат. Вони призводять до більш значних проблем у цифровій економіці, що обумовлено все зростаючою складністю завдань в реальному часі, коли існує проблема необмеженості потреб в умовах обмеженості ресурсів.

Зміна бізнес-моделей привела до потреби в освоєнні та розвитку нових технологій, які можуть забезпечувати прозорість і захищеність усіх пов'язаних процесів. Технології на базі блокчейн останнім часом є одними з важливих і перспективних областей розвитку інформаційних і комунікаційних технологій,

які можуть допомогти вирішити проблеми транспорту та логістики. Blockchain (ланцюжок блоків) – це багатофункціональна та багаторівнева децентралізована база даних, яка містить інформацію про проведення трансакційних операцій, перевірених та схвалених усіма учасниками захищеної комп'ютерної системи та, яка складається з алгоритмів, що об'єднують упорядковану інформацію блоків даних в одну систему [1]. Блокчейн дозволяє вирішити відразу кілька проблем: скоротити час на фінансові процедури, зменшити матеріальні витрати за рахунок відсутності необхідності в потужних серверах, дорогих комплексах зі зберігання даних та позбавити монополії великих компаній, які намагаються за рахунок великого капіталу маніпулювати ринком.

Особливості технології блокчейн [1]:

- стійкість до неполадок – при втраті частини даних система сама продовжить працювати завдяки розподіленому реєстру;
- велика кількість користувачів може одночасно зберігати та передавати інформацію;
- кожен елемент у системі має унікальний номер, що виключає можливість повторення даних;
- інформація має посилення на час, при поєднанні блоки розташовуються у хронологічному порядку;
- доступність: можливість користуватися системою у будь-якому місці та у будь-який час;
- захищеність: неможливість редагування чи заміни вже зробленого запису у системі блоків.

Щодо технічної реалізації, блокчейн – розподілена база даних, що функціонує на основі глобальної, корпоративної чи локальної мережі. Кожен член мережі («вузол») містить ланцюг блоків з історією транзакцій у мережі, які були проведені та закінчені протягом певного проміжку часу. Вузли виконують підтвердження справжності операції за допомогою дешифрування електронного підпису. Аутентифікована транзакція разом із іншими такими ж транзакціями чекає на їх групування та створення нового блоку, який потім валідують. Криптографічний підпис зв'язує кожен наступний блок із попереднім, утворюючи таким чином єдину базу – блокчейн.

Серед переваг технології виділяють[2]: безпеку зберігання даних за рахунок їх розподіленості, автоматичне оновлення при кожній внесеній зміні; зменшення тимчасових витрат та стримування інфляції за рахунок підвищення складності доступу до блоків; анонімність учасників мережі та відсутність централізованої авторизації.

Застосування технологій блокчейну обмежено проблемами, що стосуються безпеки персональних даних, конфіденційності інформації, низької продуктивності і високої енергоємності та браку спеціалістів даної галузі:

- оскільки технологія знаходиться на етапі становлення, коштів, які інвестуються у безпеку, недостатньо і як наслідок відбуваються їх крадіжки;
- трансакційні операції не регулюються законодавчо;
- неможливість скасування транзакції після її підтвердження іншими учасниками;

- оскільки транзакції анонімні, злочинці користуються цим і створюють кримінальні торгові площадки;
- через необхідність підтвердження транзакцій неможливо їх прискорити.

Незважаючи на ряд цих проблем різні країни намагаються знайти їм рішення та користуватися технологією у різних сферах. Зокрема, Велика Британія, США, Китай та Естонія активно розробляють та фінансують державні програми впровадження блокчейну [3]. Так, у США найбільший інтерес до цієї технології у Міністерства охорони здоров'я та Палати електронної торгівлі. Банки Barclays и Santander (Велика Британія) впроваджують блокчейн для міжнародних переказів. Естонія освоює технологію розподіленого реєстру шляхом реалізації KSI (Keyless Signature Infrastructure — Інфраструктура підпису без коду), яка дозволяє громадянам перевіряти точність їх записів у державних базах даних. Завдяки цьому запроваджено електронні послуги, які дозволили зменшити адміністративне навантаження на державу та громадян - «електронний бізнес-реєстр» (e-Business Register) та «електронні податки» (e-Tax). У Гані та Греції був запроваджений земельний кадастр на основі блокчейну для запобігання шахрайства. У нашій державі підписано меморандум про створення E-vox – електронної системи проведення голосування на платформі Ethereum, а також частково перевели Державний земельний кадастр. Зокрема, на цій технології працює процес перевірки виписки. На другому і третьому етапі впровадження блокчейну кадастру на розподілений реєстр переведуть існуючу базу даних, а потім приступлять до хешування всіх проведених транзакцій. Також планується запровадити технологію у Державний реєстр речових прав на нерухоме майно [4].

У логістиці від інновацій залежить дуже багато, адже транспортування товарів досить ризикований та дорогий процес. Впровадження блокчейну у ланцюжки постачання дозволить відстежувати просування продукції від виробника до отримувача та налагодити контакти між усіма учасниками логістичного ланцюга. Використання блокчейну дасть можливість перевести всі дані у цифровий формат, що призведе до мінімізації витрат та знизить ціну продукції. Технологія може забезпечити прозорість на продовольчому ринку: для споживачів – прозорість історії продукту (її безпечність, свіжість, надійність, корисність), для оптовиків та роздрібних торговців дасть онлайн-доступ до даних про термін її зберігання, транспортування, якість, постачальники зможуть підтверджувати походження продукції. ShipChain – це логістичний блокчейн-стартап, зорієнтований на вантажоперевезення, дозволяє відстежити товар на всіх стадіях його руху по ланцюгу постачання. Даний проект підтримують Роджер Крук, колишній генеральний директор DHL, Кевин Харрінгтон, Стив Шох, Джон Монарх, Джоел Комм и Брайан Еванс [5].

Отже, застосування технологій на базі блокчейну дозволяє вирішувати найскладніші завдання управління транспортними потоками в реальному часі, а також свідчить про те, що такий підхід є досить актуальним, оскільки є частиною інтелектуальних інформаційних систем, забезпечуючи при цьому гнучкість системи, спрямованої на підвищення ефективності управління, організації та контролю над усіма сполучними елементами і об'єктами транспортного потоку.

Впровадження технології у різних сферах – від фінансової до сфери державного управління – відкриває величезні можливості для її успішного функціонування. Хоча блокчейн тільки переживає стадію зацікавлення, досліджень і розробок, світовий досвід показує, що дана технологія має величезні перспективи розвитку. Технологія блокчейн є перспективною, але недостатньо вивченою, особливо щодо діяльності державних органів. Тому в процесі вивчення перспектив використання технології блокчейн необхідно провести оцінку економічної доцільності її впровадження, адаптивності, надійності і захищеності такої системи.

#### Література

1. Свон М. Блокчейн. Схема новой экономики / М. Свон.— М.: Олимп-Бизнес. – 2017. – 234 с.
2. Что такое Блокчейн (Blockchain)? Технология распределенного реестра простыми словами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain>.
3. Ковалев, М.М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 327 с.
4. Технология Blockchain в логистике | Logist.FM. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://logist.fm/publications/tehnologiya-blockchain-v-logistike>.
5. 14 блокчейн-стартапов, к которым стоит присмотреться в 2018 году. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.ihodl.com/investment/2017-12-29/14-blokchejn-startapov-k-kotorym-stoit-prismotretsya-v-2018-godu>.

*Шеверун М.С.*

*студент*

*Національний технічний університет України*

*"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"*

## **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сучасні умови ведення підприємницької діяльності, в тому числі в аграрній сфері, дедалі частіше спонукають суб'єктів господарювання до пошуку нових та більш ефективних рішень для реалізації їх діяльності. В умовах постійного зростання конкуренції, як з вітчизняними виробниками так і з іноземними підприємствами, традиційні методи ведення підприємницької діяльності не завжди можуть гарантувати подальше зростання підприємства, а іноді і його функціонування на досягнутому рівні. Одним з актуальних шляхів подальшого розвитку підприємств є їх, так звана, «діджиталізація» — переорієнтація методів ведення підприємницької/господарської діяльності на віртуальне середовище.

Поняття «діджиталізація» походить від англ. «digitalization» і в перекладі означає «оцифрування», але таке визначення є не повним, бо в українській мові відсутні змістовні аналоги іншомовного терміну. Сучасна наукова література виділяє декілька більш широких визначень сутності поняття «діджиталізація». У працях С.В. Коляденко діджиталізація визначається як

спосіб приведення будь-якого різновиду інформації до цифрової форми [1, с. 107]. Н.П. Мешко характеризує діджиталізацію як процес, що пов'язаний із тенденцією приведення в електронний вигляд найрізноманітніших видів інформації [2, с. 88].

В сфері ж підприємницької діяльності поняття «діджиталізація» узагальнено можна трактувати як процес запровадження або збільшення використання підприємствами цифрових та комп'ютерних технологій, для автоматизації здійснюваних уручну процесів та більш широкого використання перетворених у цифрову форму аналогових даних, у рамках провадження господарської діяльності з метою одержання певних переваг, поліпшення бізнесу та підвищення прибутку. Отже «діджиталізація» потрібна для оптимізації бізнесу за допомогою сучасних технічних рішень та програмного забезпечення, що зроблять його простішим, економнішим, більш прибутковим та якіснішим при наданні послуг клієнтам та задоволенні їх потреб.

Проаналізувавши активність запровадження сучасних цифрових технологій у повсякденному житті та у найрізноманітніших сферах виробничої діяльності, можна зробити висновок, що він є досить високим навіть в Україні, а тим більше в Європейських країнах (ринок яких є досить перспективним для вітчизняних підприємців). Отже, на мою думку, «діджиталізація» українських підприємств є невід'ємним етапом їх подальшого розвитку. До основних чинників розвитку процесів діджиталізації можна віднести:

- поява новітніх цифрових технологій та їх здешевлення;
- активне використання сучасних технологій в повсякденному житті;
- формування нових потреб та запитів споживачів;
- зміна умов конкурентного середовища;
- велика кількість технічних спеціалістів.

В загальному, в Україні, деякі данні чинники мають більший вплив в міських агломераціях, ніж в сільській місцевості. Але в той же час діджиталізація підприємств, які знаходяться в сільській місцевості, таких як агро-промислові комплекси, може значно збільшити їх ефективність та зробити конкурентно спроможними на регіональному, національному або навіть міжнародному ринках.

Загальним результатом процесу діджиталізації підприємства є підвищення його прибутку, що досягається за рахунок багатьох переваг які надає дана оптимізація, до них можна віднести :

- ефективний менеджмент та управління бізнесом;
- більш комфортна та оперативна взаємодія бізнесу та споживача;
- зниження впливу «людського фактору» на виробничий процес
- зменшення потреби у «людських» ресурсах;
- розширення існуючих та пошук нових торговельних площадок (маркетплейсів);
- підвищення якості взаємодії у ринковому середовищі;
- створення структурованої та повної інформації про діяльність підприємства.

До основних перепон для впровадження цифрових технологій можна віднести:

- недостатність фінансових ресурсів;
- застарілу мережеву інфраструктуру;
- низька кваліфікація персоналу;
- недостатня зацікавленість керівництва у здійсненні цифрових перетворень.

В Україні процеси створення цифрової економіки ще не набули повноцінного рівня, в порівнянні із розвинутими зарубіжними країнами, однак, на державному рівні створюються умови для сприяння розвитку діджиталізації. Одними з основних регулюючих документів є: Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки», Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації», Закон України «Про національну програму інформатизації» та ін. [3, 4]. Цілеспрямована державна політика орієнтована на інноваційний розвиток бізнесу, використання новітніх інформаційних технологій у господарській діяльності, прискорення та підвищення якості взаємодії у ринковому середовищі є одним з ефективних чинників подальшої діджиталізації підприємств.

З технічної точки зору технології, що запроваджуються на підприємстві, за функціоналом можна поділити на декілька основних груп: системи безпеки, автоматизація виробництва, контроль виробничого процесу, взаємодія зі споживачем.

До систем безпеки відносяться: відеоспостереження, контроль доступу співробітників та сторонніх осіб на територію підприємства, охорона активів підприємства (сировини, обладнання, тощо), а також протипожежна та інші види сигналізації. Що дасть змогу виключити витрати на збитки від дій зловмисників, а також забезпечить безпечні умови праці. Автоматизація виробництва забезпечується використанням сучасних виробничих ліній, автоматизованих технічних засобів для виконання поставлених задач, що в свою чергу набагато підвищує ефективність виробництва та дає змогу зменшити потребу в фізичній праці співробітників, а іноді і зменшити кількість працівників. Контроль виробничого процесу включає всі процеси які пов'язані з управлінням підприємством, починаючи від закупівлі сировини або обладнання, закінчуючи бухгалтерським обліком та звітами про роботу, це дозволяє полегшити процес управління виробництвом, а також адаптивно підлаштовувати його. Взаємодія зі споживачем здійснюється за допомогою формування нових каналів комунікації, таких як: офіційний веб-сайт та соціальні мережі, що значно розширює ринок.

Технічними складовими діджиталізації є:

- Кібер-фізичні системи — являють собою механізм, діючий на основі комп'ютерних алгоритмів, головна ідея КФС – розроблення способів отримання, надання та аналізу різноманітної інформації.

- Інтернет речей (ІоТ) — це мережа взаємопов'язаних об'єктів, які мають вбудовані давачі, програмне забезпечення, що дають змогу передавати та обмінюватися даними між фізичним світом і комп'ютерними системами.



- Big Data — структуровані та неструктуровані дані великих обсягів, що оброблюються масштабованими програмними інструментами.
- Робототехніка — це робототехнічні автоматизовані системи, призначені для автоматизації технологічних процесів, спрямовані на виконання поставлених задач.
- Web-ресурс та хмарні сховища.

Як видно з перерахованих технічних засобів, основними ресурсами для діджиталізації є: широкосмуговий високошвидкісний зв'язок, як провідний так і радіозв'язок; та висококваліфіковані спеціалісти. Отже, діджиталізація це досить актуальний та перспективний напрямок для оптимізації сучасних підприємств будь-якої сфери діяльності. І хоча запровадження сучасних цифрових технічних засобів на виробництві потребує деяких фінансових інвестицій, а також наявності висококваліфікованих кадрів, але в умовах сучасного розвитку технологій та інтеграції їх у повсякденне життя цей крок є необхідним не тільки для збільшення ефективності виробництва, а й для збереження конкурентної спроможності підприємств.

#### Література

1. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 6. С. 105–112.
2. Стратегії високотехнологічного розвитку в умовах глобалізації: національний та корпоративний аспекти: монографія / Н.П. Мешко, О.М. Сазонець, О.А. Джусов та ін. Донецьк: Юго-Восток, 2012. 470 с.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки» № 67-р від 17.01.2018. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennyakonserciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodivshodo-yiyi-realizaciyi/>
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки» № 67-р від 17.01.2018. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennyakonserciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodivshodo-yiyi-realizaciyi/>

*Шевченко І.В.*

*здобувач*

*Пахота Н.В.*

*старший викладач*

*Державний університет інфраструктури та технологій*

## **ФРАНШИЗА, ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Останнім часом більшого поширення в Україні набуває співробітництво суб'єктів господарювання у формі франчайзингу, який вважають одним з

найефективніших способів розвитку бізнесу. Франчайзинг є перспективною моделлю ведення бізнесу, який до недавнього часу був не досить розповсюдженим у нашій країні, порівняно з країнами Європи та США. Сьогодні стоїть питання, чи вигідно співробітництво за моделлю франчайзингу в Україні.

В часи євроінтеграційних процесів для України франчайзинг виступає важливою формою ведення та організації бізнесу, яка разом з іншими ринковими структурами стимулює антикризові процеси і сприяє підвищенню ефективності та прибутковості діяльності багатьох українських промислових підприємств. Така форма бізнесу не лише збільшує ВВП країни, але і створює нові робочі місця, що грає дуже важливу роль в боротьбі з безробіттям.

В умовах зростаючої ринкової конкуренції та глобалізації економіки франчайзинг дає можливість підвищити ефективність малого підприємництва та допомогти малому бізнесу, об'єднаному під франчайзингові мережі, на рівних змагатися зі світовими корпораціями. Невелика кількість великих сильних гравців на ринку мають шанс вистояти в майбутній конкурентній боротьбі з іноземними компаніями.

Майбутнє українського бізнесу безпосередньо визначається можливостями формування тісних коопераційних зв'язків малих і великих підприємств. Однією з причин успішного розвитку малого підприємництва в країнах з розвинутою економікою є використання різних видів господарської інтеграції, наприклад, таких як: лізинг, субконтракт та франчайзинг. Великі корпорації використовують ринкову і структурну гнучкість малих підприємств, а також мають можливість перекладати на них ризик від тих чи інших операцій.

Франчайзинг є системою взаємовигідних партнерських відносин, яка поєднує елементи оренди, купівлі-продажу, підяду, представництва, проте в цілому є самостійною формою договірних відносин суб'єктів господарської діяльності, один з яких (франчайзер) надає іншому (франчайзі) право на використання певних нематеріальних активів (торговельної марки, фірмового найменування, технологічного процесу, іміджу тощо) за плату (роялті).

Франчайзинг – підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правоволоділець - франчайзер) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві - франчайзі) за винагороду на визначений строк комплекс виключних прав на використання знаку для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.

Франчайзинг давно визнаний однією з найбільш зручних моделей для розвитку малого і середнього бізнесу, який дозволяє мінімізувати ризики для підприємців-початківців. Власнику бізнесу працює за франшизою не потрібно створювати бренд з нуля, витратити колосальні суми на перевірку життєздатності та затребуваності продукту на ринку і його маркетинг, адже за нього це вже зробив франчайзер.

На жаль, в українському законодавстві навіть відсутнє визначення категорії «франчайзинговий договір». Саме тому компаніям доводиться використовувати кілька типів договорів для закріплення франчайзингових

відносин (ліцензійні договори, договори комерційної концесії, про спільну діяльність). Очевидним є те, що багато іноземних компаній не вважають такий стан речей сприятливим для розвитку власного бізнесу

Українське законодавство не містить визначення договору франчайзингу або франшизи. Найбільш спорідненим із зазначеним поняттям є комерційна концесія, яка врегульована як Цивільним кодексом, так і Господарським кодексом (глава 75 ЦК України (статті 1115-1129) та (глава 36 ГК України (статті 366-376)).

Сьогодні в Україні співробітництво за моделлю франчайзингу пропонують значна кількість компаній. Аналізуючи затребувані (найбільша кількість пошуку та згадувань в інтернет ресурсах) франшизи у різних сферах діяльності можна виділити найбільш популярні та відомі в Україні:

– Salateira - міжнародна мережа ресторанів здорового харчування. Необхідний обсяг інвестицій 120 000 \$, вступний внесок - 30 000 \$, а термін окупності франшизи становить два роки [4].

– Еко-Лавка - мережа магазинів реалізації екологічно чистої та натуральної продукції, яка вирощується і виробляється фермерськими господарствами. Обсяг необхідних інвестицій складає от 450 000 до 550 000 гривень, вступний внесок - 65 000 гривень. Роялті - 3%, а термін окупності - від 6 до 18 місяців [4].

– Lviv Croissants - львівський концепт мережі пекарень швидкого харчування. Необхідний обсяг інвестицій - 25 000 \$, вступний внесок - 9000 \$. Розмір роялті - 3% від обороту в місяць. Термін окупності інвестицій - від 2 до 12 місяців [4].

– Атлетіко - франшиза мережі фітнес клубів. Обсяг інвестицій - від 55 000 \$ до 100 000 \$. Термін окупності - від 30 до 50 місяців. Розмір вступного внеску - від 150 000 до 300 000 гривень [4].

– Ін Тайм - одна з найбільших логістичних компаній України зі своєю, розвиненою мережею відділень по всій території країни. Інвестиції для відкриття відділення: від 150 000 гривень до 300 000 гривень. Вступний внесок: від 5000 гривень до 17 500 гривень. Роялті складуть можуть скласти 50 - 75% від доходу, а термін окупності - від 8 місяців [4].

– Агота Кава - одна найбільших мереж кав'ярень в Україні. Необхідний обсяг інвестицій може складати від 250 000 до 800 000 гривень в залежності від розміру закладу. Термін окупності - від 6 до 15 місяців. Розмір роялті - 2% від щомісячного обороту [4].

Зазвичай, франчайзингом називають формою передачі великою, успішно функціонуючою фірмою прав на використання своєї торговельної марки, технології ведення бізнесу іншій фірмі, як правило, малому підприємству, або індивідуальному підприємцю.

Сьогодні система франчайзингу показала себе як одна з найбільш оптимальних форм управління. Існують різні погляди стосовно успіху

франчайзингових мереж. Проте, основні з них зводяться до високої якості обслуговування та дотримання стандартів якості незалежно від країни розташування.

Тобто, ключовими перевагами для франчайзі, якими зазвичай і виступають малі підприємства, являються: використання на законній основі відомого бренду; постійна різностороння підтримка; економія засобів і часу на рекламі, навчанні персоналу, технології ведення бізнесу, розробці та реєстрації власного торгового знаку, пошуку партнерів; часто відкритий доступ до кредитних ресурсів; певна захищеність від конкурентів; високий імідж; зменшення ризиків; швидкий та ефективний початок бізнесу.

Завдяки роботі на основі франшизи, компанія-франчайзі має змогу знизити фінансовий ризик порівняно з іншими підприємствами, тому що інвестиційні витрати нижче, а норма прибутку вище. Робота за перевіреною бізнес-концепцією надає можливість уникнути непотрібні спроби та помилки періоду запуску та експлуатації нового бізнесу та розпочати свою діяльність вже маючи гарну репутацію. А також, не піклуватися про створення системи збуту та закупівель, оскільки франчайзі має просто перейняти систему закупівель, зберігання та транспортування відповідно до умов франшизи із великим підприємством. Однією з найважливіших характерних особливостей франчайзингу є зниження підприємницьких ризиків.

На думку науковця Миронченко Т.В., використання франчайзингу для малого підприємництва дозволить вирішити такі їхні основні проблеми малого бізнесу, як складність доступу до кредитних ресурсів, недостатність рівня знань та досвіду підприємницької діяльності у конкурентному середовищі, важкість пошуку надійних ділових партнерів, завоювання власної ніші на ринку та отримання достовірної інформації про стан ринку, в якому працює компанія.

Підсумовуючи вище зазначене, франчайзинг створює сприятливі умови для розвитку малого бізнесу в Україні. Але проблема, яка існує зараз у цьому розрізі - недосвідчені нові мережі, які починають поширювати франшизу до того, як їх підприємство пройде перевірку часом. Саме такі моменти було б коректно регулювати законом. Але суть не в регулюванні чи контролі, а в підтримці, захисті.

Безумовно сьогодні в Україні можна знайти франшизу на будь-який смак, але в той же час вибір франшизи в деяких сферах діяльності обмежений, наприклад в сільському господарстві або виробництві. Не варто також забувати, що франчайзинг крім переваг має і ряд недоліків. Купівля готового бізнесу дає підприємцеві ті ж можливості, що і франчайзинг, але при цьому бізнесмен може розвивати свою справу, інвестуючи в капіталізацію свого бренду, що не виплачуючи роялті та інші відрахування франчайзеру.

#### Література

1. Асоціація франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.franchising.org.ua](http://www.franchising.org.ua)
2. Government of Western Australia «Small business development corporation –Advantages and disadvantages of buying a franchise» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smallbusiness.wa.gov.au/>

3. Мирончук Т.В. Переваги та недоліки франчайзингу для учасників франчайзингових відносин / Т.В. Мирончук // Науковий вісник Львівського юридичного інституту. Серія економічна: Збірник. – Львів: Львівський юридичний інститут МВС України, 2005. – Вип.2. – С. 32-47.

4. Інтернет ресурс «InVenture» – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure>

*Шеремет Д.С.  
курсант*

*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ*

## **СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ЛОГІСТИКИ В АГРОНОМІЦІ**

Актуальність цієї проблеми зумовлена появою на сучасному етапі нової галузі логістики - агрологістика - новітній науково-практичний напрямок, спрямований на підвищення ефективності діяльності підприємств агропромислового комплексу за рахунок оптимізації логістичних витрат як окремого підприємства, об'єднань підприємств, так і агропромислового комплексу в цілому, на збільшення прибутковості як планомірний результат організації раціональної діяльності. Взагалі в сучасному світі підприємницька діяльність в сфері агрологістики – це перспективна можливість одержання додаткових фінансових капіталовкладень для вітчизняних виробників за рахунок доробки продукції та формування доданої вартості. З іншого боку нерозвиненість ринкової та логістичної інфраструктури стримують процеси розвитку логістики в аграрному секторі.

Зазначимо, що основні сучасні тенденції розвитку логістики, які ставлять актуальність логістики у список самих пріоритетних завдань агроменеджменту. Для багатьох компаній від роздрібної ціни на товари широкого вжитку складають витрати на ланцюги поставок, причому ця частка має тенденцію постійно збільшуватися у зв'язку з ускладненням логістичних конструкцій, підвищенням вимог до якості та швидкості обслуговування клієнтів. А також обумовленістю іншими факторами. Логічно постає задача: мінімізувати комплекси логістичних витрат і збільшення прибутку. Основним принципом побудови ефективної логістичної стратегії є постійний аналіз логістичних показників та неперервний моніторинг логістичної функції підприємства.

Вчений Вовк Л.В. зазначає, що важливими чинниками формування логістичної стратегії співпраці підприємств галузі є географічні й екологічні фактори. Визначення й впровадження в регіоні: центрів ваги зосередження і розподілу сировинних ресурсів, попиту, зокрема, раціонального розміщення централізованих професійних сховищ сільськогосподарської продукції, обґрунтування їх оптимальної місткості; моделі управління запасами; практичної доцільності експлуатації спеціалізованої обслуговуючої завантажувально-розвантажувальної техніки, яка сприяє зменшенню

пошкодження і псування продукції; стратегії раціонального використання професійної робочої сили; мінімізації транспортних витрат шляхом розробки та впровадження схем оптимальної маршрутизації, мережевих моделей планування й управління сучасні ефективні управлінські інструменти оптимізації логістичної функції сільсько-господарських підприємств на основі консолідації й стратегічного партнерства [1, с. 11 - 12].

Також, необхідним буде звернути увагу на важливу думку вченого, що основним методологічним принципом до визначення ефективності логістичної системи має бути системний підхід, оскільки його використання дозволяє визначити ефективність діяльності всіх структурних ланок логістичної системи в процесі проходження матеріального та супутніх йому потоків від постачальника до споживача готової продукції з урахуванням економічних інтересів учасників системи та витрат [2, с. 134]. Необхідною умовою при визначенні показників ефективності логістичної системи підприємства є врахування соціального ефекту, що полягає у ліквідації рутинних операцій, організації творчої та менш психологічно-напруженої взаємодії учасників логістичної системи, забезпеченні високої культури обслуговування споживачів тощо.

На думку вченого з цього приводу, для покращення передумов розвитку агрологістики в Україні необхідно зосередитись на реформуванні фінансової та транспортної логістичних систем, покращенні інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, формування нормативно-правової бази з метою регулювання відносин між суб'єктами логістичних систем та 33 активізацію роботи по підвищенню кваліфікації управлінського персоналу щодо управління логістичними потоками в аграрній сфері [3, с. 134].

На нашу думку слід звернути особливу увагу тут необхідно приділити системі управління логістичними потоками овочів та фруктів. Адже, невірний встановлений кліматичний режим та відсутність контролю при транспортуванні може призвести до втрати всієї товарної продукції. З цього приводу в аграрному секторі використовують принцип холодних ланцюгів поставок, який базується на повному контролі температурного режиму протягом первинної доробки, формування партій, зберігання та транспортування. Іншої особливістю агрологістики є особливі біологічні властивості різних сортів однієї продукції до транспортування до зберігання. Осінні та зимові сорти овочів та фруктів мають різні умови до їх зберігання.

Отже, виокремлюючи основні економічні механізми управління логістичною системою сільськогосподарського підприємства включає в себе сукупність наукових методів та засобів, які впливають на логістичні процеси, які керують діяльністю логістичної системи, контролюють і коригують дії, дають змогу вчасно виявити й реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. На сьогоднішній день розвиток агрологістики в Україні перебуває на початковому етапі, але за умови раціонального подолання основних перешкод на шляху розвитку цього напрямку та створення умов для покращення системи агрологістики на підприємствах України варто відзначити великі перспективи розвитку даної галузі в нашій країні.

## Література

1. Вовк Л.В. Логістика як стратегія інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. *Київський національний університет культури і мистецтв*, 2016р, с. 8 – 12.
2. Колодка Я. В. Особливості та оптимізація логістичних систем підприємств сільськогосподарської галузі. *Сумський національний аграрний університет*, 2014р, с. 131 – 136.
3. Клімова І.Г. Логістика як чинник підвищення конкуретоспроможності підприємства. *Держава та регіони*, 2006р, № 4, с. 163-166.

*Шквиря Н.О*

*к.е.н, доц. кафедри маркетингу*

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

*імені Дмитра Моторного,*

*м. Мелітополь*

## **РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах розвитку української економіки становлення ринку овочів в Україні відбувається на тлі певного економічного зростання, але в цій області існує багато невирішених проблем, зокрема збільшення обсягів виробництва і підвищення його ефективності. Формування ринку овочів відноситься до найважливіших задач і вимагає використання інструментів стратегічного маркетингу. Необхідність розробки маркетингової стратегії полягає в задоволенні потреб споживачів та зміцненні конкурентних позицій підприємства на ринку овочів [3].

Разом з тим ряд питань визначення вибору ефективних форм і методів формування маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств на ринку овочів в умовах ринкової економіки залишаються недостатньо вивченими.

Метою дослідження є стратегічний аналіз підприємства ТОВ «Агрофірма Україна», яке спеціалізується на виробництві овочів та розробка стратегічних напрямків його розвитку. Для досягнення поставленої мети необхідно зробити комплексний аналіз економічного становища підприємства та факторів, що на нього впливають, за допомогою комплексних методів стратегічного аналізу: SPACE, Shell/DPM, Mc/Kinsey, Ансоффа, Портера.

Оцінюючі результати SPACE аналізу можна зробити висновки про сильні сторони досліджуваного підприємства – фінансова стабільність та конкурентна позиція. SPACE аналіз дозволив визначити, що ТОВ «Агрофірма Україна» знаходиться в консервативному положенні на ринку овочів. Цей стан характерний для привабливої галузі, в якій підприємство отримує конкурентні переваги у мінливому зовнішньому середовищі. Критичним фактором є стратегічний потенціал. Стратегічний вектор в SPACE-матриці вказує на збутову

та товарну стратегію, в рамках якої рекомендується розширювати асортимент продукції за рахунок вирощування овочів закритого ґрунту.

Наступним методом стратегічного аналізу для визначення стратегічних позицій підприємств на ринку овочів є метод Shell/DPM. Використовуючи цей метод можна оцінювати підприємства, що знаходяться на різних стадіях свого розвитку. Кожен із дев'яти секторів матриці відповідає специфічній стратегії підприємства, що певним чином характеризує його становище на ринку [5]. За результатами аналізу показників оцінки конкурентоспроможності підприємства можна зробити висновки, що його сильними сторонами є ефективність цінової політики, якість продукції та кваліфікація персоналу. Узагальнюючі результати оцінки конкурентоспроможності досліджуваного підприємства встановили, що необхідно удосконалити товарну політику підприємства та розширювати ринок збуту овочевої продукції. Визначено, що привабливість ринку овочів регіону знаходиться на середньому рівні. Найбільш слабкими факторами є соціальні та політичні, а саме недостатнє державне регулювання ринку продукції. Виявлено, що ринкові фактори є сильними сторонами підприємства.

За результатами застосування методу Shell/DPM, визначено, що ТОВ «Агрофірма Україна» займає середні позиції в галузі з середньою привабливістю. Необхідно обережно продовжувати бізнес з постійним аналізом мікро- та макросередовища підприємства. Для підприємства ефективною буде стратегія вибіркового розвитку: пошук шляхів отримання конкурентних переваг, удосконалення товарної політики підприємства, інвестування у ті сегменти, де прибутковість висока, а ризик малий.

Згідно з побудованою матрицею конкуренції Портера для ТОВ «Агрофірма Україна» для того, щоб випередити конкурентів, підприємству слід обрати стратегію лідерства за витратами, яка включає наступні заходи: виробництво овочів на протязі року (овочі закритого та відкритого ґрунту).

Визначимо ймовірність реалізації певного виду маркетингової стратегій за методом Ансоффа – таблиця 1.

*Таблиця 1*

**Матриця Ансоффа для ТОВ «Агрофірма Україна»**

Варіант стратегії	Можливість	Опис
Стратегія проникнення	Можлива	Є всі шанси в реалізації даної стратегії на підприємстві. Не дивлячись на низькі можливості до додаткового інвестування, необхідно поступово посилювати конкурентні переваги продукції, збільшувати його споживання і розвивати комунікаційну політику підприємства, збільшувати виробництво продукції за рахунок реалізації овочів закритого ґрунту
Стратегія розвитку ринку	Ймовірна	Вихід в інші регіони України, інші сегменти ринку за рахунок виробництва екологічно чистих овочів.
Стратегія розвитку товару	Можлива	Підприємство володіє всіма ресурсами для розширення асортименту овочевої продукції
Стратегія диверсифікації	Не можлива	У підприємства є потенційні можливості зростання на існуючих ринках за допомогою існуючих і нових товарів. Диверсифікація не рекомендується.



Методом Ансоффа встановлено, що найбільш ефективними маркетинговими стратегіями для ТОВ «Агрофірма Україна» на ринку овочів є стратегія проникнення на ринок та стратегія розвитку товару. Стратегія проникнення передбачає наступні заходи - посилення конкурентних переваг овочів, збільшення їх споживання, розвиток комунікаційної політики підприємства, збільшення виробництва продукції за рахунок реалізації овочів закритого ґрунту.

В результаті застосування методу Mc/Kinsey отримали високу привабливість ринку овочів та середню конкурентоспроможність продукції підприємства. Це відповідає стратегії розвитку, сутність якої полягає у посиленні слабких позицій, пошуку сегмента, де можливо знайти лідируючі позиції, посилення конкурентних переваг за рахунок удосконалення якості продукції та зниження ціни.

Проведене дослідження за допомогою методів стратегічного аналізу дозволило визначити маркетингову стратегію підприємства, адаптовану до ринку овочів. Її реалізація можлива за рахунок наступних заходів: розширення асортименту продукції за рахунок вирощування овочів закритого ґрунту, удосконалення якості продукції, посилення конкурентних переваг овочів, збільшення їх споживання, розвиток комунікаційної політики підприємства. Реалізація зазначених рекомендацій призведе до зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку та підвищення ефективності виробництва овочів.

#### Література

1. Леонова А. А., Олексенко Р.И. Теоретические особенности становления и развития маркетинга . *Новый университет. Серия: Экономика и право.* – 2013. №.12. С. 135-137.

2. Р. І. Олексенко, І. О. Краскова, М. М. Поліщук. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка.* 2011. № 11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_11\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21). (дата звернення: 22.12.2019).

3. Олексенко Р. И. Маркетинг как "философия бизнеса": концепт развития предпринимательства. *Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга: сб. материалов Межд. науч.-практ. конф. посвященная 70- летию академика Ж.Т. Сейфуллина: Алматы, 2018 С. 23-26.*

4. Шквиря Н.О. Обоснование и выбор маркетинговой стратегии развития предприятия. *Актуальные вопросы экономической науки в XXI веке: сборник материалов Междун.науч.-практ. конф., 18 окт. 2019г. Гомель: ГГУ имени Ф.Скорины, 2019. С.265-267.*

5. Шквиря Н.О. Застосування методу портфельного аналізу в стратегічному маркетингу підприємства. *Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 16-18 жовт. 2019 р. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. С. 421.424.*

*Шупчинська К.С.*  
*асистент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД*  
*Запорізький національний університет*  
*Олійник О.М.*  
*к.філос.н., доц. кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД*  
*Запорізький національний університет*

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Протягом останнього десятиліття аграрний сектор України набув великого значення. Економіка зростає завдяки аграрному сектору на фоні підвищення світових цін на сільськогосподарську продукцію. Спостерігається стрімке зростання обсягів виробництва. Тим самим Україна забезпечує внутрішній та зовнішній ринок сільськогосподарською продукцією.

На сьогодні в Україні спостерігається привабливий інвестиційний клімат для розвитку аграрного сектору. Для розвитку сектору велике значення має постійне зростання світового попиту на продовольчі продукти, розвинена транспортна мережа (залізничні перевезення, автоперевезення, а також водні перевезення), близькість ринків збуту і дешеві трудові ресурси. Ще одним фактором привабливості інвестицій є велика площа сільськогосподарських земель, вона є найбільшою у Європі.

Наявні проблеми та бар'єри для інвестицій у аграрний сектор. Серед головних можна визначити такі:

- неефективна державна експортна політика;
- недостатньо розвинута інфраструктура ринків та маркетинг аграрного сектору;
- нестабільна і непрогнозована ситуація в країні;
- недостатнє фінансування з боку держави в порівнянні з іншими країнами;
- непрозора державна політика [1, с.8].

Для подолання цих бар'єрів треба вжити таких заходів:

- створити єдині правила гри для всіх учасників аграрного сектору;
- зробити спрощений доступ до банківських кредитів та ресурсів міжнародних фінансових організацій;
- спростити доступ до інфраструктурних та логістичних потужностей;
- підвищити українські стандарти до рівня європейських та міжнародних;
- спростити митне регулювання та подолати корупцію на митниці.

Внаслідок військового конфлікту на Сході України зменшилася роль металургійного експорту і підвищилась частка аграрного сектору в експорті продукції (табл.1).

На сьогодні аграрний сектор є дуже важливим для країни і тому потрібно впроваджувати інноваційні технології в сільському господарстві. Оскільки російський ринок збуту частково обмежений, Україна має можливість орієнтуватись на європейський ринок. Але для цього треба додержуватись

певних стандартів якості продукції. Зокрема, вирощування екопродукції, яка користується великим попитом як в країні так і за її межами.

Таблиця 1

Співвідношення інвестицій та експорту в аграрному секторі України

Рік	Загальний обсяг капітальних інвестицій в аграрний сектор у %	Загальний обсяг капіталовкладень, млрд. грн.	Частка аграрного сектору в структурі експорту у %
2013	24,7	10,4	27
2014	29,3	12,7	31,8
2015	36,9	15,2	39,4
2016	58,6	24,1	41,8
2017	57,9	25,4	42,3

Треба відзначити, що не менш важливим є раціональне та ефективне використання земельних ресурсів, а саме: використання біодобрив, рекультивація земель, тобто відновлення земельних ділянок після багаторазового висівання однієї і тієї ж самої культури. Важливе значення має і якість посівного матеріалу, який використовується для посіву. Продукція тваринного походження, яка експортується на європейський ринок, повинна відповідати особливо жорстким вимогам стандартизації. І в цьому напрямку нашій країні є над чим працювати, оскільки поки що ця продукція значно обмежується нетарифними бар'єрами з боку ЄС. Отже у нас є великий потенціал в аграрному секторі; і для інвесторів, які будуть співпрацювати з Україною відкриваються великі перспективи і можливості.

Література

1. Єрмолаєв А. Н. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування. Київ : Інститут стратегічних досліджень, 2015. 27с.
2. Данилова О. А. Перспективи аграрного сектора України у контексті прийняття членства в ЄС. Запоріжжя : Таврійський державний агротехнологічний університет, 2014. 70 с.
3. Ярмоленко Ю. О. Сталий розвиток аграрного сектору економіки та його економічне забезпечення. Київ : Інвестиції: практика та досвід, 2015. 115с.
4. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.01.2020)

*Шутова С.В.*

*преподаватель*

*УО Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия*

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ - СОВРЕМЕННЫЙ  
ИННОВАЦИОННЫЙ ЭТАП ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Цифровизация экономики как толчок инновационного развития стала актуальной в связи с произошедшими качественными изменениями в экономике

и обществе. Профессор Санкт-Петербургского политехнического университета А.В. Бабкин, исследуя особенности цифровизации экономики с различных точек зрения и ссылаясь на «отца цифровой экономики» Дона Тапскотта, дает разностороннее, всеобъемлющее определение цифровой экономики: «тип экономики, характеризующийся активным внедрением и практическим использованием цифровых технологий сбора, хранения, обработки, преобразования и передачи информации во всех сферах человеческой деятельности; система социально-экономических и организационно-технических отношений, основанных на использовании цифровых информационно-телекоммуникационных технологий; это сложная организационно-техническая система в виде совокупности различных элементов (технических, инфраструктурных, организационных, программных, нормативных, законодательных и др.) с распределенным взаимодействием и взаимным использованием экономическими агентами для обмена знаниями в условиях перманентного развития» [1, с. 176].

Цифровизацию экономики можно определить, как современный инновационный этап экономического развития, в основе которого лежит интеграция физических и цифровых ресурсов в сфере производства и потребления, в экономике и обществе. Он характеризуется новыми методами генерирования, обработки, хранения, передачи информации во всех сферах человеческой деятельности.

Цифровизация экономики, в несколько раз увеличивая информационное пространство и создавая информационные продукты, снижает информационные издержки. Это ускоряет и упрощает поиск информации, ее сравнительный анализ и взаимообмен ею и способствует усилению сплоченности и сотрудничества компаний, что, соответственно, влияет на методы операционной деятельности субъектов хозяйствования, поиск людьми благоприятных условий для жизнедеятельности, а также на взаимопонимание и взаимодействие между населением страны и ее правительством. Базовым условием расширения цифрового сегмента экономики является рост транзакционного сектора, к которому относят государственное управление, консалтинг и информационное обслуживание, финансы, оптовую и розничную торговлю, а также предоставление различных коммунальных, персональных и социальных услуг и который в развитых странах составляет свыше 70% национального ВВП. С 2013 г. по 2017 г. экспорт телекоммуникационных услуг Беларуси вырос в два раза и в 2018 г. составил почти 1,5 млрд. долл. США. В 2017 г. количество абонентов с выходом в сеть интернет составило 11,8 млн., 74,4% населения в возрасте 6–72 лет являлись интернет-пользователями, при этом 73,1% из них выходили в сеть интернет ежедневно. Цифровизация одинаково глубоко коснулась всех сфер экономики и всех звеньев общественного воспроизводства. Беларусь занимает 32-ю позицию в мировом рейтинге (176 стран) по уровню развития ИКТ, 21-ю позицию по количеству абонентов стационарного широкополосного доступа в интернет [2].

Быстрое распространение цифровых технологий в экономике означает, что их преимущества реализуются в широких масштабах, однако их косвенное

воздействие на экономический рост с трудом поддается оценке. Проблема в том, что за большим статистическим материалом, свидетельствующим о повышении роли ИКТ в экономической деятельности, их истинное влияние на деятельность субъектов хозяйствования исследовано недостаточно глубоко, а цифровыми дивидендами принято считать такой прирост полезных эффектов коммерческого и некоммерческого характера, который не может быть получен при использовании традиционных технологий.

В последние годы наблюдается рост показателей деятельности технопарков и их вклада в инновационное развитие страны. Так, «...за последние пять лет при незначительном увеличении количества технопарков (с 12 в 2013 г. до 14 в 2018 г.) объем произведенной их резидентами продукции (в том числе инновационной) вырос более чем в 3 раза. За этот же период удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции (работ, услуг) организациями – резидентами белорусских технопарков держится на уровне 70%. Только в 2017 г. в нашей стране зарегистрировано четыре новых технопарка. Их сеть в настоящее время охватывает все без исключения областные центры, а также белорусскую столицу. Ведется работа по созданию технопарков в регионах, в первую очередь в крупных районных центрах. Такие инновационные структуры уже работают в Пинске, Новополоцке и Горках» [3, с. 5]. Важно, что за этот период было создано 1 500 рабочих мест. Цифровые технологии (интернет) дают возможность и малому бизнесу принимать участие в глобальной торговле, что усиливает интеграционные процессы, стимулируя конкуренцию, повышает эффективность использования имеющихся ресурсов и обеспечивает мотивацию использования инноваций. В последнее двадцатилетие в исследованиях ученых, политиков, экспертов и практиков-экономистов в публикациях, докладах и дискуссиях по цифровизации экономики акцентируется внимание на воздействии механизмов цифровых технологий на предпринимательскую деятельность, население и правительства стран [4, с. 12]. Принципиальным условием успешности и одним из сложных этапов развития «цифрового» сектора экономики является упрощение деловой среды и максимальное сокращение затрат при взаимодействии населения и бизнеса с государством.

Упрощая задачи и повышая производительность существующих факторов производства, цифровые информационно-коммуникационные технологии могут существенно повысить экономическую эффективность компаний, работников и правительств. Максимальный уровень эффективности достигается в том случае, когда транзакции проводятся автоматически, без участия человека, и транзакционные издержки снижаются практически до нуля. Это – сфера «новой экономики», такой как поисковые системы и платформы электронной торговли, цифровые платежные системы, электронные книги, потоковая музыка и социальные сети. Постоянные издержки на создание платформы могут быть весьма значительными, однако предельные издержки проведения очередной транзакции или присоединения очередного пользователя ничтожны. Это обеспечивает рост отдачи от масштаба, что стимулирует формирование новых моделей ведения бизнеса и дает весомые преимущества интернет-компаниям в

их конкуренции с аналогичными фирмами, работающими вне сети. Многие интернет-компании или сервисы используют платформу или модель «двустороннего рынка». Платформы связывают покупателей с продавцами или получателей услуг с их поставщиками, придавая цифровизации кастомизированный характер. Преимущества цифровых технологий ощущает на себе вся экономика. Если речь идет о бизнесе, то интернет способствует включению компаний в мировую экономику за счет расширения торговли, повышает производительность капитала и активизирует конкуренцию на рынке, что, в свою очередь, содействует внедрению инноваций.

Современный уровень цифровизации экономики позволяет организовать механизмы сбора, обработки и доставки к месту использования базовой и результативной информации с минимальным использованием трудовых, материальных и финансовых ресурсов для выполнения этих функций. Обладание релевантной информацией является уникальным конкурентным преимуществом субъектов хозяйствования, позволяющим повышать точность прогнозирования своей деятельности и таким образом обеспечивать финансовую устойчивость. Цифровая экономика – это огромный потенциал инновационного развития, организация на новой основе рынков товаров, услуг и труда, финансовых активов и платежных систем. Цифровизация обеспечит значительный вклад в устойчивый экономический рост, повышение конкурентоспособности базовых отраслей и инновационных секторов экономики, качество жизни населения, а также позволит достичь высоких позиций нашей страны в мировых рейтингах.

#### Литература

1. Бабкин, А.В. Цифровая экономика и развитие инновационно-активных промышленных кластеров [Электронный ресурс] / Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития: труды научн.-практ. конф. с междунар. участием; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 535 с. – Режим доступа: <http://ineprom.spbstu.ru/files/inprom-2018/inprom-2018.pdf>. – Дата доступа: 10.01.2020.

2. «ТИБО-2018». Стенд «IT-страна Беларусь» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.belta.by/infographica/view/tibo-2018-12228/>. – Дата доступа: 10.01.2020.

3. Шумилин, А.Г. Приоритет – инновационное развитие / А.Г. Шумилин // Беларуская думка. – 2018. – № 11. – С. 3–12.

4. Гузикова, Л.А. Цифровая экономика: в ожидании дивидендов [Электронный ресурс] / Л.А. Гузикова // Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития: труды научн.-практ. конф. с междунар. участием; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 535 с. – Режим доступа: <http://ineprom.spbstu.ru/files/inprom-2018/inprom-2018.pdf>. – Дата доступа: 10.01.2020.

*Эргашев Р.Х.*  
*д.э.н., профессор кафедры “Экономика”*  
*Каршинский инженерно экономический институт*  
*Равшанов А.Д.*  
*к.э.н., доцент кафедры “Менеджмента”*  
*Каршинский инженерно экономический институт*  
*Республика хацУзбекистан*

## **ИННОВАЦИОННЫЙ РАЗВИТИЕ АПК В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН**

Агропромышленный комплекс (АПК) представляет собой совокупность отраслей экономики страны, включающую сельское хозяйство и отрасли промышленности, тесно связанные с агропромышленным производством, осуществляющие перевозку, хранение, переработку агропромышленной продукции, поставку ее потребителям, обеспечивающие сельское хозяйство техникой, химикатами и удобрениями, обслуживающие агропромышленное производство. Под инновационным развитием АПК (ИР АПК) понимается конечный результат творческой деятельности, получившей воплощение в виде новой или усовершенствованной продукции, техники, технологии, программы или услуги, реализуемой на рынке, либо нового или усовершенствованного процесса ее изготовления, используемого в практической деятельности аграриев или предприятий АПК, что приводит к росту его инновационного потенциала и конкурентоспособности. При этом под аграриями понимаются работники, связанные с агропромышленным производством, участвующие в нем и выражающие его интересы. Другими словами, ИР АПК – это совокупность мероприятий, приводящих в конечном итоге к разработке и реализации новых идей и знаний на предприятиях АПК с целью их практического использования для удовлетворения запросов потребителей агропромышленной продукции.

При рассмотрении методов ИР АПК следует учитывать, что понятие «инновация» тесно связано с понятием «инновационный процесс». Таким образом, ИР АПК – это последовательная цепь событий от новой идеи до ее реализации в конкретной агропромышленной продукции или технологии и дальнейшее распространение нововведения для повышения эффективности использования ресурсного потенциала АПК и усиления его конкурентоспособности в национальной экономике.

В числе основных принципов, формирующих методы ИР регионального АПК, следует отметить: принцип научности, принцип системного подхода, принцип ответственности, принцип подбора и расстановки кадров. Содержание принципа научности состоит в том, что весь комплекс решений в области совершенствования методов и механизмов ИР регионального АПК должен строиться на научной основе, с широким использованием передового отечественного и зарубежного опыта. Применение системного подхода обеспечивает возможность комплексного охвата хозяйственных связей с точки

зрения функциональных соотношений всех структурных подразделений, задействованных в ИР регионального АПК. С помощью такого подхода удастся отобразить рациональное взаимодействие элементов хозяйственной системы. Не менее важным принципом, который обязательно должен использоваться при ИР регионального АПК, является принцип ответственности и принцип подбора и расстановки кадров. Их основной задачей является точное определение объективно необходимых функций, обязанностей и личной ответственности каждого работника регионального АПК.

Этапе развития национальной экономики Узбекистана необходимо строго соблюдать общие принципы ИР регионального АПК, среди которых:

- государственное регулирование АПК как единого целого на основе соответствующих законодательств и целевых программ;
- разумное разграничение функций государственного и хозяйственного участия в ИР регионального АПК, в том числе, невмешательство государственных органов в инновационную деятельность;
- рациональное сочетание отраслевого и территориального подходов при обеспечении условий ИР регионального АПК;
- обусловленная гарантированность, соблюдение законности;
- сочетание индикативности и директивности в организационно - правовых актах и документах, затрагивающих вопросы ИР АПК;
- эффективное взаимодействие органов государственного управления с хозяйствующими субъектами регионального АПК;
- сочетание решения экономических и социальных проблем ИР на предприятиях регионального АПК, обеспечение защиты интересов производителей и потребителей агропромышленной продукции;
- целевая поддержка сельского хозяйства государством; применение эффективной договорной системы и др. Нарушение принципов управления инновациями в региональном АПК ведет к серьезной деформации экономики, социальным потрясениям, что подтверждается практикой.

Процесс ИР регионального АПК во взаимосвязи и взаимозависимости технико-технологических и организационно-управленческих циклов, позволяющих системно использовать результаты научной и научно-технической деятельности в производственно-экономических системах.

Инновационный цикл регионального АПК представляет собой временной период между появлением изобретения или научной разработки и использованием их в производственном процессе. Продолжительность инновационного цикла регионального АПК зависит от: 1) технологического уровня производства, 2) адаптационной способности среды освоения и 3) от внешних финансово-экономических факторов.

Следует отметить, что на ИР регионального АПК оказывают влияние присущие ему особенности природно-экономических условий хозяйствования, а также региональные различия обеспечения кадрами, способными успешно вести инновационную деятельность. К особенностям процесса ИР регионального АПК необходимо отнести степень готовности хозяйств к восприятию нововведений, а также состояние организационно - экономического механизма, стимулирование



продвижения достижений науки до практики. Для распространения инноваций необходимо иметь развернутую сеть проникновения их в агропромышленное производство. Важнейшим из них является эффективность функционирования органов управления АПК подготовка и переподготовка кадров, а также работников массовых профессий, информационно-пропагандистская деятельность.

Инновации в АПК являются основой обеспечения темпов и качества наращивания воспроизводственного потенциала страны, повышения конкурентоспособности производимой продукции на внутреннем и внешних продовольственных рынках.

К специфике ИР регионального АПК следует отнести обязательность учета дифференцированных условий хозяйствования агропромышленных предприятий в инновационной политике страны. Это определяется тем, что инновационный процесс, в результате которого происходят технические, организационные, экономические и управленческие изменения, должен быть максимально адаптирован к специфике хозяйствования.

Наиболее полно содержание понятия управления инновациями в региональном АПК проявляется в земледелии, где товаропроизводитель непосредственно вступает в отношения с природной средой, использует природные ресурсы, почвенное плодородие, биологические и водные, другие ресурсы (удобрения и химические средства защиты растений), а также знания способов соединения ресурсов с учетом агроклиматических условий вероятностного характера. Эти знания отличаются многопрофильностью, их применение имеет системный характер и связано с необходимостью учета кроме отраслевых еще и региональных особенностей ведения агропромышленного производства.

Рынок диктует необходимость снижения затрат на производство сельскохозяйственной продукции, качественные характеристики товаров и услуг. Направления государственной поддержки инновационной деятельности также предполагают достаточно обоснованные модели инновационной деятельности, использование средств целевых программ и информационного обслуживания мероприятий инновационной деятельности АПК.

Таким образом, в процессе формирования рыночных отношений отечественный АПК как сфера развития инновационной деятельности еще в большей степени усложняется усилением связей сельских товаропроизводителей с научными учреждениями и организациями, занимающимися инновационными разработками. Для этого требуется эффективное использование научного труда и научной продукции и разработок, апробированных в условиях конкретного региона.

#### Литература

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 07.02.2017 г. №УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан»
2. Конькова М.А. Особенности формирования центров инновационного развития регионального АПК [Текст] / М.А. Конькова // Транспортное дело России - 2008 - № 2. (0,25 п.л.).

3. Эргашев Р.Х., Равшанов А.Д.- Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана, iv международной научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25 ноября 2016 года) 325-327 стр.

*Яковец Н. А.  
студент*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»  
г. Горки, Республика Беларусь*

*Ржеуцкая О.В.*

*старший преподаватель*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»  
г. Горки, Республика Беларусь*

### **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА**

Прибыль занимает весомое место в построении ценовых отношений рыночной экономики, а также выступает в качестве значимого звена экономической системы регулирования совокупного производства. Именно прибыль, как важнейший экономический показатель работы, определяет эффективность и целесообразность хозяйственной деятельности организации.

Прибыль выступает в качестве самого значимого источника финансирования наращивания производства, показателя его результативности, служит составляющей для экономического стимулирования и весомым источником пополнения бюджета страны.

Прибыль по большей части обусловлена тремя факторами: ценой реализации, себестоимостью и объемом реализованной продукции.

В результате реализации продукции предприятие получает денежные активы, которые в дальнейшем могут быть направлены на выполнение обязательств перед бюджетом страны, поставщиками и персоналом. Задержки и проблемы в области реализации продукции приводят к несвоевременному выполнению обязательств предприятия перед покупателями, работниками организации, а также ведут к задержкам различных платежей, что в результате отрицательно сказывается на финансовом положении организации. После процесса реализации продукции организация получает оборотные средства, которые в дальнейшем могут быть использованы для возобновления цикла. Фактически, чтобы осуществление производства было на постоянной основе, то для этого нужно обеспечить его бесперебойным характером реализации продукции, в результате чего воспроизводственный процесс внутри организации будет непрерывным.

Объем реализованной продукции отрасли растениеводства способен повлиять на размер прибыли как позитивно, так и негативно. Увеличение объема реализованной рентабельной продукции приводит к росту суммы прибыли. В

случаи нерентабельной продукции это приводит к сокращению суммы прибыли. Себестоимость продукции и прибыль имеют обратно пропорциональную зависимость: снижение себестоимости способствует росту прибыли, а ее увеличение уменьшению суммы прибыли. Уровень цен реализации и прибыль имеют прямо пропорциональную зависимость: при уменьшении уровня цен сумма прибыли уменьшается, а при увеличении уровня цен суммы прибыли увеличивается. Изменение прибыли от реализации отдельных видов продукции растениеводства обусловлен тремя факторами первого порядка: объемом реализованной продукции (VРPi), ценой реализации (Цi) и себестоимостью (Сi). Факторная модель прибыли от реализации отдельных видов продукции выглядит следующим образом:

$$П = VРPi * (Цi - Ci).$$

Рассмотрим как влияют факторы на изменение прибыли от реализации продукции растениеводства в РУП "Учебно-опытное хозяйство БГСХА" с применением способа цепных подстановок (таблица 1).

Табл.1 Влияние факторов на изменение прибыли от реализации продукции растениеводства

Вид продукции	Реализовано продукции, т		Цена 1 т, руб.		Себестоимость 1 т, руб.		Прибыль, тыс.руб.		Отклонение (+,-), тыс.руб.			
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	Всего	В том числе за счет		
										VРП	Ц	С
Зерновые	9402	8523	307	333	251	263	527	597	70	-50	222	-102
Сахарная свекла	9234	13663	72	61	64	58	74	41	-33	35	-150	82
Рапс	1280	708	664	644	643	609	27	25	-12	-2	-14	24

Проанализировав влияние факторов на изменение суммы прибыли, можем сделать вывод, что прибыль от реализации зерна в 2018 г. По сравнению с 2017 увеличилась на 70 тыс. руб., в том числе за счет увеличения себестоимости она уменьшилась на 102 тыс. руб.; за счет уменьшения объема реализации она уменьшилась на 50 тыс. руб., в том числе повышение цены реализации положительно сказалась на сумму прибыли, что привело к ее увеличению на 222 тыс. руб. Прибыль от реализации рапса в 2018 г. По сравнению с 2017 г. уменьшилась на 2 тыс. руб.

Это изменение вызвано за счет уменьшения цен реализации, что привело к уменьшению прибыли на 14 тыс. руб.; за счет уменьшения объема реализации прибыль уменьшилась на 12 тыс. руб., а за счет уменьшения себестоимости произошло увеличение прибыли на 24 тыс. руб. Прибыль от реализации сахарной свеклы уменьшилась на 33 тыс. руб., в том числе за счет понижения цены уменьшилась на 150 тыс. руб., за счет увеличения объема реализации

увеличилась на 35 тыс. руб. и за счет уменьшения себестоимости увеличилась на 82 тыс. руб.

Таким образом можно отметить, что организации необходимо сконцентрировать внимание на продукции, которая является рентабельной, и при возможности увеличить её объем производства и реализации, а также сократить себестоимость продукции, которая на данном этапе не является рентабельной, или уменьшить объем её реализации.

#### Литература

1. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2009.

2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие/ Л. Л. Ермолович [и др.]; под общ. ред. Л. Л. Ермолович. – Минск: Современная школа, 2012. – 736 с.

*Ясько Д.В.*

*здобувач вищої освіти*

*Державний університет інфраструктури та технологій, Київ*

*Власова В.П.*

*к.е.н., доцент кафедри МПУА*

*Державний університет інфраструктури та технологій, Київ*

## **ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МОРСЬКОГО ПОРТУ**

Доходи від діяльності морських і річкових портів як в Україні, так і в інших країнах світу є важливим джерелом поповнення державного та місцевого бюджетів. Не можливо не вказати на значущість морських портів України для економіки міста, в якому знаходиться морський порт.

Мірошко В. М., Меркт О. В., Ненно І. М., Степанов О. Н. [1,2] у своїх працях досліджують питання стратегічного управління морськими портами. Однак, виникає потреба аналізу нових інноваційних напрямів, які потребують врахування в процесі формування програм стратегічного розвитку.

Перед морськими портами сьогодні стоїть низка проблем, які можуть вирішуватись наступним чином:

- удосконалення навігаційної служби України шляхом передачі частини повноважень щодо забезпечення безпеки судноплавства з контролюючих державних органів на порт, закріплення за цими органами обов'язки підтримувати навігаційну обстановку і судноплавний режим для чого проводити всі необхідні роботи за рахунок зібраних портових зборів;

- стимулювання інвесторів до капітальних інвестицій, спрямованих на поглиблення і розширення підхідних каналів, акваторій, будівництво причалів та інфраструктури залізниць;

- передача акваторій портів у відання органів місцевого самоврядування;

- повна відмова від державного регулювання тарифної політики в області перевалки, перевезення та зберігання транзитних вантажів та удосконалення

політики ціноутворення шляхом зміна політики тарифікації за рахунок встановлення «граничних» тарифів (максимальних або мінімальних) із забезпеченням можливості конкуренції між терміналами;

- самостійне прийняття рішень про розвиток і веденні господарської діяльності;

- створення єдиного інформаційного порталу;

- формування системи перепусток суден через кордон за європейськими стандартами;

- удосконалення системи взаємодії портів і державних контролюючих органів щодо забезпечення транзиту вантажів відповідно до заявлених планів операторів вантажних терміналів;

- впровадження системи відповідальності за зрив плану перевезень;

- максимальне спрощення митного тарифу - встановлення відкритих адвалорних або вагових тарифів з прямим доступом до них;

В процесі дослідження виявлено основні напрями інноваційної діяльності морських портів України, які представлено на рисунку 1.



Рис.1 Основні напрями інноваційної діяльності морських портів України

*Джерело: визначено автором*

Інноваційне будівництво передбачає перш за все:

1. Будівництво сучасного високотехнологічного зернового комплексу в Бердянському порту;

2. Введення в експлуатацію в Одеському порту першої черги контейнерного терміналу;

3. Будівництво сучасного високотехнологічного зернового терміналу в Одеському порту;

4. Будівництво комплексу складів підлогового зберігання та складу відкритого зберігання в порту «Южний»;

5. Реалізацію проекту перевантажувального комплексу в порту Чорноморськ.

Проблемою українських портів на сучасному етапі їх розвитку є те, що у стратегічних планах розроблених до 2038 р. увага звертається лише на технологічне оснащення підприємств і зовсім ігнорується розвиток управлінських компетенцій і підвищення ефективності планування взаємозв'язків між основними напрямками стратегічного управління та інтеграція планів розвитку підприємства у глобальну стратегію країни.

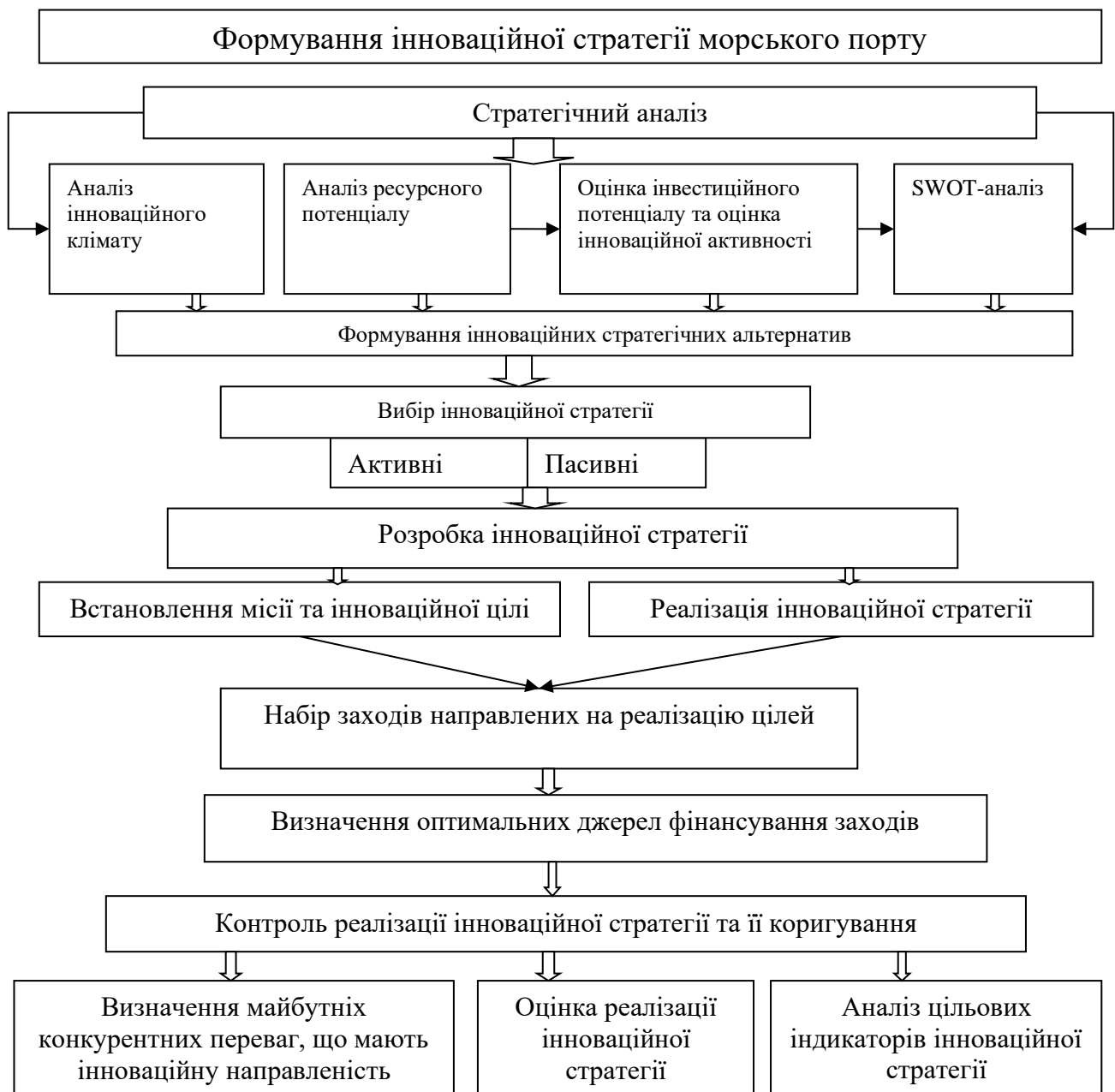


Рис. 2. Процес формування та реалізації інноваційної стратегії морського порту

*Джерело: розроблено автором*

Вивчення даної проблеми дозволило візуалізувати процес формування та реалізації інноваційної стратегії морського порту, рис 2.

Розуміння процесу формування та реалізації інноваційної стратегії морського порту дозволить виділити головні напрямки його розвитку та збільшити конкурентоспроможність.

#### Література

1. Ненно І. М. Стратегия управления морским торговым портом: горизонт, структура, инструменты // Market economy: modern management theory and practice. Vol. 14. Issue 2 (30) 2016, с 25-29.
2. Степанов О. Н. Стратегическое управление развитием морского порта: монография / О. Н. Степанов. – Одесса : Астропринт, 2005. – 328 с.

*Ясько К. В.*

*студентка*

*Університет митної справи та фінансів*

*Міщенко Л.О.*

*к.е.н, доцент*

*Університет митної справи та фінансів*

## **ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ АКТИВНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Фінансова система містить у собі два рівні: централізовані державні фінанси, що забезпечують потреби на рівні економіки країни в цілому, окремих її регіонів і територій (фінанси макrorівня) і децентралізовані фінанси - фінанси господарюючих суб'єктів, що забезпечують виробничий процес коштами на рівні окремого підприємства, і фінанси населення (фінанси мікрорівня)[2].

Поділ фінансової системи на окремі підсистеми обумовлений розходженням завдань кожного рівня й різною участю суб'єктів економічних відносин в утворенні й розподілі ВВП, формуванні й використанні доходів. Державні фінанси формуються за рахунок податків, мита, доходів від управління державним майном і експлуатації держвласності, державних позик, інших обов'язкових платежів; вони мобілізують ресурси в консолідований бюджет і перерозподіляють їх між територіями, підприємствами, відомствами, соціальними групами населення[1]. Сфера суб'єктів господарювання обслуговує матеріальне виробництво й послуги, створення ВВП, його перерозподіл усередині організацій, у бюджет і позабюджетні фонди[5]. Економічна діяльність господарюючих суб'єктів визначається їхньою фінансовою політикою. Фінансова політика - це сукупність рішень, які приймаються суб'єктами господарювання у зв'язку з формуванням і використанням фондів фінансових ресурсів, відповідно до їх стратегічних і оперативних завдань. Самостійність суб'єктів господарювання України припускає можливість проводити незалежну фінансову політику з урахуванням галузевих особливостей і рівня розвитку конкретної території.

Якщо розглядати фінансову політику держави, то можна визначити її як самостійну сферу діяльності органів влади в області фінансових відносин [2]. Ресурсами державної фінансової політики є, по-перше, величина розвитку продуктивних сил, тобто сукупності людей, що перебувають у працездатному віці, які володіють певними професійними знаннями й придатних за станом здоров'я до участі у виробничому процесі, основних фондів підприємств всіх галузей економічної діяльності, а також розташованих на даній території й вивчених природних ресурсах.

По-друге, величина власного фінансового капіталу. По-третє, ступінь розвитку фінансової інфраструктури. Взаємодія в процесі виробництва цих трьох складових і утворює всі основні фінансові потоки. Складовими фінансової політики на державному рівні є бюджетно-податковий (фіскальний) і грошово-кредитний (монетарний) напрямки.

Бюджетно-податкова політика держави є важливою складовою фінансової політики[3]. Бюджетно-податкова політика завжди відігравала важливу роль у процесі державного регулювання ринкової економіки. Саме вона впливає на інтенсивність інвестицій, формує умови для їхнього здійснення.

Бюджетно-податкова політика – це сукупність фінансово-економічних й правових інструментів держави, дія яких спрямована на формування податкової системи країни з метою забезпечення фінансових потреб державних структур, галузей економіки й населення за рахунок перерозподілу фінансових ресурсів [5]. Здійснюючи фіскальну політику, держава може впливати на економічні інтереси суб'єктів господарювання, створювати найбільш вигідні умови функціонування, як для самих підприємств, так і для економіки в цілому[4].

При формуванні цілей податкової політики варто виходити з об'єктивних функцій податків, тобто вираження сутнісних характеристик, суспільного призначення податку як інструменту перерозподілу національного доходу.

У світовій практиці використовується багато податкових механізмів, які розрізняються за об'єктами оподаткування, джерелам й способам сплати податків. Це забезпечує можливість більшого охоплення всього різноманіття доходів підприємств, а також певним чином впливає на різні сторони їхньої економічної діяльності, при цьому одночасно знижує негативний вплив податкового процесу за рахунок перерозподілу фінансових ресурсів. В таблиці 1 наведено податкові надходження до державного бюджету України за 2015-2019 роки.

Таблиця 1.

Податкові надходження до державного бюджету України за 2015-2019 рр., млн. грн.\*

Державний бюджет	2015	2016	2017	2018	2019
Збір ПДВ	246 858	329 911	434 041	506 168	436 674
Податок на доходи фізичних осіб	45 062	59 810	75 033	91 124	106 155
Акцизний податок	63 111	90 122	108 293	124 104	134 060
Податок на прибуток підприємств	34 776	54 344	66 912	82 327	95 520



Плата за користування надрами	36 990	39 699	43 876	40 974	52 539
Ввізне мито	39 881	20 001	23 898	28 077	31 248
Інше	11 146	4 396	-5 535	9 049	10 575
Всього	477 823	598 285	747 214	881 821	866 771

*\*Джерело. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua/>.*

Аналізуючи дані таблиці можна зробити висновок, що податкові надходження в країні мають тенденцію до зростання, що є позитивними змінами. При цьому найбільше коштів держава отримує завдяки ПДВ та акцизному податку (щороку надходження до цих категорій тільки зростають).

Варто зазначити, що у будь-якому разі на фінансову політику суб'єктів господарювання в конкретній економічній системі впливає ціла низка факторів фіскального й монетарного характеру на державному й регіональному рівнях.

У цілому, на даний час в Україні дією інструментів державної фінансової політики не забезпечено поліпшення фінансових результатів діяльності господарюючих суб'єктів на належному рівні. З метою оптимізації напрямків реалізації державної фінансової політики з підтримки суб'єктів господарювання й зміцнення їхнього фінансового стану, необхідно:

- забезпечити розподіл фінансових ресурсів через кредитну систему країни, надаючи державні гарантії суб'єктам господарювання для одержання кредиту;
- поширити державну підтримку на інвестиційні проекти в частині технічного переоснащення й освоєння нових технологій;
- збільшити розміри фінансування стратегічно важливих для держави напрямків господарювання з одночасним твердим моніторингом ефективності використання бюджетних засобів;
- уніфікувати механізм одержання субсидій для всіх суб'єктів, підвищити ефективність планування лімітів субсидування.

#### Література

1. Надходження та видатки бюджету України у 2015-2019 рр. / Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 30.11.2019).
2. Коваленко Д.І. Фінанси, гроші та кредит: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2013. 578 с.
3. Міронова Л.О., Моїсеєнко О.В. Фінансовий потенціал регіону: теоретичний аспект. Вісник ДДФА. 2013. №2. С.141-149
4. Міщенко Д.А., Міщенко Л.О. Application of cluster analysis to determine the level of the budget potential of the Ukrainian regions. Науковий вісник Полісся. 2018. - № 2. С. 179-185.
5. Прасолова С.П. Банківські операції: навчальний посібник та практикум. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 568 с.

**ДЛЯ ПОДАТК**

**ДЛЯ ПОДАТК**

**ДЛЯ ПОДАТК**

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ  
І МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ  
ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

У двох частинах

Відповідальний редактор: *Л.М. Бухаріна*  
Технічний редактор: *Ю.І. Полусмяк*  
Коректор: *М.О. Лисенко*

Підп. до друку. 05.02.2020 Формат 60×90/16. Папір офсетний.  
Друк цифровий. Умовн. друк. арк.32,8  
Замовлення №. 33 Наклад 300 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