

**Дніпровський державний аграрно-
економічний університет
Дніпровська академія неперервної освіти**

МАТЕРІАЛИ

**8-ї Науково-практичної інтернет-конференції
з міжнародною участю**

**«Розвиток форм і методів
сучасного менеджменту в умовах
глобалізації»**

Том 1

**02-06 листопада 2020 року
м. Дніпро**

УДК 658
ББК 65.291.21
Р64

Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації: Матеріали 8-ї Наук.-практ. Інтернет-конф. – Дніпро, 2-6.11.2020: тези доповідей (Том 1). – Дніпро: Поліграфічний відділ ДДАЕУ, 2020. – 140 с.

Посвідчення УкрІНТЕІ № 584 від 01.11.19

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

Для студентів, аспірантів, науковців та фахівців.

Матеріали збірника подаються в авторській редакції та друкуються мовою оригіналу.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

© Колектив авторів, 2020
© ДДАЕУ, 2020

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Момот В., Литвиненко О. Пандемія COVID-19 як системоутворюючий фактор нової парадигми менеджменту	5
Болгов В. Ряд фібоначчі в прогнозуванні та керуванні економічними циклами	9
Вишневська М., Крамаренко А. Формулювання чітких особистих цінностей та цілей сучасного менеджера на основі самопізнання	12
Гладкова А. Менеджмент українського та світового ринку FMCG в умовах глобалізації	15
Дишкант С., Ревуцька А. Причини глобального старіння населення світу	19
Діденко О. Проблема вирубки лісу в світі через потреби сільського господарства при глобалізації	21
Капленко Р., Капаєва Л. Управління фінансовою стійкістю, як складова частина загального менеджменту підприємства	26
Кравець С. Стан логістики в умовах карантину	28
Лопушинська О., Коцага Е. Характеристика основних проблем управління підприємством	36
Матвієць М. Актуальні проблеми менеджменту інновацій на ринку високих технологій в Україні	39
Ревуцька А., Потихайло В. Роль агропромислового комплексу в сучасній економічній системі	45

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Артиш В., Артиш Н. Механізм розвитку ринку екологічно чистої сільськогосподарської продукції	48
Бабіч А. Формування стратегії українських суб'єктів господарювання в умовах конкурентного середовища	52
Банзелюк І. Рівні управління маркетинговим потенціалом закладів вищої освіти	55
Кобзиста Ю. Проблеми логістики сільського господарства	60
Костюк М. Управління ресурсозбереженням на підприємствах	63
Семенова Т., Тисячник В. Вплив екологічного чинника на показники ефективності діяльності промислового підприємства	66
Шпортько Г., Онищенко Д. Система управління людськими ресурсами	70

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Циганков Д. Інституціональне середовище розвитку фермерських господарств як об'єкт державного впливу	74
Шпортюк Н. Застосування інноваційних моделей корпоративного розвитку аграрного сектору економіки	77
Шпортюк Г., Макаренко А. Еволюція територіальної громади в Україні	81

ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

Гулик Т., Забігай В. Щодо методики обґрунтування ефективності заходів	85
Гулик Т., Чупахін О. Сутність потенціалу підприємства	89

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Боліла С. Роль закладу вищої освіти для економічного розвитку регіону	95
Онойченко І. Формування позитивного іміджу освітнього закладу як важлива складова менеджменту	100
Орлата В. Моніторинг якості знань учнів	103
Прокопенко Д. Управління кадрами закладу освіти	107
Пухова У. Фінансова діяльність закладу освіти	111
Репета Я. Управління інформаційним забезпеченням закладу освіти	114

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІЛОСОФІЇ ОСВІТИ

Ахновська І. Зарубіжний досвід юридичної організації сімейної форми здобуття освіти	118
Липкань С. Розвиток лідерства в сучасному закладі освіти	122
Петровська М. Імідж педагога – головний фактор позитивного іміджу закладу освіти	126
Прядка-Іщенко А. Співвідношення лідерства та керівництва в роботі керівника ЗЗСО	131

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ПАНДЕМІЯ COVID-19 ЯК СИСТЕМОУТВОРЮЮЧИЙ ФАКТОР НОВОЇ ПАРАДИГМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

ВОЛОДИМИР МОМОТ, д.е.н., професор

ОЛЕНА ЛИТВИНЕНКО, к.е.н., доцент

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

На черговій фазі пандемії COVID-19 вже існують численні дослідження, що аналізують її розвиток та містять прогнози щодо перебігу подій, які базуються на методиках математичного моделювання різного рівню складності. Окрім того, вже оприлюднені багато досліджень, котрі присвячені економічним наслідкам пандемії, її впливу на функціонування різних сфер бізнесу. Такі дослідження мають як кількісний, так і якісний викладання характер. Але наразі вочевидь бракує кількісних досліджень, де пандемію COVID-19 проаналізоване, як комплексний соціально-економічний феномен, що має визначальний вплив на сучасний менеджмент, незважаючи на те, що питання впливу економічних процесів та соціально-культурних цінностей на розвиток епідемії у різних країнах є дуже цікавими та важливими з погляду висвітлення причинно-наслідкового зв'язку між особливостями економічної та соціальної поведінки представників різних культур й перебігом пандемії та засвоєння уроків на майбутнє.

Враховуючи вищенаведене досить цікаво порівняти тренди, проявилися у менеджменті та бізнесі підчас пандемії в Україні та за

кордоном. Наприклад наприкінці літа онлайн-маркетплейс OLX провів дослідження у якому прийняли участь понад 10 тисяч користувачів. Це дослідження, зрозуміле, не можна визнати представницьким з погляду класичних соціологічних підходів, але воно дуже добре відображає думку економічно активних верств населення нашої країни. Відповідне до його результатів 54% роботодавців з малого та середнього бізнесу перевели власних співробітників на віддалену або частково віддалену зайнятість протягом періоду жорсткого карантину, 58% найманих працівників виразили бажання продовжувати роботу віддалено й після закінчення локдауну.

По оцінкам вітчизняних експертів серед крупного бізнесу відсоток підприємств, що перейшли на віддалену роботу помітно більший – 63% компаній кардинально змінили форму організації роботи й до того ж ця зміна відбулася значно скоріше – протягом першого-другого тижня карантину, в той час, як малим та середнім підприємствам знадобилося більш ніж два тижні для остаточної трансформації. Протягом карантину 48% підприємств малого та 42% середнього бізнесу не змінювали організацію роботи; й навпаки 36% підприємств малого та середнього бізнесу не відновили роботу після весняного карантину.

Стосовне погляду у майбутнє віддаленої роботи, то тут, станом на початок бізнес-сезону у вересні 2020 року, спостерігається досить невизначена картина – 23% роботодавців хочуть, аби співробітники в їхніх компаніях й надалі працювали віддалено, вочевидь прагнучі скоротити витрати на оренду та утримання офісів й комунальні платежі, натомість 45% бажають повернутись до звичного формату, а 32% малих та середніх роботодавців прагнуть оптимального поєднання віддаленої та офісної роботи, нажаль надійні дані про позицію крупних роботодавців відсутні.

Слід зауважити, що скорочення витрат, пов'язаних з наявністю «фізичного» офісу не єдина перевага переходу на віддалену форму

роботи, хоча її пріоритет визнають 53% респондентів. Серед мотивів за продовження «віддаленки» та пошуку прийнятних форм поєднання віддаленої та традиційної роботи респонденти відмічають:

- переваги наймання кваліфікованих (або більш «дешевих») працівників з інших регіонів для роботи на віддаленці (19%),
- більшу ефективність праці поза звичним форматом, що насамперед пов'язана з більш комфортними умовами праці, відсутністю втрат часу на дорогу до місця праці (17%).

Крім того, чимала кількість опитаних роботодавців відзначили, що їм подобається новий цікавий формат роботи (31%) без вказання конкретних причин.

Серед переваг віддаленки найманні працівники частіше з все згадують наступні:

- можливість зекономити час на дорогу – 59%;
- можливість самостійно розподіляти робочий час протягом дня або навіть суток – 54%;
- можливість працювати з будь-якого місця знаходження – 46%.

Моменти, що роботодавці врахували як негативні, полягають у наступному:

- труднощі з документообігом та певні обмеження у оперативній діяльності компанії, – на них вказали 49% респондентів;
- неможливість візуального відслідковування роботи працівників – це непокоїть 45% працедавців;
- додаткові витрати сил на реорганізацію праці викликають острах ще у 34% працедавців.

Серед недоліків віддаленої форми найманні робітники вказали:

- суттєвий рівень відволікання від роботи через різноманітні побутові фактори – 45%;
- нестача живого спілкування – 42%;
- відсутність навичок самоорганізації – 13%.

Приблизно половина респондентів з числа найманих працівників (52%) не мала відчутних труднощів з переходом на віддаленку, натомість 26% знадобився певний час на звикання. Прі цьому 20% респондентів зізналися, що їм до нового формату було важко звикнути та пристосуватись.

Більше половини респондентів (56%) вважають, що перехід на віддаленку не вплинув на ефективність; 31% визнали, що працювали менш ефективно, й лише 13% помітили, що віддалена зайнятість сприяє більшій плідності роботи, що у певному сенсі знаходиться у протиріччі з переліком переваг віддаленої роботи, що їх визнають й наймані робітники, й працедавці, котрі полягають у комфортних вимогах, гнучкому розподілу робочого навантаження у перебігу суток й вилученню втрат часу, пов'язаних з дорогою на роботу.

Тут ми наблизилися до важливого парадоксу, який супроводжує нову форму роботи, який можна спираючись на влучне зауваження працівників компанії Google висловити наступнім чином: «Раніше ми жили вдома та працювали на роботі, тепер ми просто живемо на роботі». У відповідь на цей виклик генеральний директор Google Сундар Пічаї у вересні заявив, що організація вносить зміни до своїх офісів, щоб краще підтримувати співробітників у майбутньому. Сюди входить «переконфігурація» офісних приміщень для розміщення працівників, які регулярно працюють вдома, у дні, коли вони приходять на своє робоче місце у компанії. За визнанням генерального директора Google, перехід на повністю дистанційну роботу весною 2020 переважної більшості співробітників компанії у кінцевому рахунку суттєве вплинув на продуктивність, незважаючи на те, в Google йшли на відчутні фінансові витрати (приблизно 1000\$ на співробітника), спрямовані на забезпечення комфортних умов праці з дому.

Крім того, у Сполучених Штатах було помічено досить загрозову тенденцію, котра складається у тому, що біля 40% фахівців у галузях

високих технологій, що базувалися у великих містах та орендували, або покупали коштовні квартири, пересунулися до передмість, де житло є набагато дешевшим.

Відповідне до даних служби зайнятості України, 225,7 тис. людей стали на облік протягом березня-травня 2020 року, що вдвічі більше, ніж за відповідний період 2019 року; при цьому кількість наявних вакансій у квітні-травні зменшилася у двічі у порівнянні з березнем – 43 проти 83 тис. Тобто можливості працевлаштування погіршилися досить суттєво.

РЯД ФІБОНАЧЧІ В ПРОГНОЗУВАННІ ТА КЕРУВАННІ ЕКОНОМІЧНИМИ ЦИКЛАМИ

В. БОЛГОВ, к.е.н., доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки

**Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця**

Останнім часом, досить популярною в науковому середовищі є тема причин кризових явищ в сучасній економіці. Велика кількість аналітиків та фахівців стверджували про неменучість злизької глибокої кризи в світовій економіці. Однак причини та наслідки, в межах існуючих економічних теорій, ніхто не наважується наводити. Тим більше ніхто не бере на себе відповідальність по розробці програм протидій.

На тлі всього вище переліченого, все більше уваги звертає на себе інституціональний підхід до пояснення причин та наслідків економічних коливань.

Наріжним каменем інституціональної теорії є теорія циклічного розвитку, яка пояснює причини економічних коливань різного рівня.

Інституціоналізм відіграв вирішальну роль у формуванні теорії циклічного розвитку економіки, до класифікації, визначення причинно-наслідкових зв'язків та послідовності циклів. Однак, в інституціональній теорії приділено мало уваги сутності інституціональних циклам, аналізу їх послідовності та виявленню причинно-наслідкових зв'язків.

Закономірність розвитку економічних відносин, що отримали живлення від реалізації енергетичного потенціалу релігії або ідеології знаходиться в залежності від еволюції соціального капіталу. За спостереженнями М.А. Румянцева, на прикладі розвитку західного капіталізму, вона складається з наступних стадій [1]:

- накопичення;
- розповсюдження (дифузія) норм та принципів;
- розквіт – трансформація духовної енергії в матеріальний добробут через забезпечення здорового клімату господарських відносин;
- занепад – пов'язаний з вичерпністю запасу духовної енергії, що реалізується в зміні пріоритетів економічної поведінки з самореалізації на «паразитування».

Схематично описаний цикл розвитку можна проілюструвати за допомогою рисунку 1.



Рис. 1. - Етапи еволюції соціального капіталу західного капіталізму [1].

Виходячи з вищевказаного, більшість дослідників схильні стверджувати, що з другої половини 60-х років ХХ сторіччя західний капіталізм перейшов до стадії занепаду суспільного капіталу. На підтвердження цього О. Демків наводить дослідження американських вчених, що демонструють скорочення за останні 35 років таких індикаторів, як чисельність волонтерів громадських організацій та членів добровільних організацій на 50 %, індекс довіри в суспільстві на 33 %, а тривалість неформального спілкування в позаробочий час на 25 % [2].

В розрізі нашого дослідження цікавим є підхід Подкоритова В.Н. [3], який розглядає сукупність економічних циклів складаючи їх за числами Фібоначчі за протяжністю і вибудовує загальний тренд розвитку. Він математично доводить зв'язок між усіма існуючими видами циклів дійшовши до 200-річних коливань, та робить висновок, що існують більш масштабні хвилі, що визначають загальну залежність.

Сутність нашого дослідження полягає в виявленні таких загально цивілізаційних хвиль, причини та закономірність їх виникнення використовуючи універсальний метод золотого перетину.

Проілюструвати хвилі цивілізаційного розвитку можна за допомогою рис. 2.

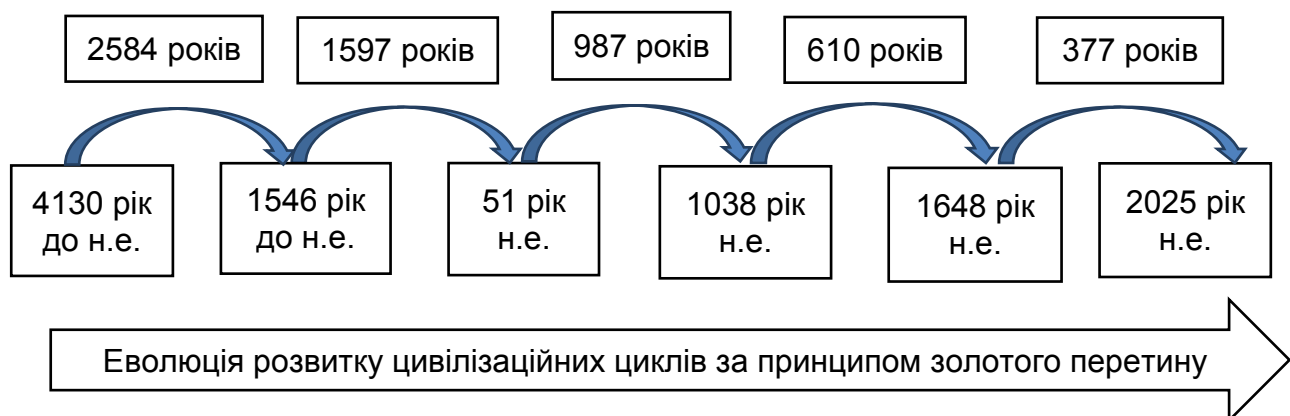


Рис. 2. - Послідовність розвитку цивілізаційних циклів (розроблено автором)

Таким чином, сучасна європейська цивілізація знаходиться на стадії біфуркації, та обирає новий орієнтир свого подальшого розвитку. Виходячи з цього можна стверджувати, що поточне десятиріччя, яке тільки розпочинається, має стати вирішальним в формування духовного, ідеологічного та світоглядного потенціалу майбутньої цивілізаційної хвилі, яка, судячи із закономірності Фібоначчі, матиме протяжність в 233 роки.

Список використаних джерел:

1. Румянцев М.А. Пассионарный аспект экономического развития. Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. 2004. № 3 (21): сер. № 5. С. 46-59.
2. Демкив О. Социальный капитал: теоретические основания исследования и операционные исследования. Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. № 4. С. 99-110.
3. Подкорытов В. Н. Экономические циклы и цифры Фибоначчи. Известия УрГЭУ. 2017. - №6. – С. 147-155.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЧІТКИХ ОСОБИСТИХ ЦІННОСТЕЙ ТА ЦІЛЕЙ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА НА ОСНОВІ САМОПІЗНАННЯ

МАРІЯ ВИШНЕВСЬКА, к.т.н., доцент кафедри менеджменту

АЛІСА КРАМАРЕНКО, к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

Сучасне динамічне життя в умовах глобалізаційних процесів вимагає від менеджера ясних і обґрунтованих цілей, які формуються, у тому числі, під впливом таких факторів, як: швидкий розвиток технологій, висококонкурентне середовище, фінансові та екологічні кризи, зростання

рівня безробіття, зміни та порушення у законодавстві, почуття відчуження від управління і нездатність впливати на події. Не дивлячись на ці здебільшого несприятливі умови та фактори впливу, менеджери повинні прагнути контролювати зовнішні події та знаходити можливості, які надає життя.

Здатність встановлювати чіткі цілі надзвичайно важлива якість для менеджера. Для цього необхідно:

- визначити потреби;
- визначити можливості задоволення потреб і загрози, що можуть виникнути;
- безпосередньо сформулювати ціль;
- встановити строки її досягнення;
- здійснювати контроль досягнення цілі та, за необхідності, відповідні корегуючі дії.

Етапу визначення особистих цілей та цінностей передуює етап самопізнання. Метою якого є пізнання себе як особистості, як керівника, своїх властивостей і можливостей, сильних і слабких якостей, усвідомлення своїх взаємин з іншими людьми, освоєння образів, ідей і предметів об'єктивного світу, спроба розібратися у своєму внутрішньому світі, призначенні й покликанні.

Основними компонентами, які підлягають дослідженню та аналізу у процесі самопізнання є такі:

- переконання (зрозумілі й відчуті людиною судження й думки, в дійсності яких він не сумнівається і якими керується в роботі);
- покликання, інтереси, потреби, мотиви, ідеал (образ «внутрішньої мети» і діяльності);
- мрії (уява, спрямована в майбутнє, у перспективу життя й професійної діяльності);
- віра в себе і свої можливості.

В якості інструментарію для самопізнання можна виділити:

- концентрацію – фокусування й часткова фіксація уваги на якомусь внутрішньому або зовнішньому об'єкті;
- споглядання – почуттєве пізнання, пов'язане з одержанням інформації про себе через органи почуттів;
- спостереження – цілеспрямоване, планомірне сприйняття;
- уяву (створення образів) – візуалізація наочного образу того, що ще тільки буде створено;
- інтуїцію – внутрішній зір, внутрішній голос, упевненість у тім, що потрібно діяти певним чином.

Визначення самооцінки можливе також за допомогою спеціальних тестів. Щирі відповіді на питання яких, уважне вивчення оцінок і рекомендацій дозволять менеджеру: порівняти себе, свої окремі якості й особливості з визначеними стандартами і виявити ступінь розбіжності власних якостей з якостями «ідеального» керівника; виявити і більш ефективно застосовувати свої позитивні якості, зміцнюючи впевненість у собі; сформувані більш адекватну оцінку своїх здібностей, стилю керівництва, поведінки; побачити власні помилки, виявити недоліки в своїй діяльності й усвідомити їх.

Спираючись на результати самопізнання та самооцінки стає легше визначити найбільш актуальні особистісні цінності на тому чи іншому відрізку власного професійного шляху. Так, серед можливих варіантів особистісних цінностей менеджера можна назвати такі:

- успішність кар'єри (темп службового просування і досягнутий посадовий рівень);
- створення іміджу ефективного керівника на думку вищого керівництва і підлеглих (отримання високих кінцевих показників діяльності керованого колективу; додержання діючого законодавства; ставлення до рівноправності людей за расою, статтю та віком; форми і ступінь використання заохочень або покарань підлеглих; залучення підлеглих до управління тощо);

– можливість вдосконалення (професійного, особистого, ділового).

Резюмуючи хотілось би зауважити, що постановка життєвих цілей менеджера ґрунтується не тільки на планах особистості, а й на принципах та ідеалах, визначених на попередньому життєвому етапі. При цьому труднощі, які супроводжують певні етапи життя, долаються власним бажанням фахівця розвиватися, ставати більш зрілим і відповідальним.

МЕНЕДЖМЕНТ УКРАЇНСЬКОГО ТА СВІТОВОГО РИНКУ FMCG В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

А. ГЛАДКОВА, аспірантка

**Донецький національний університет імені Василя Стуса
м. Вінниця, Україна**

Постановка проблеми.

У галузі роздрібної торгівлі традиційні бізнес-моделі менеджменту поступилися місцем безпрецедентним та трансформаційним змінам, особливо в інтернеті, що провокує для кращого обслуговування більш вимогливих покупців та переосмислення досвіду споживачів. Споживачам світових рилейлів можливо робити покупки де завгодно і коли завгодно - будь то в магазинах, в інтернеті, за допомогою мобільного телефону, голосової активації або клацання. Інновації та трансформації відбуваються швидше і в більших масштабах в умовах глобалізації, ніж будь-коли, що створює проблеми для роздрібних торговців, особливо в Україні, які звикли збалансувати звичайні показники ефективності, такі як ріст, прибутковість та продуктивність.

Дослідження у даній сфері є досі актуальними та підтверджуються значною кількістю публікацій, таких науковців, як Пономаренко І.В., Віннікова І.І., Лиса С.С., Миколайчук І. П., Силкіна Ю. О., та інші.

Основний матеріал. Сьогодні в Україні торгівля є однією з головних видів економічної діяльності держави, яка займає в структурі ВВП 15,3 % [1]. Ще 15-20 років тому торгівля здійснювалася через традиційні ринки, або у гастрономах та універмагах, то сьогодні більшість товарів та послуг можливо реалізувати через фірми поштового замовлення або через мережу інтернет. Це говорить про постійний розвиток даного виду економічної діяльності, гравці на ринку якого захоплені конкуренцією і динамічно розвиваються в рамках своєї діяльності.

На рисунку 1 зазначені найкращі ритейли в глобальному конкурентному середовищі – світові компанії, що диктують правила гри

на ринку, задають темп розвитку і показують методику успішного управління.

Wal-Mart



1. Очолює список найбільших світових ритейлерів;
2. Річний приріст доходу на 2,8% за останній рік;
3. Головний напрямком розвитку - e-commerce, як частина своєї стратегії;
4. Інвестиції у 2019 році склали 5,4 млрд. доларів США, що призвело до зростання продажів e-commerce на 40%;
5. Розширення доставки місця для його BOPIS (купити через Інтернет, забрати in-store). Це призвело до зниження рентабельності чистого прибутку на 1,4 відсотка проти 2,1 відсотка у попередньому році
6. Придбання Eloquiі (бренд одягу) та Vare Necessities (роздрібний продаж одягу) для посилення знань компанії в галузі електронної комерції.
7. Продала 80 % своєї частки у своєму слабкому бразильському бізнесі приватній компанії Advent, інвестиційна стратегія якої полягає у перетворенні збиткових гіпермаркетів в оптові магазини готівкою.

Costco



1. Річний приріст доходу на 9,7% за останній рік;
2. Відкриття 21-го додаткового складу;
3. Анонсування роботи над Zest Fresh - рішення ланцюжка поставок, що забезпечує наскрізну видимість ланцюга постачання свіжих продуктів харчування. Очікується, що це збільшить продажі та забезпечить економію витрат завдяки зменшенню відходів приблизно на 50 відсотків.

Schwarz Group



1. Річний приріст доходу на 7,6% за останній рік;
2. Зосередження на модернізації магазинів, розширенні на існуючих ринках та виході на нові ринки, такі як Сербія (відкрито 16 магазинів в жовтні 2018 р.), Естонії та Латвії;
3. Придбання 27 супермаркетів Best Market для модернізації дискаунтерів Lidl;
4. У Швейцарії оголосили про відкриття торгові точки у співпраці з мережею універмагів Loeb

Aldi



1. Річний дохід понад 100 мільярдів доларів США за останній рік;
2. Розширення асортименту;
3. Інвестиції у 2020р. 5 млрд євро у ремонт, модернізацію та побудову нових торгових точок.
4. Вступ до Китаю, відкривши два магазини супермаркетів у червні 2019 року;
5. Запуск свого транскордонного магазину електронної комерції на Tmall Global;
6. Запуск інтернет-флагманського магазину на звичайному Tmall

Рис. 1. - Порівняльна характеристика діяльності найкращих світових ритейлерів на ринку FMCG за 2018-2020 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [2].

АТБ

1. Мережа №1 в Україні;
2. Основний принцип в роботі: відкриття магазинів у невеликих містах, де можна стати мережею №1;
3. Купівля, а не оренда приміщення;
4. Розвозка товару через власний розподільчий центр;
5. Побудова магазинів на відстані до 250 км від складу;
6. Стандартизація планування приміщень: зокрема, в залі площею 800 кв. м повинно працювати одночасно 10 кас і 3500 асортиментних позицій на полицях;
7. Стратегія низьких цін;
8. Основний інструмент маркетингу - щотижневі знижки (до 30 %) на найбільш ходові товари і власні торгові марки;
9. Інвестування в сучасні технології, навчання персоналу;
10. Відкриття як мінімум 50 магазинів в рік.



Fozzy Group

1. Сільпо – розвиток в напрямку створення дизайнерських супермаркетів;
2. Кафе в торговельному залі - це нова концептуальна зона в мережі «Фора»;
3. Основний напрямок розвитку інноваційні проекти цифрової трансформації та діджиталізації: мобільні додатки, каси самообслуговування, онлайн-магазин та Click&Collect;
4. Click&Collect - онлайн-замовлення та самовивозу товарів Fozzy Drive у Києві, Харкові, Дніпрі та Одесі, оновлення в 2019 році;
5. На кінець 2019 року 32 відділи «Лавки традицій» почали працювати у форматі shop-in-shop в Сільпо. Це дало старт освітньому проекту Фудпросвіта, який дає можливість отримати тестові продажі в мережі Сільпо;
6. Екологічні проекти: 5 нових станцій сортування у 2019 році;
7. Енергозберігаючі проекти: заміна люмінесцентних ламп на LED, заміна зовнішнього освітлення на енергоефективне, встановлення рекуперації тепла від холодильного обладнання, встановлення кришок на холодильне обладнання тощо;
8. Проект Власний імпорт збільшив кількість прямих іноземних постачальників до 930 виробників із 85 країн світу.



Коло

11. Стратегія - стрімка експансія. Увійшов до трійки лідерів українського ринку FMCG - ритейлу за темпами розвитку у 2019р.
12. Запуск замовлення продуктів по телефону у 2020р.;
13. Майбутній розвиток - франчайзингова модель роботи;
14. Асортимент продукції налічує близько 1500 SKU, широка лінійка категорії food to go



Рис. 2. - Порівняльна характеристика діяльності найкращих українських ритейлерів на ринку FMCG за 2018-2020 рр.
Джерело: побудовано автором на основі [3].

Аналізуючи рисунок 1 та 2 можна побачити, що мислення керівників світового та українського відрізняється, за рахунок масштабування та виходу на закордонні ринки, узгодження політичних та економічних питань між країнами. Беззаперечним лідером у вітчизняному ритейлі є ТОВ «АТБ-маркет», а на світовому рівні Wal-Mart. Але через велику кількість нових форматів магазинів маємо розуміти, що порівняння ритейлерів мало би відбуватися виключно за форматами і порівнювати сьогодні магазини «Wal-Mart» та «АТБ-маркет» не професійно. Кожна мережа має свого покупця, асортимент та стратегію розвитку, тому найдоцільніше вважати конкурентами один одному ті магазини, які знаходяться в одному форматі продуктового ритейлу. Формат завжди визначався чотирма основними характеристиками: широта і глибина асортименту, розмір площі, позиціонування, форма обслуговування. Але через глобальні зміни поведінкових моделей покупців та зміни їх купівельної поведінки стали швидко виникати нові формати. Нові концепції і проекти стають багатоцільовими: Pop-Up, drive through, комбінації FMCG і HoReCa, впровадження ігрових зон, тестових зон і т.п., особливо у період пандемії. Тому для менеджерів на українському ринку FMCG в першу чергу треба визначитися з форматом магазину, а потім брати приклад керування зі світових лідерів в даному напрямку.

Останній рік вніс невизначеність, складність і зміни в роздрібну торгівлю. У період після пандемії деякі ритейлери будуть процвітати, а інші щосили виживати. Цікаво зазначити, що COVID-19 прискорив чотири ключові тенденції, які вже впливали на сектор: еволюція бізнес-моделі, цінність мети, безжальна орієнтація на зниження затрат і збільшення впливу споживачів. Ці тенденції ясно показують, як змінюються роздрібні ринки по всьому світу і як галузь роздрібної торгівлі може готуватися до нової реальності. Експерти ICSC і eMarketer, як і більшість світових аналітиків, солідарні в одному: епоха роздрібної торгівлі, заснованої на

товарно-матеріальних запасах, добігає кінця, а майбутнє ритейлу визначають зміни поведінки споживачів і технологічний прогрес [4].

Список використаних джерел:

1. Матеріали Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Global Powers of Retailing 2020 : Deloitte Touche Tohmatsu Limited. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumer-business/articles/2020/global-powers-of-retailing.html>
3. Офіційний сайт новин ритейлу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://allretail.ua>
4. Нова реальність і ключові тренди ритейлу в період після COVID-19 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://home.kpmg/ua/uk/home/media/press-releases/2020/05/nova-realnist.html>
5. Пономаренко І.В., Віннікова І.І. Аналіз ринку продуктового ритейлу в Україні. Економічний журнал: «Економіка та управління підприємствами» випуск 32. 2019р. – с.193-199.

ПРИЧИНИ ГЛОБАЛЬНОГО СТАРІННЯ НАСЕЛЕННЯ СВІТУ

СЕРГІЙ ДИШКАНТ – магістр спеціальності 051 Економіка

АЛЛА РЕВУЦЬКА – доцент кафедри економіки

Уманський національний університет садівництва

Вперше ознаки старіння населення з'явилися у кінці XIX ст., проте, лише у другій половині XX ст. старіння набуло значних масштабів. У економічно розвинутих країнах старіння почалось у першій половині XX ст. через зниження рівня народжуваності. Збільшення очікуваної тривалості життя у цей період не вплинуло на старіння, тому що зниження смертності мало місце в основному у дитячому віці, і сприяло «омолодженню» населення. Старіння населення - закономірний і

незворотний процес, невідмінний атрибут і супутник соціально-економічного прогресу й демографічної модернізації.

Відповідно до класифікації Всесвітньої організації охорони здоров'я до літнього віку відноситься населення у віці від 60 до 74, до старого – від 75 до 89 років, а до довгожителів - 90 років і більше. Соціологи називають ці періоди людського життя «третім віком», і демографи вводять поняття «третього» (60-75 років) і «четвертого» (понад 75 років) віків. Демографічне старіння – це збільшення в населенні частки осіб старше працездатного віку. Якщо вона менше 8%, населення вважається молодим, більше 12% - старим.

В більшості розвинених країнах виділяють два типи старіння населення. Перше – старіння населення викликане зменшенням відсотка дітей через зниження народжуваності, яке називають старінням «знизу», друге – результаті збільшення середньої тривалості життя і зниження смертності в старших віках в умовах низької народжуваності – (старіння «зверху»). Причини старіння населення в країнах світу двоїсті. З одного боку, це спад народжуваності, який призводить до скорочення частки дітей та молоді. З іншого – зростання тривалості життя (або зниження смертності).

Процес старіння населення - явище відносно нове. Він розпочався одразу після так званої демографічної революції, одним із двох основних проявів якої був швидко прогресуючий спад показника народжуваності (йому передувало зменшення показників смертності). Раніше всього на цей шлях вступили Франція і Фінляндія, в яких демографічна революція настала на початку минулого століття, слідом за ними пішли інші країни Західної та Північної Європи. У ХХ ст. процес демографічного старіння охопив всі європейські країни, потім багато країн на інших континентах.

Старіння населення – це глобальна тенденція останніх декількох десятиліть, пов'язана з серйозними змінами в демографічній динаміці. Ці демографічні зміни визначені двома чітко вираженими процесами:

ростом тривалості життя і зниженням народжуваності. І згідно з прогнозами ООН дана тенденція продовжиться аж до 2050 року. Старіння населення - це процес, який впливає, як на економічну сторону життя суспільства, так і соціальну. Якщо розглядати економічну сферу, то старіння населення відбивається на ринку праці, інвестиціях, заощадженнях та споживанні, пенсіях, оподаткуванні та економічному зростанні. У соціальній сфері це позначається на умовах життя, збільшену потребу в якісному медичному обслуговуванні і так далі. Тому системи соціального забезпечення, охорони здоров'я та праці потребують реорганізації.

Проблема старіння населення сьогодні як правило викликає насторожене ставлення і бажання її розв'язати. Демографічне старіння слід оцінювати як об'єктивний незворотній процес трансформації вікової структури. Тому передусім треба говорити про наслідки цього процесу для природного відтворення населення та функціонування економічної системи країни в умовах наростаючого дефіциту трудових ресурсів та зростання демографічного й економічного навантаження на працююче населення.

ПРОБЛЕМА ВИРУБКИ ЛІСУ В СВІТІ ЧЕРЕЗ ПОТРЕБИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

О. ДІДЕНКО, здобувач освітнього ступеня «Магістр», гр. МЕН-20мп
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, м. Дніпро
електрона адреса: alexeymu10@gmail.com

В 21 столітті для менеджменту організацій принципи екологічності та соціальності повинні стати важливим елементом в рамках прийняття управлінських рішень.

Так, через глобалізацію економічних процесів – шкода, яку зазнає навколишнє середовище поражає. За даними ООН у період з 2015 по

2020 роки темпи збезлісення становлять близько 10 млн га на рік. Це звісно менше, ніж у 1990 році аж на 37,5%, коли темпи склали – 16 млн га на рік, але Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (FAO) у своєму докладі «Состояние лесов мира – 2020. Леса, биоразнообразие и люди» все одно вважає, що ці темпи «викликають тривогу». На рис. 1 із зазначеного доклада можна побачити тенденцію зменшення площини лісних покривів:

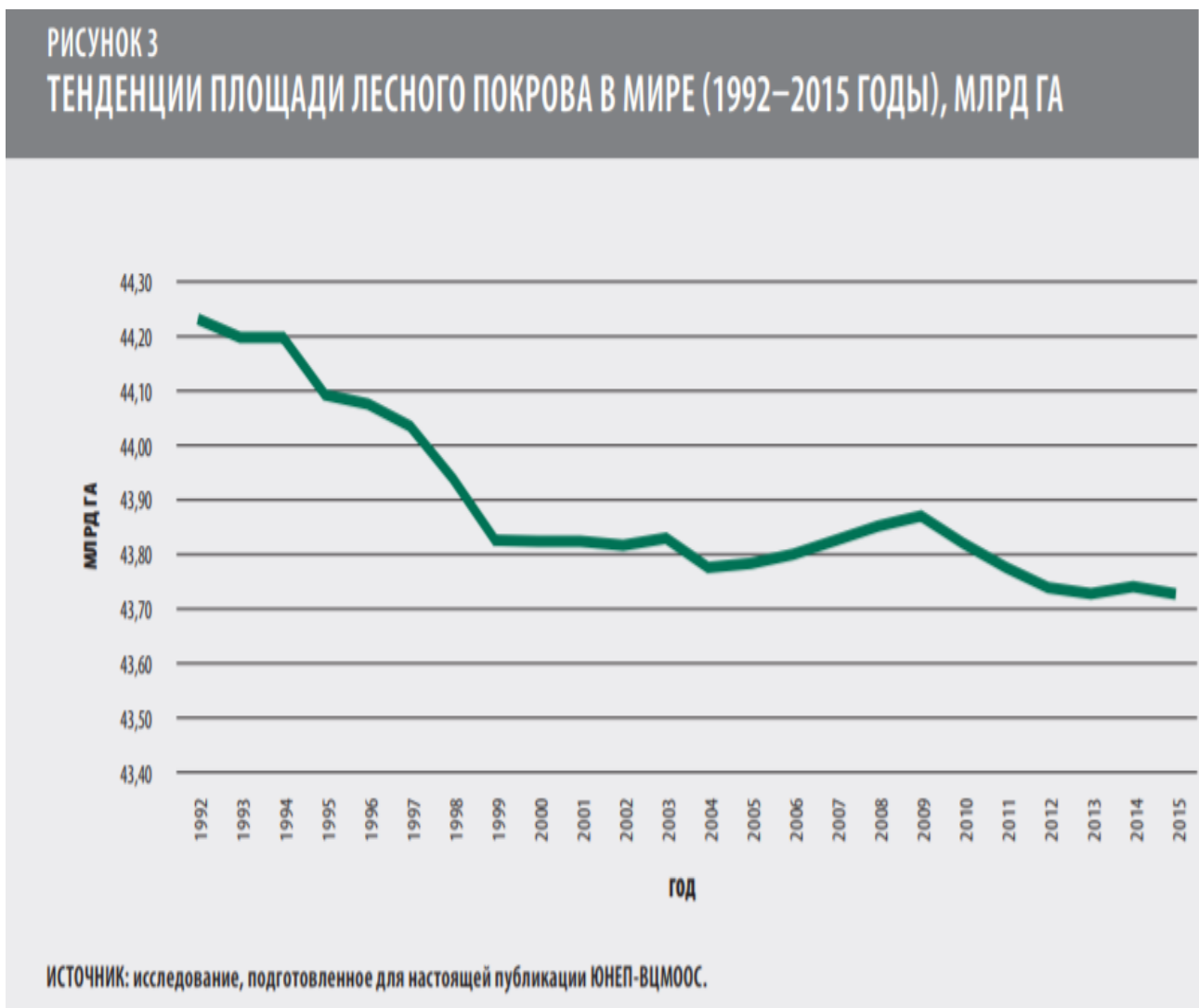


Рис. 1. - Тенденції площини лісного покриву в світі з 1992 по 2015 р.

Джерело: ФАО и ЮНЕП. 2020 год. Состояние лесов мира – 2020. Леса, биоразнообразие и люди. Рим, ФАО. <https://doi.org/10.4060/ca8642ru>

З 1990 року площа пралісів в світі скоротилася більш ніж на 80 млн га за даними ООН. Більш 100 млн га лісів схильні до шкідливого впливу від пожеж, шкідників, хвороб, інвазивних видів, посух і несприятливих погодних явищ.

Як і раніше, головним чинником збезлісення, фрагментації лісів і пов'язаної з цим процесами втрати лісового біорізноманіття FAO визначає *розширення сільського господарства*.

Факторами ж розширення с/г можна зазначити наступне:

- Збільшення кількості населення світу;
- Збільшення цін у різні періоди на певні види с/г продукції приводи до бажання розширення с/г площини під них;
- Бажання фермерів та агрокомпаній, особливо у бідних країнах, збільшувати свої статки та прибуток екстенсивним шляхом розвитком;
- Нерозуміння під час принципів екологічності при прийнятті рішень в сфері с/г чи неусвідомленість наслідків дій.

Також фермери можуть використовувати методи вирубки, що будуть призводити до пожег та подальшого знищення лісу. Наприклад, Бразилія зазнавала у цьому році, у 2007 році та до цього великої шкоди від пожег у тому числі через те, що використовують метод підсічно-вогневої вирубки. Взагалі вирубки в Бразилії та Конго, напевно, є найкращими прикладами наслідків даного процесу. На рисунку 2 можна побачити як змінилася площа лісу в штаті Мату-Гросу в Бразилії:

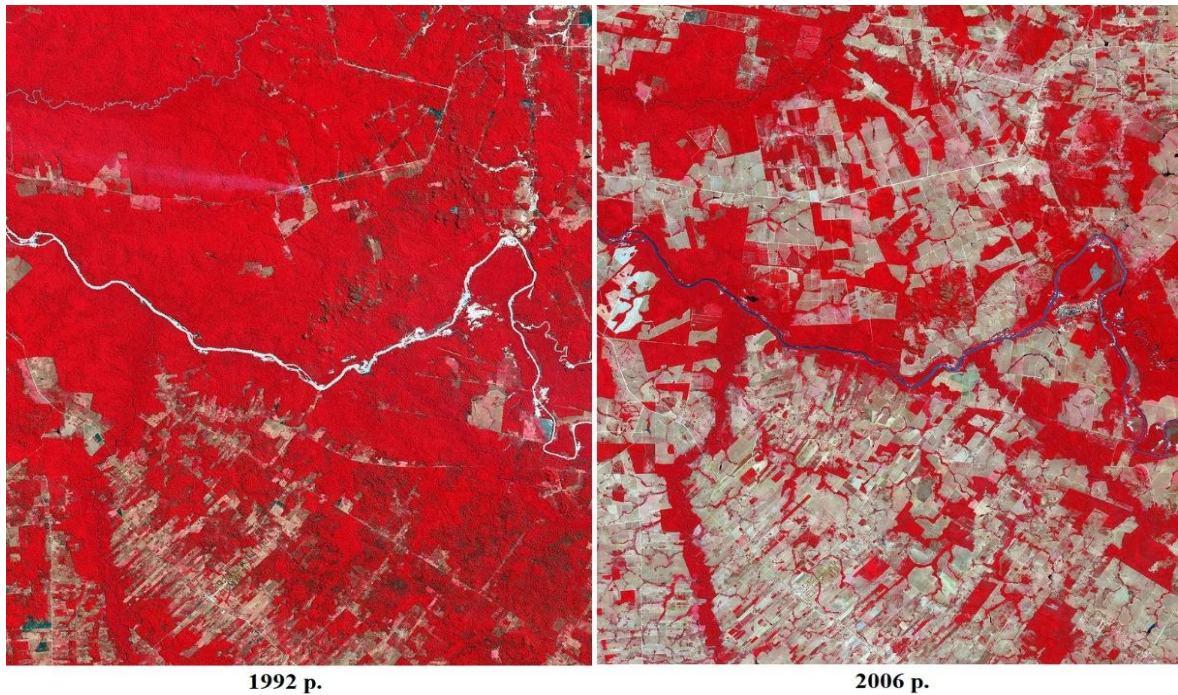


Рис. 2. - Наслідки вирубки лісу у штаті Мату-Гросу за період 1992-2006 рр.

Джерело: Сформовано автором на основі статті:

<https://ru.wikipedia.org/wiki/Обезлесение>

Як можна визначити з тексту вище та з рисунку 3 – найбільшої шкоди від вирубки лісу зазнають бідні регіони світу та регіони, що розвиваються.

Найефективнішим методом подолання цієї проблеми, на мою думку, є підвищення освіченості серед населення бідних країн. А головне – зміна мислення фермерів та топ-менеджерів агрокомпаній: розуміння майбутніх наслідків у разі порушення принципів екологічності в своїй професійній діяльності.

Людство повинно розуміти, що збереження лісу потрібно не тільки задля задоволення очей естетів та амбіції зелених активістів. Ліс – є частиною екосистеми планети, та одним із факторів щасливого майбутнього існування усіх біовидів, у т. ч. і людини.

РИСУНОК 2

ЧИСТОЕ ИЗМЕНЕНИЕ ПЛОЩАДИ ЛЕСОВ ПО РЕГИОНАМ (1990-2020 ГОДЫ), МЛН ГА/ГОД

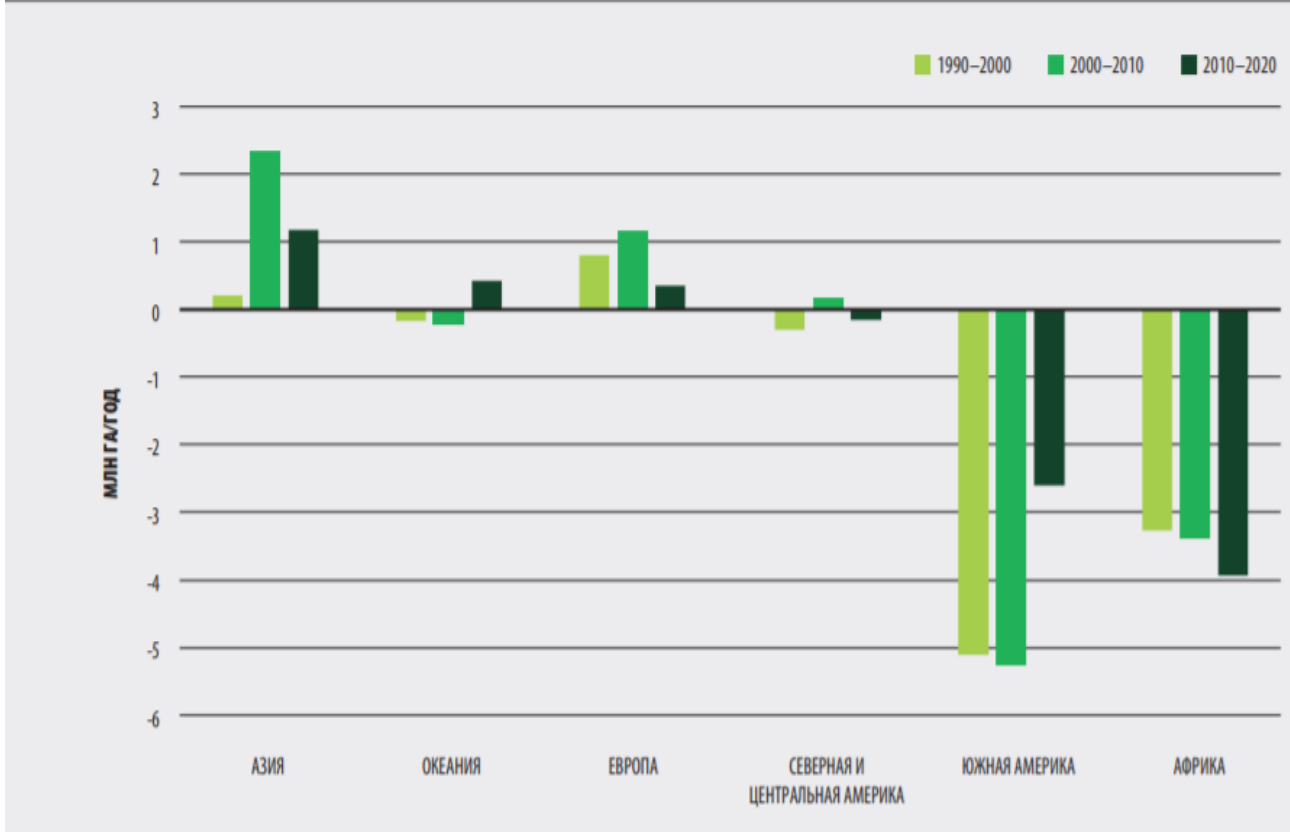


Рис. 3. - Зміна площини лісного покриву по регіонам світу за ост. 30 років
Джерело: ФАО и ЮНЕП. 2020 год. Состояние лесов мира – 2020. Леса, биоразнообразие и люди. Рим, ФАО. <https://doi.org/10.4060/ca8642ru>

Так, в умовах, коли ризики для продовольчих систем поглиблюються зміною клімату, роль лісів в поглинанні і збереженні вуглецю і пом'якшення наслідків зміни клімату набуває все більшого значення як для людства загалом, так і для сільськогосподарського сектора зокрема.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ, ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ЗАГАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

РУСЛАНА КАПЛЕНКО, здобувач вищої освіти СВО Магістр,

ЛЮДМИЛА КАПАЄВА, к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

Ситуація в Україні та міжнародному економічному просторі передбачає особливий підхід до планування діяльності підприємства та прогнозування можливих перспектив розвитку та негативних впливів зовнішнього та внутрішнього середовища. Для прийняття правильних управлінських рішень необхідно розуміти який стан забезпечення ресурсами, який рівень маневреності коштів, яка структура активів та пасивів. У такому випадку можна забезпечити безперебійний процес виробництва та високий економічний ефект від діяльності.

Сучасне українське підприємство це складний механізм, злагодженість роботи якого забезпечується управлінням сукупністю різних процесів та встановленням внутрішніх зав'язків. Під негативним впливом значної кількості чинників все частіше виникає необхідність у аналізі та переоцінці структури і змісту управління та пристосуванням його елементів до умов сьогодення.

Управління фінансовою стійкістю підприємства безпосередньо поєднане з головною метою менеджменту та реалізується з нею в єдиному комплексі. Зокрема, Н.В. Шандова вважає, що головним завданням управління фінансовою стійкістю підприємства є забезпечення оптимальної структури його активів, що дасть змогу забезпечити платоспроможність підприємства та, як результат, його фінансову стійкість [1].

Основними цілями управління фінансовою стійкістю можна визначити:

- збалансованість активів і пасивів, що передбачає достатню кількість власного капіталу;
- оптимізацію структури доходів і витрат, що передбачає високий рівень рентабельності;
- збалансованість грошових потоків, що передбачає збереження платоспроможності та самофінансування [2].

Вдало організований механізм фінансового управління забезпечує виконання двох груп функцій.

Суттєвим напрямом сталого функціонування суб'єктів господарювання є розробка ефективного механізму управління їх фінансовою стійкістю. Даний механізм передбачає послідовність шести взаємозалежних етапів. На першому етапі визначаються цілі суб'єктів та об'єктів управління. Далі здійснюється аналіз поточного фінансового стану та рівня фінансової стійкості. На основі проведеного дослідження здійснюється підбір та використання різних інструментів фінансового менеджменту: засоби, методи, важелі та ін. Четвертим етапом управління фінансовою стійкістю є розробка стратегії розвитку підприємства. І заключними етапами є реалізація методів і засобів управління та постійний моніторинг дій, спрямованих на покращення фінансового стану.

Управлінням фінансовою стійкістю займається вищий управлінський рівень підприємства, керівники відділів та залученні сторонні компанії.

Головною метою механізму забезпечення фінансової стійкості підприємства є підтримка фінансової безпеки та стабільності функціонування і розвитку [3].

Отже, фінансовий менеджмент є невід'ємною частиною загальної системи управління підприємством. Він передбачає постійний аналіз фінансового стану та розробку шляхів протистояння негативним впливам зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Спираючись на

проведені дослідження можна планувати свою діяльність та вчасно реагувати на різні дестабілізуючі фактори. Саме такий підхід дозволяє підприємству підвищувати економічні результати господарювання та активно розвиватися у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Шандова, Н. В. Розробка механізму управління стійким розвитком підприємств машинобудування / Н. В. Шандова // Актуальні проблеми економіки.– 2007. – № 2. – С. 101-105.
2. Білик М.Д. Методи фінансового планування і прогнозування в управлінні фінансами // Збірник наукових праць. – Київ. Науково-дослідницький економічний інститут. – 2006. – Вип.9. – С.79-84.
3. Геращенко І.О. Войтенко А.Ю. Інноваційні методи управління фінансовою стійкістю підприємства / І.О.Геращенко, А.Ю, Войтенко//Вісник економіки транспорту і промисловості.–Харків Укртранс., 2012–С.137-142.

СТАН ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

СЕРГІЙ КРАВЕЦЬ, бакалавр

Донецький національний університет ім. Василя Стуса

Постановка проблеми. В останні роки роль логістики в сучасній економіці постійно підвищувалася, що пов'язано з такими тенденціями, як: поділ праці на світовому ринку та подальша спеціалізація країн та регіонів на певних видах продукції; розвиток міжнародних економічних відносин та міжнародної торгівлі; процеси урбанізації та концентрації населення у великих містах, які стали центрами торгівлі та споживання; необхідність ефективного використання обмежених матеріальних

ресурсів (виробничих, паливно-мастильних матеріалів та ін.) та зростання продуктивності роботи персоналу; проникнення сучасних інформаційних технологій як у сферу виробництва, так і у сферу розподілу, обміну та споживання; зростання вимог споживачів на ринку як до якості та ціни, так і до часу доставки, рівня сервісу, точності, максимально можливого врахування їхніх потреб тощо.

Такі глобальні та локальні тенденції у світі та в Україні актуалізували необхідність та розвиток логістики на сучасних підприємствах. У сучасних умовах зростанню рівня актуальності логістики на підприємствах сприяє також введення певних обмежень карантинного характеру, пов'язаних із поширенням коронавірусу COVID-19. У результаті поширення коронавірусу по світі і в Україні було впроваджено певні карантинні обмеження, що неодмінно відобразилися на розвитку як окремих галузей, так і економіки країни загалом (підприємства певних галузей повністю або частково зупинили свою діяльність, такі як підприємства туристичного, готельно-ресторанного бізнесу, сфери розваг, підприємства сфери пасажирських перевезень та багато інших підприємств, які з різних причин не змогли перейти на роботу в мережі Інтернет).

Також із впровадженням заходів та обмежень карантинного характеру змінилися ставлення та вимоги споживачів до продукції та послуг, що надають підприємства, центр уваги споживачів змістився в бік безпеки. Споживачі стали більш обережними у своїй купівельній поведінці на ринку. Водночас більшість підприємств не змогли швидко адаптуватися до змін на ринку, пов'язаних із поширенням коронавірусу, та забезпечити необхідний споживачу продукт з урахуванням запроваджених обмежень. Це вказує на низький рівень гнучкості та адаптивності логістичних систем підприємств та наявність загроз їх існуванню.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питань функціонування та розвитку логістичних систем приділено увагу вітчизняних (Є.В. Крикавський, А.Г. Кальченко, О.М. Тридід та ін.) та закордонних дослідників (Д.Дж. Бауерсокс, Д.Дж. Клосс, П. Мерфі, Д. Уотерс, Б.А. Анікін, А.М. Гаджинський, В.А. Козловський, В.І. Сергеев та ін.). У дослідженнях авторів зроблено значний внесок у формування ефективних логістичних систем та ланцюгів, обґрунтовано важливість та необхідність розвитку логістичних систем підприємств та їхніх логістичних ланцюгів для забезпечення найбільш ефективного досягнення цілей підприємства. Питанням формування логістичних систем у умовах кризи присвячені праці О.І. Ступницького [1] – в умовах українсько-російського військового конфлікту робиться ухил на військову логістику; І. Драбак розглядає умови розвитку логістичного менеджменту у кризових ситуаціях [2], пропонуючи впроваджувати специфічну модель управління в кризових ситуаціях; А.В. Черновалов та Ж.В. Черновалова розглядають реагування логістичної діяльності на виникаючі в процесі суспільного і природного розвитку кризові ситуації, розглядаючи фази логістичного менеджменту в кризових ситуаціях [3]. Проте дослідниками у сфері логістики не приділено достатньої уваги питанню впливу форс-мажорних обставин (таких як карантинні обмеження, які визначають специфічні умови функціонування та розвитку логістичних систем підприємств та їхніх ланцюгів поставок) на логістичні системи підприємств, які вимагають підвищеного рівня їхньої гнучкості та адаптивності.

Пандемія коронавірусу COVID-19 призвела до різкої трансформації глобальних ланцюжків поставок товарів. Спочатку сплеск епідемії в Китаї призвів до скорочення імпорتنих потоків у напрямку цієї країни. Подальше поширення пандемії на Європейському континенті й у США спричинило зниження товаропотоку в їхньому напрямку.

Оговтавшись від хвороби, Китай почав відновлювати обсяги виробництва й з посиленням апетитом споживати сировинні товари.

Усі ці події вже позначилися на роботі глобальної транспортної інфраструктури. Україна – не виняток. Напрямки експортних потоків продукції українського гірничо-металургійного комплексу в першому кварталі 2020 року цілковито відображають економічну ситуацію, що склалася в світі. Українські металурги й гірничорудні компанії переорієнтували поставки своєї продукції на ринки, де зберігається або відновлюється попит. Зараз це переважно Китай.

У результаті на тлі зниження експорту чорних металів у першому кварталі значно збільшилося відвантаження залізорудної сировини на зовнішні ринки – на 18,2% у натуральному виразі. Змінився напрям відвантаження, змінився і спосіб доставки: залізниця поступилася місцем портам.

У першому кварталі 2020 року падіння обсягів залізничних вантажоперевезень продовжилося. «Укрзалізниця» скоротила транспортування вантажів на 4,1% – до 73,9 млн т.

За різними видами вантажів ГМК спостерігалася різноспрямована тенденція вантажоперевезень залізничним транспортом. Так, перевезення залізної та марганцевої руд у січні-березні збільшилися на 6,8% – до 20,2 млн т, тоді як чорних металів – знизилися на 3,2% до 5,5 млн т. Перевезення в січні-березні коксу та брухту знизилися на 21,6% – до 1,1 млн т і на 3,4% – до 0,5 млн т відповідно.

Водночас навіть в умовах оголошеної в країні надзвичайної ситуації «Укрзалізниця» працює з вантажами в штатному режимі.

Крім того, покращилися якісні показники логістики – зросла оборотність вагонів, скоротився час перебування вагона під однією вантажною операцією, збільшилися середня швидкість вантажного складу та середньодобовий пробіг локомотива.

До позитивних змін у роботі УЗ можна віднести:

- перегляд формування тарифів для стимулювання попиту на перевезення (на час карантину);
- прискорення реалізації металобрухту;
- перегляд інвестиційної програми для підтримки національних виробників;
- дозвіл щодо вагонних відправок з малодіяльних станцій, зменшення кількості малодіяльних станцій;
- непідвищення плати за власні вагони у контейнерних перевезеннях.

І все ж поточна ситуація призведе до великих проблем для «Укрзалізниці», яка не лише останні кілька місяців перебуває в умовах проблем з кадрами, а й має серйозні фінансові проблеми. За підсумками I півріччя чистий збиток держкомпанії сягне від 6 до 10 млрд грн.

Основне навантаження щодо експорту продукції ГМК і раніше припадало на порти, але зараз значення «морських воріт» зросло ще більше. Морські порти України в січні-березні збільшили вантажообіг на 11,2% – до 41,1 млн. Експортна перевалка вантажів зросла на 10,1% – до 31,7 млн т.

У першому кварталі переробка чорних металів на експорт в українських портах скоротилася на 1,3% – до 4,07 млн т. Зокрема, експорт металопрокату знизився на 6,1% – до 2,4 млн т. Перевалка чавуну зросла на 31,6% – до 675,7 тис. т, металобрухту – знизилася на 52,7%, до 7,4 тис. т.

За перші 24 дні березня середньодобове завантаження у вагони на припортових станціях «Укрзалізниці» збільшилося порівняно з відповідним періодом минулого року у 2,3 раза – до 29,1 тис. т. Щодоби в портах завантажувався в середньому 551 вагон.

За даними на 27 квітня, вантажопереробка порівняно з відповідним періодом минулого року зросла на 11%, при цьому у квітні – на 8%.

За прогнозами портових операторів, за підсумками 2020 року переробка вантажів може зрости на 4%.

Слід зазначити, що галузеві асоціації провідних галузей промисловості та АПК просять Кабмін знизити портові збори на 20% і зменшити норму відрахування чистого прибутку АМПУ до бюджету з 90% до 30% з 1 червня 2020 року. Ці заходи дадуть змогу поліпшити умови роботи для вітчизняних виробників та підвищити їхню конкурентоспроможність, а також сприятимуть інвестиціям у модернізацію портової інфраструктури на рівні 1,5 млрд грн на рік.

Проблемною зоною залишається припортова залізнична інфраструктура. Зараз, у несезон перевезень зернових, залізниця загалом справляється з навантаженням – місце зернових зайняла руда. Якщо ж не вирішити проблему «вузьких» місць біля портів, то знову трапиться ситуація кінця 2019 року, коли масштабно здійснювалися вантажоперевезення зернових, тоді як інші вантажі везли за залишковим принципом.

У Мінінфраструктури вважають за необхідне розвивати припортову інфраструктуру, але поки що не визначені джерела фінансування.

В УЗ вже визначили необхідні капінвестиції в розвиток припортових станцій та очікуваний ефект в частині збільшення обсягу вантажоперевезень:

- «Берегова» – 72 млн грн і 6 млн т/рік;
- «Чорноморська-Порт» – 71 млн грн і 6,3 млн т/рік;
- «Одеса-Порт» – 31 млн грн і 1,3 млн т/рік;
- «Ізмаїл» – 20 млн грн і 1,5 млн т/рік;
- «Жовтнева» – 144 млн грн і 7 млн т/рік;
- «Прибузька» – 20 млн грн і 1,5 млн т/рік;
- «Миколаїв-Вантажний» – 104 млн грн і 6,3 млн т/рік;
- «Херсон-Порт» – 53,5 млн грн і 2 млн т/рік.

Судячи з усього, «Укрзалізниця» без серйозної державної підтримки сама не впорається з розширенням припортової інфраструктури.

Висновок із проведеного дослідження. Функціонування та розвиток логістичних систем підприємств та їхніх ланцюгів поставок опинилися під впливом наслідків поширення коронавірусу та впровадження

карантинних обмежень в Україні та світі. Основними наслідками стали обмеження у переміщенні продукції на глобальному рівні; обмеження різного рівня щодо діяльності підприємств та організацій із виготовлення продукції та надання послуг, що викликало певний дефіцит на ринках; падіння платоспроможності споживачів та зниження їхньої купівельної активності; зростання вимог до безпечності продукції та щодо доставки. У результаті у підприємств зросли логістичні витрати на фоні загального падіння попиту на більшість їхньої продукції. Як результат, підприємства вимушені розвиватись у двох напрямках: зниження логістичних витрат у більш прогнозованих та стабільних сегментах та формування необхідного рівня гнучкості та адаптивності логістичних систем підприємств та їхніх ланцюгів на інших ринках. Необхідною умовою для виживання та розвитку підприємств в умовах карантинних обмежень є розвиток стратегічного логістичного управління, спрямованого на формування ефективних логістичних стратегій для кожного сегменту ринку, забезпечуючи при цьому як задоволення власних цілей, так і цілей учасників ланцюгів поставок підприємств. При цьому в період дії карантинних обмежень і на майбутнє зростає вагомість складника безпечності у логістичній стратегії продукції та послуг підприємств для споживачів та складника гнучкості.

Список використаних джерел:

1. Ступницький О.І. Формування логістики кризових ситуацій у контексті військового конфлікту Росія – Україна. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Вип. 121 (Ч. I), 2014. С. 210–219. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/2392/2125> (дата звернення: 20.06.2020).
2. Драбик І. Логістичний менеджмент у критичних ситуаціях. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та

підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : збірник наукових праць. 2015. № 835. С. 30–36.

3. Черновалов А.В., Черновалова Ж. В. Логистика в ситуациях кризисов (кризисная логистика). Вестник Брестского университета. 2014. № 2. С. 128-131. URL: <https://docplayer.ru/33192147-Logistika-v-situacijah-krizisov-krizisnaya-logistika.html> (дата звернення: 20.06.2020).

4. Murphy P., Wood D. Contemporary Logistics. 10th Edition, International edT, Upper Saddle River, N.J.; Harlow: Prentice Hall, 2011, p. 586.

5. Уїлдінг Р. Коронавірус змінить логістику та глобальні ланцюжки поставок. GMK center. URL: <https://gmk.center/ua/opinion/koronavirus-zminitlogistiku-ta-globalni-lancjuzhki-postavok> (дата звернення: 20.06.2020).

6. Николаева Е. Влияние эпидемии коронавируса на отрасль логистики. Инвест-Форсайт. URL: <https://www.if24.ru/vliyanie-epidemii-koronavirusa-naotrasl-logistiki> (дата звернення: 20.06.2020).

7. Эксперты оценили влияние коронавируса на международную логистику. РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20200429/1570749004.html> (дата звернення: 20.06.2020).

8. Полікарчук П., Данюк М. Рейтинг. Бізнес в офіційних цифрах. Сучасні маркетингові комунікації. URL: <https://q.rating.zone> (дата звернення: 20.06.2020).

9. Результати опитування «Ділова активність під час COVID-19». Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/institute/news?pid=6363> (дата звернення: 20.06.2020).

10. Рудківський О.А. Логістична стратегія підприємства: концептуальні підходи до визначення та формування. Менеджмент суб'єктів господарювання : проблеми та перспективи розвитку : колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Г. М. Тарасюк. Житомир : ЖДТУ, 2012. С. 218–228.

11. Уотерс Д. Логистика : Управление цепью поставок ; пер. с англ. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 503 с.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

О. ЛОПУШИНСЬКА, асистент кафедри менеджменту

Е. КОЦАГА, здобувач вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Менеджмент є одним із найважливіших процесів на підприємстві, який торкається кожної сфери його діяльності. Основною метою управління є вплив на працівників з метою досягнення ними кращих результатів. Під час реалізації функцій менеджменту на будь-якому підприємстві можуть виникнути проблеми, які призводять до зменшення ефективності діяльності.

Будзан Б.П. вважає, що однією з причин, яка заважає ефективному управлінню, є невміння керівника шукати вихід з тої чи іншої проблеми, правильно ставити цілі та завдання. В ході своєї діяльності на підприємстві можуть постійно виникати нештатні ситуації, саме тому керівники мають вчасно зреагувати, вивчити проблему та своєчасно вирішити її, щоб мінімізувати вплив негативних наслідків. Також однією з важливих задач керівника є вміння ставити коректні цілі та завдання, які принесуть підприємству значний успіх. Якщо цілі та завдання не правильно поставлені, то вони можуть сповільнити роботу підприємства, створити проблеми, які в майбутньому заважатимуть його розвитку, а також – понизити його конкурентоспроможність [3].

Дуже часто виникає ситуація, коли присутнє поєднання в одній особі власника і керівника підприємства. В такому випадку керівник

бажає мати повну владу в підприємстві. Він ставить власну ініціативу вище за ініціативи керівників нижчих ланок. Також, як правило, власник особисто обирає кадри за власними критеріями та не враховує освіту, досвід та активність працівників, що може завдати великої шкоди підприємству. У цьому випадку бюджет стає централізованим, що призводить до зниження мобільності витрат. Немцов В. Д. вважає, що ця проблема є фатальною для підприємства, тому потрібно запобігти поєднанню власника та керівника в одній особі. А якщо ця проблема існує, то намагались вмотивувати керівника до зміни його власних поглядів [1].

Ще однією з важливих проблем під час реалізації управлінських функцій є нехтування освітою при виборі кадрів. Зазвичай ця проблема досить часто зустрічається на майже всіх підприємствах. Керівники надають перевагу працівникам з досвідом, а не молодому поколінню, яке є досить розвинене та активне, відкрите до нових знань. Зазвичай таку тактику обирають керівники в поважному віці. Вони ж і не використовують новітніх методів управління. У таких керівників просто не має бажання освоювати нову тактику керівництва, тому що вони вважають, що старі схеми кращі та ефективніші, ніж сучасні, або вони ще не до кінця зрозуміли суті сучасних методів управління і не хочуть ризикувати. У цьому випадку для вже досвідчених працівників бажано проводити інструктажі та курси для освоєння новітніх методик управління.

Ще однією з проблем управління є низька нематеріальна мотивація персоналу. Мотивація є важливою функцією менеджменту та невід'ємною складовою ефективної роботи персоналу та успіху підприємства. Низька мотивація може призвести до зменшення продуктивності праці персоналу, що, в свою чергу, сповільнює розвиток підприємства та впливає на конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому. Тому вкрай важливо створювати належні умови праці, створювати в колективі ту атмосферу, яка б підвищувала настрій

робітників та давала ще більшого натхнення на роботу. Керівник повинен знаходити підхід до кожного працівника та надихати, мотивувати його, щоб продуктивність праці досягала найвищого рівня.

Ще одною з досить важливих проблем є неправильне планування діяльності підприємства. Якщо план роботи кожного підрозділу підприємства складено не вірно, це призводить до порушення роботи, виникнення додаткових витрат та збитків за зіпсовану продукцію та не якісне надання послуг, що принесе підприємству багато інших проблем.

Мінцберг Г. зауважив, що не менш важливою проблемою в менеджменті є криза розширення. Власник, коли вирішує різко розширюватись, не передбачає, до яких наслідків це може привести, та не звертає увагу на те, що підприємство ще не в змозі розширитись і це рішення може бути останнім для цього підприємства. Більша частина коштів йтиме на побудову нових підрозділів, а отже бюджету може не вистачити на продовження діяльності підприємства. Цей ризиковий крок може залишити підприємство збитковим на довгий час або взагалі припинити його існування. В цьому випадку керівник повинен завчасно передбачити наслідки різкого розширення та достатньо обґрунтовувати його необхідність для запобігання небажаних наслідків. Також, при бажанні розширюватись потрібно підготувати підприємство до цього важливого кроку.[2]

Отже, під час реалізації функцій менеджменту на підприємстві виникають різні проблеми і позаштатні ситуації. Не завжди все йде за планом. Саме тому дуже важливим є вміння керівника вчасно реагувати на виникнення проблем і вміти ефективно вирішувати їх.

Список використаних джерел:

1. Немцов В. Д., Довгань Л. Є., Сініок Г. Ф. Менеджмент організацій: навч. посіб. К., 2000. 392 с.

2. Минцберг Г. Альстрэнд Б., Лэмпбел Дж. Школи стратегий: пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Изд-во «Питер», 2000. 416 с.

3. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. К.: Основи, 2001. 349 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙ НА РИНКУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

МАКСИМ МАТВИЄЦЬ, керівник групи стратегічного планування

Самостійна науково-дослідна лабораторія ДП «КБ «Південне» ім. М.К.Янгеля, м.Дніпро

Кінець ХХ сторіччя ознаменувався стрімким ростом високих технологій в галузях інформаційних технологій, мікро- і наноелектроніки, авіації та космонавтики, мікробіології, хімії, оптоелектроніки, лазерної техніки тощо, що дало можливість появи наукоємній та високотехнологічній галузі, продуктам високих технологій. Для сьогодення загальноновизнано, що високі технології стають основним чинником конкурентоспроможної продукції держав на світовому ринку, тому напрями ідентифікації, державної підтримки розробки та впровадження високих і наукоємних технологій набувають надзвичайну актуальність.

Ринок динамічно розвивається, відбувається удосконалення технологій, поява нових конкурентів, що вимагає від підприємств перегляду пріоритетів розвитку, особливо на ринку високих технологій. Підприємства повинні зосередити увагу на вивченні і задоволенні потреб споживачів з метою управління економічною ситуацією, насичення ринку товарами й послугами.

На ринках високотехнологічних товарів технологія перетворюється в рушійну силу, що визначає стратегічне майбутнє підприємства. Вона є основним інструментом, за допомогою якого підприємство може здобути і зберігати конкурентну перевагу на ринку.

Термін «високі технології» перебуває у вжитку, починаючи з кінця 60-х років ХХ ст., коли його почав використовувати журналіст Роберт Мец в своїй авторській колонці в газеті «New York Times» [1].

В науковій літературі зустрічається різне визначення поняття «високі технології». Ось декілька із них:

а) «висока технологія» – сукупність інформації, знань, досвіду, матеріальних засобів при розробці, створенні і виробництві нової продукції і процесів у будь-якій галузі економіки, що мають характеристики вищого світового рівня [2];

б) під «високими технологіями» розуміють будь-який складний по виконанню, але при цьому простий у використанні пристрій, вживання якого дозволяє добитися таких результатів, про які раніше не доводилося і мріяти;

в) до «високих технологій» відносять технології, засновані на високоабстрактних наукових теоріях і використовуючи наукові знання про глибинні властивості речовини, енергію і інформацію, а техніку називають сучасною не по даті випуску, а по мірі її наукоємності і приналежності світу високих технологій;

г) «високі технології» – сукупність інформації, знань, досвіду, матеріальних засобів, які використовуються при розробці, створенні і виробництві як нових (раніше невідомих) продукції і процесів, так і для поліпшення якості і здешевлення виробництва відомих продуктів [3];

д) «високі технології» – термін, яким позначаються передові технології, що мають інноваційний, революційний характер;

е) «високі технології» - це умовне позначення наукоємної універсальної, багатофункціональної, багатоцільової технології, що має

широку сферу вживання, здатної викликати ланцюгову реакцію нововведень, що забезпечує більш оптимальне в порівнянні з попередніми технологіями співвідношення витрат і результатів і що надає позитивну дію на соціальну сферу» [4];

ж) «високі технології» — це систематизовані передові знання, що використовуються для випуску продукції чи створення технологічного процесу, які є принципово новими (тими, що не мають аналогів) або новими в певній сфері світових знань, застосування яких дозволить зайняти монопольне положення або поліпшити конкурентні позиції на міжнародному ринку тих компаній, які їх реалізують чи застосовують.

Згідно з Загальнодержавною комплексною програмою розвитку високих наукоємних технологій під високими наукоємними технологіями розуміються «технології, що створюються на підставі результатів наукових досліджень та науково-технічних розробок, забезпечують виготовлення високотехнологічної продукції, сприяють запровадженню високотехнологічного виробництва на підприємствах базових галузей промисловості». У тому ж документі дається визначення високотехнологічної продукції та високотехнологічного виробництва наступним чином: "високотехнологічна продукція - продукція, виготовлена вітчизняними підприємствами із застосуванням наукоємних технологій, конкурентоспроможна з кращими зразками аналогічної продукції іноземного виробництва", "високотехнологічне виробництво - виробництво, в якому застосовуються наукоємні технології "[5].

На відміну від цього документу, у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій»- високі технологи визначаються, як « розроблені на основі новітніх наукових знань, за своїм технічним рівнем перевищують кращі вітчизняні та іноземні аналоги і спроможні забезпечити передові позиції на світовому ринку наукомісткої продукції; систематизовані передові знання на певний момент часу, спрямовані на випуск продуктів чи створення процесу, які є

принципово новими (тими, що не мають аналогів) або новими в певній області знань, застосування яких дозволить отримати монопольне положення на міжнародному ринку або покращити конкурентні позиції того, хто їх розробляє чи застосовує, та отримати високу додану вартість» "[6].

Хоча не існує єдиної точки зору на визначення поняття «високі технології», автор дійшов висновку, що найбільш виваженим визначенням є у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій».

Україна належить до країн, де на державному рівні задекларовано курс на євроінтеграцію та модернізацію національної економіки на інноваційній основі як основних передумових вирішення нагальних соціально-економічних проблем країни. Водночас слід зазначити, що під впливом структурно-технологічних зрушень, що відбулися в роки незалежності, основні механізми зростання продовжують концентруватися серед галузей, чия конкурентоспроможність в основному залежить від використання екстенсивних факторів виробництва і потребує відносно невисокого рівня інноваційної активності, ґрунтуючись на експорті сировинних товарів і продукції нижчих виробничих переділів. Це обумовлює в цілому негативні стартові позиції для майбутніх перетворень. З іншого боку, в українській економіці існує певний потенціал у науково-технічній та інноваційній сфері, який може бути використаний для проведення змін.

На відміну від світу в Україні реалізація масштабних інноваційних структурних змін у сфері реального виробництва відбувається вкрай повільно. Це, по-перше, безапеляційно свідчить про неефективність вжитих виконавчою владою заходів стосовно розв'язання зазначеної проблеми; по-друге, вимагає від нового складу Кабінету Міністрів України розробки виваженої політики, основним завданням якої стає

забезпечення необхідних економічних передумов для випереджаючих темпів розвитку найнаукоємніших виробництв.

Як і у світі, до основних високотехнологічних галузей промисловості відносять виробництво фармацевтичної продукції, біотехнології; виробництво апаратури для засобів масової інформації: для радіо, телебачення та зв'язку; виробництво медичної техніки, засобів вимірювання, оптичних приладів та апаратури; виробництво офісної апаратури та обчислювальної техніки, програмного забезпечення; управління, розроблення і використання ресурсів Інтернету [7].

Здійснення наукових досліджень і розробок в Україні в останні роки скорочується в усіх сферах життєдіяльності. Це може бути пов'язано з впливом світових глобалізаційних процесів на економіку України, зокрема з відсутністю можливості фінансувати сферу розробки високотехнологічної продукції.

Важливою складовою ринку високих технологій є розвиток промислових підприємств. Поняття «високі технології» безпосередньо пов'язане з поняттям «інновації». Інновація –цілеспрямовані зміни, які свідомо впроваджуються в процесі відтворення для кращого задоволення наявної або формування нової потреби [8].

Інновації - це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу, а інноваційна діяльність — вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації соціальних послуг, їх адаптацію до актуальних вимог суспільства [6].

За останні роки динаміка впровадження суб'єктами господарювання продуктивних інновацій не зазнала суттєвих змін і залишилася в середньому на рівні від 10 до 20 % від загальної кількості великих і середніх підприємств що, вочевидь, є недостатнім креативним імпульсом для підвищення рівня конкурентоспроможності як промисловості, так і економіки держави в цілому.

Головне завдання державної стратегії економічного розвитку — впровадження сучасного інструментарію управління з метою підвищення технологічного рівня виробничого процесу, збільшення обсягів випуску продукції з високою часткою доданої вартості та забезпечення на засадах інноваційних структурних зрушень відповідного сучасній ринковій кон'юнктурі рівня конкурентоспроможності продукції. Для виконання економічного аналізу наукоємних виробництв народного господарства доцільно використовувати досвід провідних країн світу в оцінці технологічного розвитку реального сектора економіки, що дасть можливість для прийняття грамотних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Metz R. Market Place: Collins Versus The Middle Man // The New York Times. - April 24, 1969. - с. 64.
2. Высокая технология [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.glossary.ru>
3. Козик В. Міжнародні економічні відносини : Навч. посібник/ Василь Козик. -9-те вид., стереотипне. -К.: Знання-Прес, 2018. -469с.
4. Концептуальні орієнтири розвитку світового ринку високотехнологічної продукції / С. Г. Мікаелян // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 5. - С. 68-73.
5. Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» - Відомості Верховної Ради України від 06.08. 2004 р., № 32, стаття 384 [Електронний ресурс]

Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1676-15>.

6. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технології» - Відомості Верховної Ради України від 10.11.2006 р., № 45, с. 1479, стаття 434 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=143-16>.

7. Васильєва Н.В. Китай: формування інноваційної системи розвитку держави [Електронний ресурс] / Н.В. Васильєва // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Управління» : зб. наук. пр. – 2011. – № 2. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_upravl/2011_2/10.pdf

8. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.

РОЛЬ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

АЛЛА РЕВУЦЬКА – доцент кафедри економіки

ВОЛОДИМИР ПОХИТАЙЛО – магістр спеціальності 051 Економіка

Уманський національний університет садівництва

В Україні, яка вважається одним із світових лідерів з виробництва та експорту агропродовольчої продукції, важливим є розуміння сутності та структурного наповнення агропромислового комплексу. Високі темпи науково-технічного прогресу, розроблення нових технологій і насичення ними усіх без винятку виробничих секторів національних економік розвинених країн зумовили появу не тільки нових способів виробництва традиційної продовольчої продукції, а й стали причиною розвитку

супільних потреб у сфері споживання продуктів харчування. Стійкість цих тенденцій, а також їх суттєвий вплив на структуру ресурсів і продуктів на світових ринках продовольства спонукає до переосмислення традиційного бачення сутності вітчизняного АПК, до здійснення глибоких перетворень у його структурі. Недостатньо розглядати розвиток АПК переважно в контексті завдань виробництва якісних продуктів харчування, потрібно ширше поглянути на перспективи його розвитку - враховуючи як нинішні можливості сільського господарства, так і суміжних галузей переробного виробництва. Такі перспективи доцільно визначати, відштовхуючись від змін у технологічному забезпеченні сфери АПК, оскільки саме розвиток технологій виступає нині визначальним фактором розбудови господарських систем.

Дослідження впливу технологічного прогресу на розвиток сільського господарства і супутніх та обслуговуючих його галузей дало підстави для висновку про доцільність переосмислення сутнісного і структурного трактування АПК в урахуванням зміни парадигми ресурсовикористання в сучасній економіці.

Розвиток біотехнологій у нетрадиційних для нинішнього стану вітчизняного АПК напрямках розкриває нові ринкові перспективи перед виробниками сільськогосподарської продукції, які підвищуватимуть їх значущість як постачальника цінних ресурсів, створюючи умови для ефективного функціонування на ринкових засадах не тільки великих агрохолдингів, а й дрібних фермерських господарств.

Узагальнення теоретичних підходів та зарубіжної практики інтеграції сільського господарства з промисловими підприємствами дало можливість констатувати про необхідність розглядати біоекономіку як нову концепцію господарювання, ресурсною базою якої виступають сільське й лісове господарство, а найбільшою частиною виступає агропромисловий комплекс з новим структурним наповненням. мислення

сутнісного і структурного трактування АПК в урахуванням зміни парадигми ресурсовикористання в сучасній економіці.

Економіка України в сучасних умовах більше аграрна, ніж індустріальна. Дуже важливо досягати синергії між сільським господарством і промисловістю. Маючи переважно сільськогосподарську економічну орієнтацію, в Україні варто розвивати неконкурентний порівняно із США чи Європою сектор промисловості. Він створює інновації, необхідні для розвитку сільського господарства. І лише інноваційна модель розвитку аграрного виробництва в умовах глобалізації може принести економічний ефект за допомогою технологічного оновлення ресурсної бази та структурної перебудови аграрної економіки. Вона передбачає перенесення акценту з традиційних науковотехнічних рішень на використання принципово нових прогресивних технологій, які мають вирішальний вплив на процеси соціально-економічного розвитку розвинутих країн світу.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

В. АРТИШ, к.е.н., доцент

Н. АРТИШ, студент ОС “Бакалавр”

artishvictor@gmail.com

**Національний університет біоресурсів і природокористування
України**

Усвідомлення світовою спільнотою зростаючої екологічної загрози внаслідок інтенсивного ведення землеробства стимулювало розробку альтернативних моделей господарювання, які б краще відповідали життєвим інтересам суспільства. Такою моделлю стало екологічне землеробство, що останнім часом забезпечує зростаючий світовий ринок сертифікованими, здоровими, безпечними продуктами харчування [1].

Зазначимо, що функціонування екологічного сільського сподарського сектора значною мірою визначатиметься: по-перше, формуванням повноцінного внутрішнього ринку такої продукції із завершеним циклом виробництва; по-друге, експортом екологічних товарів на зовнішні ринки [2]. Саме на початку нового тисячоліття сформувався попит та пропозиція на продовольчу продукцію екологічного походження, особливо у розвинутих країнах світу, де запити споживачів у цій сфері більш вищі й вимогливіші, ніж в інших галузях промисловості.

Слід наголосити, що більшість ринків екологічної продукції зосереджено у Північній Америці та Європі, де є високий споживчий запит на цю продукцію. Сумарна частка цих двох регіонів становить 97 % в обсязі світового ринку даної продукції. Там були сформовані стандарти, які визначають необхідні вимоги до екологічної продукції, способів виробництва й дозволяють маркувати її як “екологічну” при дотриманні визначених правил. А такі регіони як Азія, Південна Америка й Австралія є важливими виробниками та експортерами екологічної продукції (рис. 1). З’ясовано, що найбільш швидкі темпи зростання обсягу ринку притаманні для країн Європи, а основну частину органічних товарів у структурі споживання на цьому міжнародному ринку становлять група молочних продуктів, овочі та фрукти, м’ясо, борошно та хлібопродукти.



Рис.1. - Площа сільськогосподарських угідь, зайнятих під екологічним (органічним) виробництвом

Світовими лідерами серед країн світу за площею земель, зайнятих під екологічним виробництвом, є Австралія, Аргентина, Китай та Бразилія. До регіонів з найбільшими площами сільськогосподарських земель, що обробляються екологічно, належать Австралія та Океанія,

Європа та Латинська Америка. Країни з найбільшими обсягами ринків екологічних продуктів – США, Німеччина й Франція. Однак найвищий рівень споживання її у Данії, Швейцарії та Австрії.

Важливим для України є те, що вітчизняний ринок екологічної продукції входить до десятки країн-лідерів за виробництвом ряду товарних позицій, але основний недолік – має сировинний характер. Найбільш перспективним для наших виробників є вихід у відповідному сегменті на ринок країн з недостатньою кількістю такої продукції – країни Азії та частково Європейського Союзу.

За результатами дослідження вітчизняних науковців встановлено, що у структурі виробництва екологічної продукції в Україні, за період її незалежності, переважає напрям рослинництва [3]. Тільки починаючи з 2010 р. почали частково відновлювати діяльність у секторі екологічної продукції тваринництва. Безумовно, економічна ефективність виробництва якої, порівняно з рослинницьким напрямом, є нижчою. Виробництво тваринництва передбачає високі витрати на їх утримання, оскільки екологічна кормова база є дорогою [4].

Встановлено, що в останні двадцять років, як в Україні, так і на світових ринках продовольства зростає інтерес споживачів до здорового харчування. Основними товарними групами в «екологічному» споживчому кошику є продукти дитячого харчування, хлібопродукти, м'ясо, молочні продукти та крупи. Крім того, визначено, що переважна більшість виробників екологічно чистої сільськогосподарської продукції надіються, що обсяги ринку екологічних товарів через попит буде зростати.

Слід зазначити, що ціни на екологічну продукцію зазвичай на 20–50% (а інколи навіть на 100–200% і більше відсотків) вищі, ніж на звичайну продовольчу продукцію [7]. Механізм регулювання цінової політики у сфері екологічного агровиробництва у світі не налагоджений. На рівні оптових продажів цінова різниця між екологічною та звичайною продукцією невелика. Найбільший прибуток на ринку такої продукції

одержують торговельні мережі або товаровиробники, що реалізують власну продукцію самостійно. Однак, порівняно з іноземними аграріями українські товаровиробники мають конкурентну перевагу за ціною [5]. Тому подальший розвиток екологічної галузі в Україні потребує якісних перетворень, спроможних забезпечити підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва та продовольчу безпеку держави [6].

Список використаних джерел:

1. Бігдан О.В. Теоретичні аспекти екологізації сільськогосподарського виробництва. Економіка АПК. 2012. № 10. С. 46–51.
2. Бугайчук В. В., Грабчук І. Ф. Біоекономіка та її роль у розвитку сучасного суспільства. Економіка АПК. 2018. № 5. С. 110–114.
3. Грановська В. Г. Перспективи розвитку ринку органічної продукції в Україні. Економіка АПК. 2017. № 4. С. 31–40.
4. Дудар Т. Г., Шумейко О. Т., Дудар В. Т. Маркетинг у системі формування ринку органічної агропродовольчої продукції. Економіка АПК. 2017. № 7. С. 46–53.
5. Камінський В.Ф., Чорний Г. М., Корсун С.Г. Принципи управління розвитком органічного виробництва в контексті продовольчої безпеки України. Економіка АПК. 2016. № 9. С. 5–9.
6. Купінець Л. Є., Жавнерчик О. В. Удосконалення інформаційного забезпечення екологічнобезпечного сільськогосподарського землекористування. Економіка АПК. 2017. № 2. С. 61–73.
7. Global Organic Market Access (GOMA). A project of FAO, IFOAM and UNCTAD. URL : Access mode: <http://www.goma-organic.org/about/project/>.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

АНДРІЙ БАБІЧ, здобувач третього освітньо-наукового рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент»

Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

Глобалізаційні процеси суттєво впливають на формування і становлення національних економік.

Проблема розроблення ефективної конкурентної стратегії є особливо актуальною для вітчизняних підприємств, де, інколи, низька конкурентоспроможності більшості українських товарів як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Необхідність формування стратегії економічного розвитку суб'єкта господарювання виникає на самому першому етапі постановки управлінської проблеми, в контексті зміцнення виробничих потужностей, забезпечення відповідного технічного складу та структури підприємства, недостатності ресурсного забезпечення тощо.

В основних галузях національного господарства, а особливо у сільському господарстві, великого значення набуває ефективне використання вже створеного виробничого потенціалу, зміцнення та вдосконалення матеріально – технічної бази.

Процес управління на етапі формування стратегії економічного розвитку будь – якого суб'єкта господарювання, галузі розробляється й реалізується не в ізольованому просторі країни, обмеженому державними кордонами, а в світовому ринковому господарстві, конкурентному бізнес – середовищі.

Національне господарство країни (його галузі та суб'єкти господарювання) входить у світове господарство як його структурний

елемент, додає до нього свою частку, збагачуючи світову ринкову систему, водночас воно відчуває суттєвий вплив з боку системи, трансформуючись відповідно вимогам світового господарства, що безперервно еволюціонує.

У Великому тлумачному словнику української мови роз'яснюється термін «стратегія» як спосіб дій, лінія поведінки когонебудь; ринкову стратегію як систему заходів, яка використовується організацією (фірмою підприємством, країною) для розширення своєї збутової діяльності [1, с.1399].

В умовах глобалізаційних викликів важливе місце у конкурентному бізнес – середовищі займає стратегічне управління.

Стратегічне управління нерозривно пов'язано зі зміною обставин і умов, що зумовлює застосування ситуаційного підходу.

При формуванні стратегії економічного розвитку будь – якого суб'єкта господарювання, галузі важливими складовими є наступні:

- організаційна (удосконалення або формування ефективної організаційної структури підприємства, розробка та впровадження науково – технічних програм, технологічних інновацій, інформаційного забезпечення інноваційної діяльності, інноваційного менеджменту, рівень освітнього потенціалу працівників тощо);

- економічна (державне фінансування програм, раціональне використання фінансових ресурсів та власного капіталу підприємства, податкові пільги при кредитуванні тощо);

- соціальна (рівень і якість життя робітників підприємства, соціальні умови праці та ергономічні чинники виробництва, соціальна відповідальність та захищеність робітників, оплата праці робітників на рівні європейських держав тощо).

Тому здатність підприємства враховувати вплив представлених вище складових та чинників внутрішнього та зовнішнього середовища

на конкурентне становище підприємства під час розроблення і реалізації конкурентної стратегії стає запорукою розроблення ефективної стратегії.

Для вибору ефективної стратегії розвитку організації або для формування власного стратегічного плану для конкретного підприємства, необхідна система компетентностей менеджерів, що приймають участь у прийнятті стратегічних рішень підприємства, розуміють принципи побудови стратегії, мають вміння аналізувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища організації та їх вплив на майбутній розвиток [2, с.76].

Зовнішнє середовище українського підприємства характеризується, насамперед, високим рівнем невизначеності, розпорошеністю прямих конкурентів, зростанням загрози з боку товарів-замінників, різкими змінами конкурентного середовища та зміною значення постачальників, пов'язаними з розвитком технологій, складністю формування ефективних бар'єрів входу на ринок та зростанням впливу споживачів і держави.

Основним джерелом конкурентної переваги на ринку товарів та послуг є незаперечна перевага нових ключових технологій товару над технологією аналогів.

Таким чином, система конкурентних стратегій суб'єкта господарювання формується під впливом факторів зовнішнього середовища та ґрунтується на існуючих джерелах конкурентних переваг підприємства. На сучасному ринку товарів та послуг класична конкурентна стратегія часто є недостатньою для перемоги у конкурентній боротьбі. Тому після успішного позиціонування підприємства за стійкою конкурентною перевагою доцільним є застосування гібридних конкурентних стратегій.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
2. Концепти інноваційного розвитку підприємства [Текст]: [Монографія] / За заг.ред. д.е.н. Храпкіної В.В.; Національний університет «Києво – Могилянська академія». К.: Інтерсервіс, 2018. – 263 с. 3.
3. Хамініч С.Ю., Тригуб К.С. Концептуальні засади іміджевої економіки України // Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» вип. 15. – 2018р. Режим доступу до ресурсу: www.market-inf.org.ua/uk/15-2018 С. 222-227.

РІВНІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ІРИНА БАНЗЕЛЮК, аспірантка

**Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця**

Сучасне економічне середовище потребує від вітчизняних закладів вищої освіти (далі - ЗВО) використовувати всі наявні ресурси, можливості та знання для отримання статусу конкурентоспроможного ЗВО. На варті конкурентоспроможності стає маркетинговий потенціал, який дозволяє використовувати весь запас енергії та можливостей для досягнення цілей функціонування та реалізації місії ЗВО. В той самий час, акумулювання маркетингового потенціалу відбувається на різних рівнях, які доцільно брати до уваги для досягнення найкращих результатів управління ним.

Метою тез є обґрунтування доцільності виділення рівнів акумуляції маркетингового потенціалу для подальшого ефективного управління ним.

В економічній літературі заведено виділяти маркетинговий потенціал у складі загального потенціалу організації, наприклад, з точки зору О.М. Азарян маркетинговий потенціал є однією з складових потенціалів підприємства, що існує одночасно з виробничим, фінансовим, трудовим, та управлінським потенціалом, а також надає визначення поняттю як «рівень розвитку збутової структури, методичні, людські, матеріальні і інформаційні ресурси, що забезпечують маркетингову діяльність [1, с. 131]». Більшість науковців розходяться в думках щодо складових потенціалу організації, але сходяться на тому, що маркетинговий потенціал полягає у максимальній можливості використовувати найкращі знання у сфері маркетингу, які були напрацьовані у минулому [2].

В результаті використання маркетингового потенціалу виникає питання щодо ефективного управління складовими маркетингового потенціалу для отримання максимального ефекту від його використання. В той самий час, формування маркетингового потенціалу ЗВО відбувається не тільки на рівні організації, а й за її межами, тому, на нашу думку, доцільно для ефективного управління маркетинговим потенціалом ЗВО виділити рівні його формування в залежності від масштабів управління, а саме: нанорівень, мікрорівень, мезорівень та макрорівень.

Нанорівень (особистісний) управління передбачає акцентування уваги на окремій особі як носієві маркетингового потенціалу. Особливістю управління маркетинговим потенціалом закладів вищої освіти на нанорівні є формування маркетингового потенціалу нації шляхом підготовки висококваліфікованих кадрів та відбору

компетентного персоналу з подальшим підтриманням його професійного розвитку.

Таким чином, нанорівень, або особистісний рівень маркетингового потенціалу закладів вищої освіти є базою для формування маркетингового потенціалу наступних за масштабами рівнів.

Мікрорівень (організаційний) управління маркетинговим потенціалом передбачає акцентування уваги на використанні професійних якостей персоналу у поєднанні з наявними ресурсами і можливостями, якими володіє організація, що в результаті дозволить досягти якісно нового стану ЗВО.

Організаційний рівень управління повинен фокусуватися на складових наявного маркетингового потенціалу ЗВО та визначенні можливого ефекту від володіння ними. Також управління на зазначеному рівні передбачає всебічний розвиток організації та пошук нових уособлень маркетингового потенціалу, що значно доповнює вже наявний арсенал маркетингових ресурсів. Мікрорівень є важливою ланкою управління маркетинговим потенціалом, адже, в результаті, впливає на формування регіонального та галузевого маркетингового потенціалу.

Сукупність маркетингових потенціалів ЗВО певної території або галузі формують третій рівень – мезорівень. Саме мезорівень рівень маркетингового потенціалу характеризує особистий внесок кожного ЗВО у розвиток освітнього середовища певного регіону або галузі. Мезорівень рівень маркетингового потенціалу є одним з факторів впливу на кількість абітурієнтів, міграцію робочої сили, рівень зайнятості населення та безробіття регіону. В результаті, управління маркетинговим потенціалом ЗВО на мезорівні відбивається на макроекономічних показниках держави, що утворює четвертий рівень управління, а саме - макрорівень (національний).

Загальний рівень конкурентоспроможності освітнього простору у світовій економіці є результатом управління маркетинговим потенціалом

на всі рівнях формування маркетингового потенціалу. У зв'язку з тим, що формування маркетингового потенціалу розпочинається на першому, нанорівні (особистісному) рівні, то розвиток людини як особистості та висококваліфікованого фахівця є передумовою розвитку не тільки маркетингового потенціалу держави, а й економіки загалом. Таким чином, освітній простір закладу вищої освіти працює на засадах циклічності - з одної сторони він є виробником маркетингового потенціалу, а з іншої його споживачем (Рис. 1).

Водночас, споживачем створеного ЗВО маркетингового потенціалу є не тільки сам ЗВО, а й економіка в цілому, у зв'язку з чим кожен попередній рівень маркетингового потенціалу формує спадщину для наступного.

Таким чином, маркетинговий потенціал освітнього простору можна розглядати як сформовані на базі сукупності особистісних потенціалів можливості регіональних кластерів закладів вищої освіти.

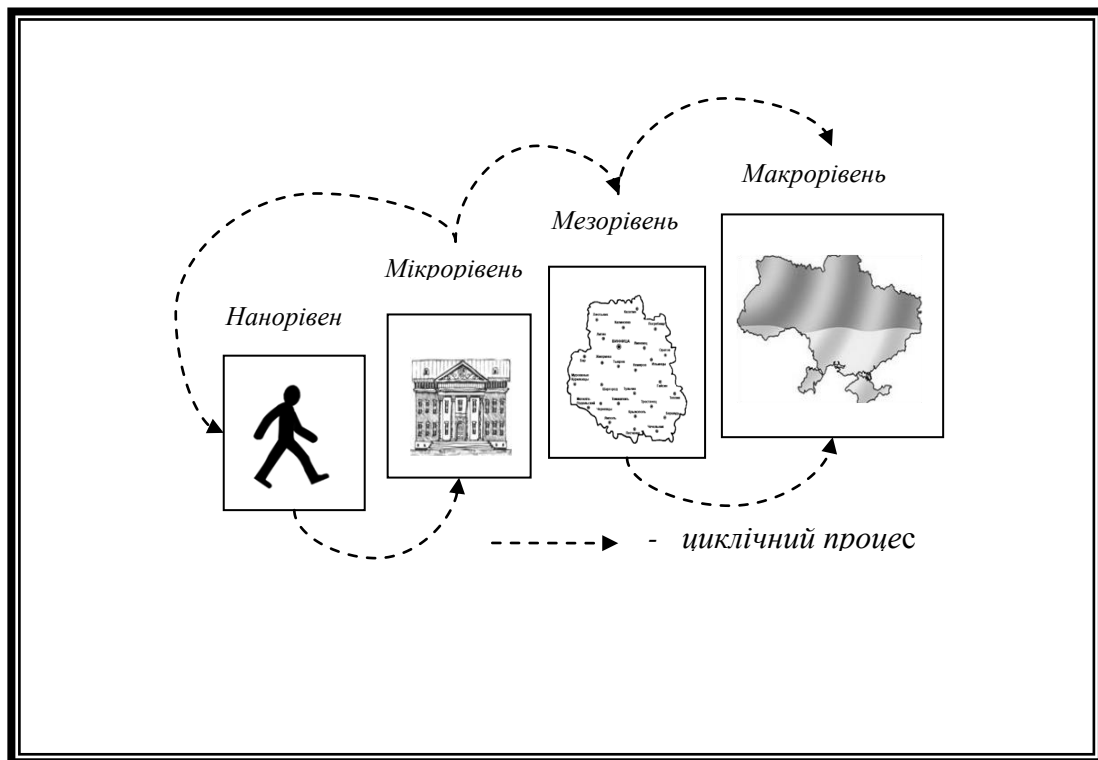


Рис. 1 - Рівні управління маркетинговим потенціалом ЗВО

В результаті того, що загалом процес формування маркетингового потенціалу переважно на нано- та мікрорівнях, ми вважаємо доцільним використовувати одночасні потоки управління маркетинговим потенціалом, які будуть передбачати державну підтримку такого управління, а саме «нанорівень ↔ макрорівень», що дозволить використовувати можливості та підтримку держави для досягнення спільної мети, а саме: підвищення конкурентоспроможності освітнього простору.

Таким чином, управління маркетинговим потенціалом закладу вищої освіти доцільно проводити з урахуванням рівнів формування маркетингового потенціалу та з урахуванням циклічності, яка спостерігається при реалізації ланцюжку «людина-організація-регіон-державна» під час якого відбувається постійне оновлення маркетингового потенціалу держави та перехід від особистісного рівня розвитку до національного.

Список використаних джерел:

1. Азарян О. М. Концепція управління потенціалом підприємства на основі інтегрального маркетингу / О. М. Азарян // Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер. : Економічні науки. - 2012. - Вип. 24. - С. 128-132. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2012_24_21.
2. Птащенко О. В. Удосконалення маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики організації шляхом впровадження бренд-сайту / О. В. Птащенко // Управління розвитком, 2010. – № 20 (96). – С. 101–103.

ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

ЮЛІЯ КОБЗИСТА, студент гр. МгМТз-19

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Україна – держава із значним рівнем потенційних можливостей щодо експортоспроможності сільського господарства. Сприятливі природно-кліматичні умови, значна площа родючих чорноземів та великі можливості виробництва екологічно чистої продукції є найголовнішими факторами можливої конкурентоспроможності національного виробництва на світовому ринку, що дозволить відіграти економіці України значну роль в подоланні глобальної продовольчої небезпеки та дефіциту продуктів харчування і переробної сировини. В умовах кризи, що розгортається в країні, успішне вирішення завдань ефективного розвитку аграрного сектору економіки України, зростання його конкурентоспроможності набуває особливого значення. Логістика сільського господарства відноситься до галузевих видів логістики, так як вивчає матеріальні потоки в цілому в галузі та в сільськогосподарському підприємстві. В Україні логістика досліджуваної галузі перебуває на стартовому етапі розвитку, тоді як в розвинених країнах світу використання логістичних підходів в агробізнесі є одним з ключових факторів його успішності. Національна система логістики в сільському господарстві України характеризується значною традиційністю в функціонуванні. Використання логістичного інструментарію в діяльності агропідприємств розкриває значний потенціал підвищення економічної ефективності їх діяльності через зниження витрат, адже, дозволяє, з однією боку упорядкувати процеси фізичного руху товару, а з іншого - орієнтує товаровиробників на формування оптимальних каналів руху готової продукції сільського господарства.

Основою логістичної концепції в сільському господарстві є оптимізація товарно-грошових потоків внутрішнього і зовнішнього рівнів з урахуванням їх двосторонності в діяльності сільськогосподарських підприємств. Головною специфікою підприємництва в сільському господарстві є використання в якості основних засобів живих організмів, результатом чого в логістиці є генерування двох і більше матеріальних потоків, відмінних один від одного за часовими та матеріальними характеристиками, що значно ускладнює процес просування вироблених товарів як у внутрішньому виробничому циклі, так і до зовнішнього ринку кінцевому споживачу.

Така особливість здійснює значний вплив на логістичні процеси аграрного сектору, веде до можливості матеріального потоку практично на будь-якій стадії перетворюватись в сировину у внутрішньому виробництві для наступної стадії логістичного ланцюга, а також становитись кінцевим продуктом споживання чи збуту. Класичним прикладом різновекторних потоків товарів є виробництво продукції молочного стала великої рогатої худоби, де отримують два основних матеріальних потоки - молоко і телят, і один побічний – перегній.

Для всіх трьох потоків можливе внутрішнє виробниче використання продукту: молоко частково використовується для вигоювання телят, телички – для ремонту основного стада, перегній – для удобрення полів в рослинництві. Частина матеріальних потоків з молочного скотарства використовується у суміжних галузях підприємства.

Так молодняк великої рогатої худоби проходить стадію відгодівлі. Одночасно з цим всі види матеріальних потоків можна реалізовувати ринковим споживачам. Значну роль в логістичних процесах відіграє сезонність сільськогосподарського виробництва. Залежність між виробництвом і природно-кліматичними умовами для галузей аграрного сектору призводить до необхідності тривалого зберігання запасів як

готової продукції, так і сировини (насіння, корми), при цьому умови зберігання вимагають спеціалізованих сховищ, транспорту та умов реалізації.

Характерна для сільськогосподарського виробництва розбіжність робочого періоду і власне процесу виробництва, призводить до нерівномірності надходження як внутрішньо направлених векторів потоків (сировина, матеріали), так і зовнішньо орієнтованих векторів (готова продукція, послуги). Виходячи з вище сказаного, специфічними рисами концепцій логістики в сільському господарстві ми можемо назвати орієнтацію за наступними напрямками:

- формування господарських зв'язків в сільському господарстві має два основні зустрічні вектори, зорієнтовані за закупку сировини, матеріалів та засобів виробництва (вектор внутрішнього спрямування) та розподіл виробленої продукції для внутрішнього споживання і зовнішнього збуту (вектор зовнішнього спрямування);
- формування обсягів і напрямів перевезень продукції з урахуванням сезонності сільськогосподарського виробництва, з урахуванням внутрішніх процесів відтворення і споживання та зовнішніх національних і світових ринків аграрної продукції;
- формування послідовності проходження продукції через пункти складування з урахуванням строків зберігання сільськогосподарської продукції та внутрішніх потреб на неї в процесі виробництва;
- оперативне регулювання поставок та перевезень в відповідності до виробничого циклу аграрної продукції;
- створення та управління запасами відповідно до строків зберігання, закупок та вироблюваної продукції різних галузей підприємств;
- розвиток складського господарства з урахуванням строків зберігання, виробничої циклічності та сезонності аграрного підприємства;

- розширення логістичної діяльності за рахунок діяльності в сфері комерційних та транспортно-експедиційних послуг.

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

МАКСИМ КОСТЮК, к.е.н., економіст другої категорії відділу стратегічного планування та маркетингу

**Самостійна науково-дослідна лабораторія ДП «КБ «Південне»
ім. М.К. Янгеля**

Глобалізаційні процеси та інтеграція України у світовий економічний простір вимагає сучасних підходів і методів до управління підприємствами з урахуванням недостатністю ресурсів та екологічної безпеки. Фундаментом успіху будь-якого бізнесу є наявність стійких конкурентних переваг товарів і послуг для задоволення потреб споживачів на засадах врахування виробничих можливостей підприємств, їх ресурсозбереження та ресурсовикористання. На перший план виходять ресурси та технології ресурсозбереження, що значним чином сприяють розумінню доцільності впровадження ресурсозберігаючих технологій у виробничу діяльність підприємств з метою збереження ресурсної бази, екологічної безпеки, з однієї сторони та підвищенню конкурентоспроможності і прибутку підприємств, з іншої. Наявність ефективної системи управління ресурсозбереженням на підприємствах засвідчує, що той чи інший суб'єкт є більш конкурентоспроможним та має більше переваг у конкурентному бізнес – середовищі.

Проаналізувавши ряд наукових робіт [1 – 5], можна стверджувати, що для ефективного використання ресурсної бази суб'єктами

господарювання необхідно враховувати вплив різних чинників виробництва.

Достатня кількість ресурсів за оптимальною економічною і виробничою необхідністю дає можливість протистояти факторам впливу невизначеного зовнішнього середовища. Використання позитивних можливостей конкурентного бізнес – середовища (зовнішнього) і позитивних факторів впливу мікросередовища (внутрішнього), швидкості руху ресурсів, а також економічної гнучкості в їх використанні створює умови для ефективного регулювання ресурсами підприємства [6].

Розглядаючи ресурсне забезпечення у різних галузях національного господарства, можна констатувати, що ресурси розрізняють за обсягами й змістом. Фактором, що негативно впливає на формування стратегії підприємства, як маркетингової, так і загальної в цілому, виконання статуту у повному функціональному обсязі - є недостатність ресурсів або їх брак.

Оцінка економічної та технологічної сутності ресурсозбереження у сучасному бізнес – середовищі стає більш важливою для українського підприємства, бо недостатня кількість або відсутність ресурсів унеможлиблює досягненню підприємством його основної економічної місії та формування ефективної маркетингової стратегії.

Діяльність підприємства згідно статуту не обмежується використанням лише основних ресурсних категорій, але й інформаційні, технологічні та інтелектуальні ресурси, що в сучасних умовах набуває важливого значення. Підприємницькі здібності – це лише один з таких прикладів, а також використання стратегічних ресурсів, що, в свою чергу, дозволяє машинобудівному підприємству визначити характер їх взаємовідносин у макросередовищі. Розробка і реалізація оперативних і стратегічних планів дозволяє накопичувати та обробляти інформаційні дані, що набувають стабільності, систематизації та узгодженості з стратегією підприємства [7].

Постійно існує взаємозв'язок інформаційних та інтелектуальних ресурсів підприємства, що підтверджується визначенням основних тенденцій формування зовнішнього середовища і перспектив розвитку бізнесу [6], обґрунтування напрямків господарської діяльності підприємства, які є запорукою необхідності об'єднання всіх видів ресурсів. Підприємство – це складна система, яка поєднує, споживає, відтворює і розподіляє всі види ресурсів [3; 4].

Одним із способів збереження та зниження витрат ресурсів має стати пошук резервів, їх економії на самих підприємствах, провівши системний та факторний аналіз виробничого процесу з метою виявлення реальної картини використання ресурсів. У зв'язку з цим ресурсозбереження має стати своєрідним внутрішнім економічним ключем підприємства поряд з підвищенням рівня розвитку техніки, технологій і підвищенням кваліфікації труда в цілому. Такого результату можна досягти за допомогою як найповнішого та найоптимальнішого використання виробничих потужностей підприємства, підвищення мотивації й зацікавленості членів трудового колективу та ефективності використання ресурсів на основі наукомістких технологій.

Таким чином, сучасна стратегія розвитку підприємств як складової соціально-економічної системи та економічної політики держави, потребує використання інноваційних підходів, забезпечення можливості ефективного розвитку економічних відносин суб'єктів господарювання в проблематиці ресурсозбереження. Розробка методичних підходів та практичних рекомендацій по управлінню ресурсозбереженням на підприємствах є необхідною запорукою конкурентоспроможності у сучасному бізнес – середовищі та інтеграції України у світовий економічний простір з високим рівнем конкуренції.

Все це робить доцільним необхідність подальшого проведення дослідження в цій галузі, обґрунтування теоретико-методичних та прикладних засад управління ресурсозбереженням на підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б. М. Екологічна складова політики сталого розвитку: [монографія] / Б. М. Данилишин. – Донецьк : Юго-Восток, ЛТД, 2008. – 256 с.
2. Денисюк В.А. Конкурентоспособность и инновационная активность государств: анализ международных рейтингов и индикаторов [Електронний ресурс]/ В.А. Денисюк. – Режим доступу: http://iee.org.ua/files/alushta/39-denisyuk-konkur_i_innov_aktiv.pdf.
3. Драган І.В. Методологічні засади управління ресурсозбереженням як напряму реалізації державної політики у сфері природокористування / І.В. Драган // ВІСНИК ЖДТУ. Економічні науки. – 2012. – № 1 (59). – С. 100-102.
4. Економічна енциклопедія : у 3 т. Т. 1 / редкол. С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Академія, 2001. - 863 с.
5. Єгупов Ю.А. Організація виробництва на промисловому підприємстві / Ю.А. Єгупов. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
6. Кульман А. Экономические механизмы / А. Кульман.– М.: АО Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1993. – 192 с.
7. Клещева О.А. Моделирование инновационного развития на основе управления факторами внешней среды.- дисс., уч.ст. канд.ек.наук.- Казань.- 2010. – 181.

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНОГО ЧИННИКА НА ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

ТЕТЯНА СЕМЕНОВА, кандидат економічних наук, доцент

ВЛАДИСЛАВ ТИСЯЧНИК, магістрант

Національна Металургійна Академія України, Дніпро

Сталий розвиток промисловості, стабільне економічне зростання виробництва, що не призводить до істотних деградаційних змін навколишнього природного середовища, можуть бути забезпечені приведенням у відповідність економічних інтересів товаровиробників до екологічних вимог збереження довкілля. З огляду на це особливої

актуальності набуває проблема підвищення ефективності промислового виробництва завдяки його екологізації, починаючи з організації раціонального використання природних ресурсів. Тому дуже важливим елементом господарської діяльності промислових підприємств є врахування екологічних чинників з метою підвищення економічної ефективності виробництва продукції та збереження екосистеми.

На нашу думку, розв'язання протиріччя між економічними та екологічними цілями виробників-забруднювачів лежить в площині суцільної екологічної відповідальності: власників підприємства, менеджерів, працівників, постачальників, споживачів. Методологічною основою процесу узгодження визначеного конфлікту могла б стати концепція вартісно-орієнтованого підходу до управління компанії з урахуванням екологічного чинника. Водночас актуальними стають питання повної оцінки та врахування екологічних результатів та витрат підприємства, як в короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі. Екологічна відповідальність як відповідь на питання – як мотивувати підприємства до переходу на кардинально інші, екологічно збалансовані програми розвитку, – тема не нова та активно дискутується серед вітчизняних та зарубіжних науковців.

Методичні підходи до оцінювання еколого-економічної ефективності розглядались як складові аналізу господарської діяльності в контексті екологічної або економічної ефективності окремо, зокрема Г. Гроссманом, Л. Десімоне, П. Комптоном, Ф. Попофом, К. Скоєром, Ш. Сейбелом, Х. Хохом. Фундаментальні дослідження з питання ефективності, зокрема економічної ефективності, розкрито в працях вітчизняних провідних вчених-економістів, зокрема В. Базилевича.

У сучасних умовах господарювання економічна та екологічна складові діяльності займають провідне місце. Важливим залишається аналіз та оцінювання еколого-економічної ефективності як інтегрального показника діяльності в умовах переходу до сталого розвитку.

Еколого-економічний рівень виробництва – це система відносних, питомих показників, які характеризують ступінь впливу виробничо-господарської діяльності на навколишнє середовище, ефективність використання природних ресурсів у взаємозв'язку і взаємообумовленості з проміжними та кінцевими економічними, фінансовими, соціальними й екологічними результатами виробництва [1].

Економічну ефективність будь-якого процесу визначають порівнянням отриманого результату із затраченими ресурсами (витратами). Однією із найважливіших ознак ефективності є досягнення відповідного результату діяльності з найменшими витратами ресурсів [2].

Екологічна ефективність досягається за рахунок зменшення норм шкідливих викидів в атмосферу, водні ресурси та ґрунт. У процесі визначення рівня екологічності необхідно враховувати такі напрями впливу діяльності підприємства: на водні, повітряні, земельні, матеріальні ресурси, екологічність продукції.

Ураховувати складові, які впливають на ефективність діяльності промислового підприємства, пропонуємо таким чином:

- визначення еколого-економічних показників, які характеризують наслідки (результати) впливу діяльності підприємства на стан навколишнього природного середовища в розрізі внутрішніх та зовнішніх причин їх виникнення;

- встановлення відповідності показників нормативним значенням;

- кількісна та якісна характеристики діяльності підприємства за рівнем впливу на навколишнє природне середовище.

Відповідальність підприємства за забруднення навколишнього природного середовища може виникнути через:

- забруднення атмосферного повітря, ґрунту, водних ресурсів у ході теперішньої чи минулої діяльності на території підприємства;

- забруднення за межами території підприємства;

– транспортування і видалення небезпечних речовин тощо.

Ці чинники можуть призвести до:

– зниження рентабельності виробництва через витрати, пов'язані з досягненням відповідності природоохоронного законодавства;

– підвищення витрат на ліквідацію екодеструктивного впливу;

– витрат, пов'язаних із відповідальністю, що, у свою чергу, пов'язано із охороною здоров'я працівників і дотриманням техніки безпеки;

– виникнення перешкод при виході на зарубіжні ринки через невідповідність міжнародним стандартам;

– судових тяжб з екологічних питань тощо.

При проведенні вартісної оцінки екологічних параметрів екологізбалансованої стратегії підприємства необхідно виокремлення, поряд з традиційними групами оцінки (інвестиції, поточні витрати, екологічні платежі, додаткові надходження та витрати), додаткової групи: «Інші витрати, обумовлені невідповідністю екологічних характеристик адміністративним та ринковим вимогам» [3]. Вона призначена відобразити у вартісному виразі ті витрати екологічного характеру, що не були включені до попередніх груп.

До таких витрат слід віднести видатки господарюючих об'єктів, пов'язані з:

- обмеженням (зупиненням) діяльності або/та відзивом дозвільних документів екологічного характеру, що викликано недотриманням норм природоохоронного законодавства;

- зміною (збільшенням) тривалості окремих фаз життєвого циклу інвестиційних проектів;

- відмовою від впровадження нових технологічних процесів та/або освоєння виробництва нових видів продукції, що спричинено невідповідністю екологічних характеристик адміністративним вимогам;

- неможливістю реалізації продукції на окремих ринках, що обумовлено невідповідністю екологічних характеристик ринковим вимогам;

- зростанням вартості полісів екологічного страхування;

- іншими невизначеними витратами, які обумовлені наявністю екологодеструктивного впливу на реципієнтів, тощо.

Значущість виокремленої групи є істотною для екологоспрямованої стратегії розвитку промислових підприємств.

Список використаних джерел:

1. Генсірук С.А. Еколого–економічні аспекти природокористування. Київ: Наукова думка, 1982. 176 с.

2. Круглов Г.И. Стратегическое управление компанией: учебник для ВУЗов. Москва: РДЛ. 1998. 768 с.

3. Малюк О.С. Удосконалення методичних положень врахування екологічного чинника при формуванні екологозбалансованої інвестиційної стратегії підприємства. *Вісник Криворізького технічного університету*. 2011. № 28. С. 309-314.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

ГАННА ШПОРТЬКО, к.т.н., доцент

ДАНИЛО ОНИЩЕНКО, студент магістратури

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

В умовах глобалізації, жорсткої конкуренції та швидких змін зовнішнього середовища українські підприємства мають швидко адаптуватися до динаміки ринкової кон'юнктури. Чинники, що визначають успіх на ринку, одночасно є і чинниками виживання суб'єкта господарювання. Якщо раніше людському фактору в бізнесі приділялася другорядна роль, підпорядкована фінансовим і виробничим завданням компанії, то сьогодні таке ставлення змінюється. Наразі актуалізується процес перетворення управління персоналом в управління людськими

ресурсами, адже головним ресурсом наразі стає людський капітал.

Для всіх організацій управління людьми має першорядне значення. Без належного способу відібраних, розставлених і професійно підготовлених людських ресурсів жодна організація не зможе досягти своїх цілей і розвиватися. Це положення є основоположним в концепції управління.

Керівництво підприємства повинне розуміти важливість функції управління людськими ресурсами. Директор по персоналу бере участь у розробці стратегії й завдань підприємства, визначенні самих значних напрямків діяльності. І якщо ця умова дотримана, то відношення всіх лінійних керівників до цієї функції міняється позитивно. Усе починається з вищого менеджменту: якщо він розуміє значимість функції управління персоналом і людськими ресурсами, то він її й розбудовує. Це розуміння передається по ланцюжкові менеджерів наступного рівня і т.д.

Виходячи з теоретичних основ управління людськими ресурсами визначимо набір елементів моделі управління людськими ресурсами підприємства, впровадження якої тягне синергетичний ефект в управлінні.

1. Наявність особливостей функціонування системи, пов'язаної з управлінням персоналом підприємства, які інтегруються в різних концепціях і моделях управління персоналом і людськими ресурсами.

2. Наявність кадрової політики підприємства, яка не виключає, а має на увазі подальший розвиток стратегії управління із урахуванням особливостей функціонування системи підприємства.

Кадрова політика організації – це система теоретичних поглядів, ідей, вимог, цілей, принципів, форм, методів і критеріїв роботи з кадрами, розповсюджуваних на всі категорії персоналу. Сучасна кадрова політика підприємства – це, насамперед, розуміння об'єктивної ролі й місця системи управління персоналом у цілісній системі менеджменту підприємства. Не менш важливе осмислення ролі й місця самої кадрової служби підприємства в структурі управління персоналом.

3. Наявність чітко структурованих рівнів управління персоналом підприємства, які припускають більш чітку функціональну взаємодію й перерозподіл відповідальності між собою на основі впровадження й

розвитку організаційно-корпоративної культури, а також активна й постійна участь вищого керівництва підприємства у визначенні й реалізації завдань управління людськими ресурсами, що впливають із цілей бізнесу.

4. Наявність системи управління людськими ресурсами. Визначення, що доповнюють один одного областей і підходів до управління людськими ресурсами (управління персоналом; організаційно-корпоративна культура; особливості функціонування підприємства; два підходи до управління людськими ресурсами: твердий та гнучкий; дві моделі управління людськими ресурсами: модель «відповідності» та гарвардська модель).

Розглянемо цілісний підхід до розробки системи управління людськими ресурсами підприємства заснований на методі «зв'язування» (рис. 1).



Рис. 1. - Цілісний підхід до розробки системи управління людськими ресурсами (УЛР) підприємства

«Зв'язування» – це розробка і реалізація низки взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих і взаємопідсилюючих практичних дій в області людських ресурсів. Цей процес іноді називають використанням «принципу додатковості» або прийняттям «конфігураційного способу дій».

Поняття «зв'язування» ґрунтується на тому, що практичні дії в складі зв'язок скоординовані і внутрішньо узгоджені, причому «чим більше, тим краще» це впливає на результат, завдяки ефекту накладення і взаємного посилення безлічі практик.

Зв'язки між областями, які доповнюють одна одну, необхідні для того, щоб визначити способи забезпечення внутрішньої підтримки реалізації загальної стратегії. Виникаючий при цьому синергетичний ефект означає, що вплив «зв'язування» на організаційну ефективність в цілому повинен бути більше, чим просто сума її окремих елементів.

Тому загальна система управління людськими ресурсами базується на діючій системі управління персоналом і організаційно-корпоративній культурі, з урахуванням особливостей функціонування підприємства. Формування системи управління людськими ресурсами підприємства здійснюється на базі двох теоретично обґрунтованих підходів до управління людськими ресурсами: твердого й гнучкого, а також двох практичних моделей: моделі «відповідності» і гарвардської моделі.

Застосований метод «зв'язування» дозволив визначити оптимальне співвідношення теоретичних та практичних положень для визначення складових системи управління людськими ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Управление персоналом организации. Под ред. Кибанова А.Я.- М.: ИНФРА - М, 2005. - 56 с.

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО ВПЛИВУ

ДМИТРО ЦИГАНКОВ, студент гр. МгМТз-19

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Інститут фермерства – це назва діяльнісних характеристик сімейного товарного виробництва в аграрній галузі, що репрезентує певний напрям у суспільному житті та є ознакою соціального ладу. Тому, власне, за ознакою діяльнісних характеристик інститут фермерства можна трактувати не лише як виробничу систему, а винятково, і це має стратегічне значення, як соціальну категорію [1, с. 84-85].

Інституціональна складова фермерства формує дієві формальні та неформальні норми, правила й цінності. Формальні норми та правила (інститути) представлені, по-перше, сукупністю нормативних документів різного рівня впливу на аграрний ринок як цілісної інституційної структури; подруге, сукупністю відповідних інститутів та інституцій, які безпосередньо функціонують і забезпечують відтворення виробничого потенціалу фермерських господарств.

Інституціоналізація, з одного боку, стимулює підприємницьку активність фермерських господарств, їх економічне зростання на засадах структурноінноваційного відтворення виробничого потенціалу, утвердження та функціонування фермерства як соціально-економічної системи, а з іншого – забезпечує подолання суперечностей між економікою та сільськогосподарським товаровиробником. Брак

необхідних інституцій в Україні істотно обмежує основний ринковий механізм – конкуренцію, відчутно гальмує відтворення виробничого потенціалу фермерських господарств, модернізацію економічної культури тощо [1, с. 85-86].

Основною перешкодою формуванню інституціональної моделі розвитку фермерських господарств є так зване зрощення політичних та економічних інститутів, що спричинило виникнення трансформаційної ренти, превалювання великого аграрного бізнесу. Якщо у сільському господарстві підприємства різних організаційно-правових форм діють у нерівних соціально-економічних чи правових умовах, то це призводить до підпорядкування економічного інтересу одного суб'єкта іншому. У такій ситуації у фермерських господарств як структур, які у натуральному вимірі володіють меншим виробничим потенціалом, ніж великі аграрні підприємства, знижується бажання досягати значних економічних результатів, що призводить до затягування процесу розвитку фермерства [1, с. 86-87]. Основними функціями інституціонального середовища фермерства є: оптимізаційна (скорочення трансакційних витрат, а їх величина визначає рівень ефективності інститутів і підсумкову конкурентоспроможність фермерства); інтеграційна (забезпечення інтеграції освіти, науки та виробництва, стабільності агровиробництва); інформаційна (забезпечення об'єктивною інформацією про новітні технології у аграрній сфері); координуюча (формування механізму координації взаємодії між учасниками аграрного сектору економіки) [2, с. 30]; стимулююча (сприятливих мотиваційних умов задля розширеного відтворення фермерства на інноваційній основі).

У процесі встановлення меж інституціонального середовища ФГ необхідно враховувати, що на ефективність його діяльності впливають цілі, завдання і стратегія розвитку національної економіки та інноваційної політики. Сприятливе інституціональне середовище розвитку ФГ

передбачає: якість державної бюрократії (поряд із компетентністю, незалежністю та публічною відповідальністю); існування підрозділів для вирішення конфліктних ситуацій як в органах публічної влади, так і в органах судової влади; виваженість політичних інтересів в суспільстві; наявність законів, що захищають право власності та інститутів, що забезпечують його реалізацію; міжнародні зобов'язання, що знижують роль ризику в сільському господарстві тощо [2, с. 34]. Створення сприятливих умов для функціонування ФГ в Україні важливе як для подолання занепаду села, так і для впорядкування організаційної структури сільського господарства відповідно до європейських стандартів, які забезпечують: різноманітність форм власності, систем землеробства, ландшафтів, культури і традицій; екологічні вигоди: більш відповідальне управління природними ресурсами, що надає суспільству суттєві екологічні вигоди; суспільну відповідальність: економічні можливості для сільських жителів, їх особисту відповідальність за себе, сім'ю, громаду, нарощення соціального капіталу; збереження традицій, знань: виховання системи цінностей у дітей, передачі від покоління до покоління знань, навиків і досвіду ведення сільського господарства; економічну базу для виробництва окремих видів продовольства відповідно до пріоритетів споживачів; персоналізовану взаємодію споживачів з продовольчою системою: споживачі об'єднуються з фермерами й отримують безпосередній доступ до потоків продовольства (солідарне сільське господарство).

Список використаних джерел:

1. Гнатишин Л. Інституційне середовище розвитку фермерських господарств [Електронний ресурс] / Л. Гнатишин, О. Прокопишин // Аграрна економіка. - 2017. - Т. 10, № 1-2. - С. 81-88. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2017_10_1-2_14.

2 .Заскалкіна О. М. Механізми державного регулювання інституціонального середовища в аграрному секторі економіки України : дис. канд. держ. упр. : 25.00.02 / Заскалкіна Оксана Михайлівна – Харків, 2018. – 242 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Н. ШПОРТЮК, доц. к.держ.упр.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Аналіз господарської практики дозволяє зробити висновок про те, що в Україні співіснує кілька моделей корпоративного управління, зокрема: модель «приватного підприємства», модель «колективної власності менеджерів», модель «концентрованого зовнішнього володіння», модель «розпорошеного володіння», модель «переважаючого державного контролю».

Цілком очевидно, що українська модель корпоративного управління знаходиться в стадії формування і є перехідною конструкцією, в якій формально представлені елементи різних моделей.

Йдеться, зокрема, про відносно розпорошеної власності, що є ознакою аутсайдерської моделі. Ця особливість (за умови існування низьколіквідного ринку цінних паперів) нерозвиненої фондової інфраструктури є стримуючим фактором становлення корпоративного управління як системи реалізації прав акціонерів. Тому, цілком логічно виникає питання вдосконалення системи корпоративного управління в Україні.

Ефективність корпоративного управління стає вирішальним фактором успішної роботи компанії в ринкових умовах. При відсутності ефективною структури, яка визначає взаємини ради директорів, виконавчого органу та акціонерів, українські компанії і економіка в цілому будуть постійно стримуватися в своєму розвитку нестачею капіталу.

Українські компанії мали можливість конкурувати зі своїми західними колегами на основі позитивного досвіду. Основна умова - інвестування у відновлення інфраструктури, модернізацію виробництва, впровадження управлінських інформаційних систем з метою протистояння впливам зовнішнього ринку і політичних потрясінь. Недостатній розвиток корпоративного управління є інституціональною перешкодою залучення зарубіжних інвестицій і активізації вітчизняної інвестиційної ініціативи.

Поліпшення рівня корпоративного управління є фактором підвищення інвестиційної привабливості та формування вторинного ринку цінних паперів. Тому, з метою підвищення рівня корпоративного управління в Україні доцільно: перехід до міжнародних стандартів фінансової звітності та Міжнародних стандартів аудиту; введення єдиних принципів корпоративного управління; законодавче закріплення вимог щодо частки незалежних директорів у Наглядовій раді (для середнього бізнесу частка незалежних членів повинна складати 25%, для великого - понад 50%); впровадження єдиної методики регулярного розрахунку і громадської думки індексів корпоративного управління; ініціювання та підтримка, в тому числі фінансової, державою судових позовів з боку акціонерів з питань порушень корпоративного управління.

В аграрній сфері, завдяки процесам приватизації, вже створено велику кількість акціонерних товариств, які потребують особливих підходів до впровадження і використання корпоративного управління.

Узагальнимо особливості практичної реалізації корпоративного управління в акціонерних товариствах з переробки сільгосппродукції.

1. Несистематизована законодавчо - нормативна база, велика кількість локальних нормативних актів унеможливають систематичне реформування аграрного сектора економіки, що призводить до управління переробних підприємств в «ручному режимі».

2. Законодавчо-визначені способи утворення акціонерних товариств обумовлюють специфічний характер принципів корпоративного управління. Вони не можуть реалізувати свої інструменти через певне коло учасників, передбачено розподіл частин власності, усунення від управління дрібних акціонерів, які, по суті, втрачають право керування.

3. Значна частка переробних товариств має змішану форму власності, де роль держави визначається дотаційним фінансуванням і пільгами, що унеможливує забезпечення ділової активності підприємства, «скорочує» функції менеджменту, не сприяє «ринковому виживання».

4. Обмеженість кола акціонерів складом трудових колективів, власне, переробних підприємств, передчасно визначає їх інтереси в напрямку забезпечення постійних соціально-трудова відносин з підприємством, даючи перевагу в концентрації управління менеджерам у власних інтересах, послаблюючи над ними контроль і їх відповідальність.

5. Відсутність фінансових інвесторів в складі акціонерів обмежує надходження фінансового та інвестиційного капіталу для вдосконалення організації виробництва і праці.

6. Спостерігається тяжіння до закритої форми господарювання малих і середніх розмірів, де практично неможливо повністю використовувати механізм корпоративного управління (відсутня наглядова рада як орган управління, який призначений захищати права акціонерів, сприятиме залученню інвестицій, впроваджувати стратегічні інноваційні напрямки з розвитку підприємства), який, в свою чергу, набуває формальні риси.

7. Через нерозвиненість регіонального фондового ринку рідко використовуються фінансові інструменти (облігації, фондові деривативи та т.д.) фінансування діяльності переробних підприємств.

8. Досить часті явища використання окремих елементів корпоративного управління аграрними підприємствами, які не існують у формі акціонерних товариств. Це порушує прозорість діяльності таких формувань, обмежує права зацікавлених осіб, призводить до «тінізації відносин» між ними.

9. Розпорошення акцій, що належать акціонерам-виробникам сільськогосподарської продукції (територіальні перешкоди), обмежує їх право на участь в управлінні, що веде до концентрації управління в руках менеджерів переробних підприємств.

10. Заглиблюються внутрішньокорпоративні конфлікти через відсутність спільних інтересів вертикально-інтегрованих учасників.

11. Протиріччя між інтересами засновників і інвесторами щодо процесу і цілей управління переробними акціонерними товариствами призводить до порушення або обмеження прав акціонерів.

12. Слабкий рівень розкриття фінансової та іншої інформації про діяльність акціонерних товариств з переробки сільгосппродукції, укривання реальних доходів через систему консолідованої фінансової звітності в великих підприємствах, в цілому, знижують рівень корпоративного управління, якщо такий впроваджений в практику господарювання.

13. У практичній діяльності обмежено використовуються корпоративні норми, такі як, моделі, принципи, кодекси, рекомендації щодо найкращої практики, положення, про посаду корпоративного секретаря тощо, це все підсилює нерегульованість механізму корпоративного управління.

14. Низька зацікавленість, власне, самих акціонерів в управлінні товариством, призводить до формальної участі їх в загальних зборах

акціонерів, надає відчуття залежності від дії менеджерів, коли в ефективному корпоративному управлінні така залежність є зворотною.

Таким чином, корпоративні принципи організації аграрного виробництва розвиваються мало успішно на відміну від світової практики. Реальний стан вітчизняної аграрної сфери та економіки в цілому свідчить про віддалені процеси впровадження і використання ефективного корпоративного управління в акціонерних суспільствах з переробки сільгосппродукції. Спостерігається тяжіння до закритих форм, що обмежує «роботу простих акцій», зменшує їх ринковий курс і вартість самих підприємств, не сприяє залученню міжгалузевого переливу капіталу та т.і. самостійно визначаючи принципи своєї організації, вони не звільняються від проблем загального менеджменту, в тому числі, корпоративного управління.

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ В УКРАЇНІ

ГАННА ШПОРТЬКО, к.т.н., доцент

АННА МАКАРЕНКО, магістр

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

Територіальна громада в Україні з її звичаями і традиціями має ознаки глибокої давнини. Дослідник громади в Україні І. Черкаський слушно писав: «... про початок походження цієї установи ми не знаходимо жодних відомостей ні в літописах, ні в писаних законодавчих пам'ятках. З великою ймовірністю можна думати, що сільські громади постали за тих часів, коли слов'янські племена, які заселяли теперішню південно-західну Русь, ще не були об'єднанні в державні спілки під зверхньою владою господарів» [1].

Еволюцію територіальної громади в період Київської Русі

досліджував М. Грушевський. Він простежив процес розвитку територіальної громади, починаючи з родин та родів, і показав, як на певному етапі розвитку родинні зв'язки слабшали і зміцнювалися «мотиви територіальної близькості, сусідства, солідарності територіальної й економічної», як внаслідок поділу родин «рідні осідали побіч себе групами, і пізніше, як розросталися й ділилися ширші родини, на старих займанщинах повставали нові родини, зв'язані спорідненням і творили громаду» [2]. За М. Грушевським, «сільській групі «родів» – дворищ досить близько відповідає громада Руської Правди – «вервь». Вона, з одного боку, не стільки не велика, що може ручити за своїх членів і відповідати за переступ, зчинений на її території, з другого боку – се союз свобідний, її члени самі розпоряджають собою і укладають між собою умови» [2].

«Руська Правда» вже досить конкретно регулювала діяльність верви (територіальної громади). У джерелах знаходять відомості, що «Руська Правда» прямо говорить про «вервь» або має її на увазі у 15 статтях. У них вона виразно значиться як територіальна організація сільського населення з конкретно визначеними функціями. На це передусім указує обширна територія, яку займає вервь, що закріплено в «Руській Правді» [2].

У багатьох статтях «Руська Правда» накладає матеріальну відповідальність за злочини, вчинені на території верви, найперше на конкретну особу – злочинця, а вервь відповідає лише тоді, коли його не знайдено [3]. А те, що відповідальність виражається у матеріальному відшкодуванні у вигляді штрафу, означає, що конкретна особа, член верви, мала економічну самостійність.

М. Владимирський-Буданов, пояснюючи термін «вервь» писав: «... та сама одиниця провінціального поділу як у південних і в північних землях називається верв'ю (корінь слова спільний індоєвропейський *worf*). Тій самій одиниці відповідають і назви «сотня» не тільки в міському, але і в

провінціальному поділі» [2].

Згодом, «вервь – це архаїчний інститут, який в основних руських центрах повинен був зникнути з розвитком феодалських відносин. Замість верви стали оформлятися сільські громади» [1].

Еволюція територіальної громади в Україні тривала століттями. Роль та значення громади завжди були важливими в українському суспільстві.

Наприкінці XIX ст. Іван Франко, розмірковуючи над значенням громад у політичному житті держави, писав: «... коли кожний повіт, кожний край, кожна держава складається з громад – сільських чи міських, то все одно перша і найголовніша задача тих, що управляють державою, краями, повітами, повинна би бути така, щоб добре упорядкувати і мудрим правами якнайліпше забезпечити ту найменшу, але основну одиницю. Бо коли громада зле впорядкована, бідна, темна і сама в собі розлазиться, то очевидно, ще й увесь побудований на ній порядок повітовий, крайовий і державний не може бути тривалий» [3].

Чинна Конституція України та Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» вводять категорію «територіальна громада», під якою розуміють сукупність жителів, об'єднаних постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр. Територіальна громада – це складна форма суспільної організації, сукупність людей (місцевих жителів), які мають право на публічних засадах у межах певної території на реалізацію приватних цілей у публічно-правовій формі [4].

Згідно з Конституцією України місцеве самоврядування здійснюється територіальною громадою. Воно може здійснюватися громадою як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування.

Стаття 142 Конституції встановлює, що матеріальною та фінансовою основою місцевого самоврядування є рухоме й нерухоме майно, доходи місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, які є у власності територіальних громад сіл, селищ, міст, районів у містах, а також об'єкти їхньої спільної власності, котрі перебувають в управлінні районних і обласних рад.

Згідно ст. 143 Конституції:

1) територіальні громади безпосередньо або через утворені ними органи місцевого самоврядування управляють майном, що є в комунальній власності;

2) затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку, контролюють виконання їх, затверджують бюджети відповідних адміністративно-територіальних одиниць і контролюють виконання їх;

3) встановлюють місцеві податки і збори згідно із законом;

4) забезпечують проведення місцевих референдумів та реалізацію їх результатів;

5) утворюють, реорганізують та ліквідують комунальні підприємства, організації й установи, а також здійснюють контроль за їхньою діяльністю;

6) вирішують інші питання місцевого значення, віднесені законом до їхньої компетенції [5].

Територіальна громада є вбудованим стабілізатором соціально-економічного ладу в країні та її соціально-політичного становища.

Список використаних джерел:

1. Черкаський І. Громадський суд на Україні-Русі XVI - XVIII ст.: Праці комісії. – К.. – 1928.

2. Грушевський М. Історія України-Руси: В 11 т.. – К.: Наукова думка. – 1993.

3. Франко І. Що таке громада і чим вона повинна бути? /

I. Франко // Збірка творів: у 50 т.. – К.. – 1985. – Т. 44.

4. Закон України «Про місцеве самоврядування» від 21.05.1997 № 280/97-ВР (Редакція станом на 23.07.2020) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>.

5. Конституція України від 28.06.1996 (Редакція станом на 01.01.2020) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

ЩОДО МЕТОДИКИ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ

Т. ГУЛИК, к.е.н., доцент

В. ЗАБИГАЙ, магістрант

Національна Металургійна Академія України

Теорія обґрунтування ефективності інвестиційних проектів будується на зіставленні інвестицій з грошовими потоками, що генеруються проектом з врахуванням концепції вартості грошей в часі.

У основі процесу управлінських рішень інвестиційного характеру лежать оцінка і порівняння передбачуваних інвестицій і майбутніх грошових надходжень. Оскільки порівнювані показники відносяться до

різних моментів часу, ключовою проблемою – є їх проблема. Відноситися до неї можна по-різному залежно від існуючих об'єктивних і суб'єктивних умов: темпу інфляції, розміру інвестицій і надходжень, що генеруються, горизонту прогнозування, рівня кваліфікації аналітика і тому подібне.

Методи, використані в аналізі інвестиційної діяльності, можна підрозділити на дві групи: а)засновані на дисконтованих оцінках; б)засновані на облікових оцінках. Розглянемо ключові ідеї, що лежать в основі цих методів.

Метод чистої теперішньої вартості.

Цей метод заснований на зіставленні величини початкової інвестиції (IC) загальною сумою дисконтованих чистих грошових надходжень, що генеруються нею протягом прогнозованого терміну. Оскільки приток грошових коштів розподілений в часі, він дисконтується за допомогою коефіцієнта r , що встановлюється аналітиком (інвестором) самостійно виходячи з щорічного відсотка повернення, яке він хоче або може мати на капітал, що інвестується ним.

Допустимо, робиться прогноз, що інвестиція (IC) генеруватиме протягом n років, річні доходи у розмірі P_1, P_2, \dots, P_n . Загальна накопичена величина дисконтованих доходів (PV) і чистий приведений ефект (NPV) відповідно розраховуються по формулах:

$$PV = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k}, \quad (1)$$

$$NPV = \sum_k \frac{P_k}{(1+r)^k} - IC. \quad (2)$$

якщо: $NPV > 0$, то проект слід прийняти;

$NPV < 0$, то проект слід відкинути;

$NPV = 0$, то проект ні прибутковий, ні збитковий.

При прогнозуванні доходів по роках необхідно по можливості враховувати всі види надходжень як виробничого, так і невиробничого характеру, які можуть бути асоційовані даним проектом. Так, якщо після закінчення періоду реалізації проекту планується надходження у вигляді ліквідаційної вартості устаткування або вивільнення частини оборотних коштів, вони мають бути враховані як доходи відповідних періодів.

Необхідно відзначити, що показник NPV відображає прогнозу оцінку зміни економічного потенціалу підприємства у разі ухвалення даного проекту. Цей показник адитивний в тимчасовому аспекті, тобто NPV різних проектів можна підсумовувати. Це дуже важлива властивість, що виділяє цей критерій зі всіх останніх і дозволяє використовувати його як основного при аналізі оптимальності інвестиційного портфеля.

Метод внутрішньої ставки доходу.

Під нормою рентабельності інвестиції (IRR) розуміють значення коефіцієнта дисконтування, при якому NPV проекту дорівнює нулю:

$$IRR = r, \text{ при якому } NPV = f(r) = 0. \quad (3)$$

Сенс розрахунку цього коефіцієнта при аналізі ефективності запланованих інвестицій полягає в наступному: IRR показує максимально допустимий відносний рівень витрат, які можуть бути асоційовані з даним проектом. Наприклад, якщо проект повністю фінансується за рахунок позики комерційного банку, то значення IRR показує верхню межу допустимого рівня банківської ставки, перевищення якої робить проект збитковим.

Економічний сенс цього показника полягає в наступному: підприємство може ухвалювати будь-які рішення інвестиційного характеру, рівень рентабельності яких не нижче поточного значення показника CC (або ціни джерела для даного проекту, якщо він має

цільове джерело). Саме з ним порівнюється показник IRR, розрахований для конкретного проекту, при цьому зв'язок між ними такий.

Якщо:

IRR > CC, то проект слід прийняти;

IRR < CC, то проект слід відхилити;

IRR = CC, то проект ні прибутковий, ні збитковий.

Практичне застосування даного методу ускладнене, якщо у розпорядженні аналітика немає спеціалізованого фінансового калькулятора. В цьому випадку застосовується метод послідовних ітерацій з використанням табульованих значень дисконтуючих множників. Для цього за допомогою таблиць вибираються два значення коефіцієнта дисконтування $r_1 < r_2$ так, щоб в інтервалі (r_1, r_2) функція $NPV=f(r)$ своє значення з "+" на "-" або з "-" на "+". Далі застосовують формулу

$$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} \cdot (r_2 - r_1), \quad (4)$$

де r_1 — значення табульованого коефіцієнту дисконтування, при якому $f(r_1) > 0$ ($f(r_1) < 0$);

r_2 — значення табульованого коефіцієнту дисконтування, при якому $f(r_2) < 0$ ($f(r_2) > 0$).

Точність роз зворотньопропорційна довжині інтервалу (r_1, r_2) , а якнайкраща апроксимація з використанням табульованих значень досягається у разі, коли довжина інтервалу мінімальна (дорівнює 1%), тобто r_1 і r_2 - найближчі один до одного значення коефіцієнта дисконтування, що задовольняють умовам (у разі зміни знаку функції з "+" на "-"):

r_1 — значення табульованого коефіцієнта дисконтування, що мінімізує позитивне значення показника NPV, тобто $f(r_1) = \min_r \{f(r) > 0\}$;

r_2 — значення табульованого коефіцієнта дисконтування, що максимізувало негативне значення показника NPV, тобто $f(r_2) = \max_r \{f(r) < 0\}$.

Шляхом взаємної заміни коефіцієнтів r_1 і r_2 аналогічні умови виписуються для ситуації, коли функція знак з "-" на "+".

Список використаних джерел:

1 Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства.: Навч. пос. – К.: Знання, 2004. – 654 с.

2. Савчук В.П. Оценка эффективности инвестиционных проектов: - Учебное пособие. – Днепропетровск: ГМетАУ, 1998 г.

СУТНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Т. ГУЛИК, к.е.н., доцент

О. ЧУПАХІН, магістрант

Національна Металургійна Академія України

Проведений аналіз наукових публікацій із дослідження проблематики економічного потенціалу підприємства свідчить про значну кількість інтерпретацій та різноманіття змістового навантаження досліджуваної категорії, тому, досліджуючи сутність економічного потенціалу підприємства, доцільно розпочати з аналізу сутності потенціалу.

Становлення теорії потенціалу підприємства відображає складний інтегральний процес її розвитку, що має багаторічну історію, характеризується широким спектром наукових підходів, установлює ідеї різних економічних концепцій, у котрих є спільне та відмінне в сучасних методах та методиках оцінювання потенціалу. Потенціал підприємства

не може бути предметом дослідження тільки однієї теорії потенціалу, існують різноманітні підходи до визначення унікального джерела засобів, запасів, наявних та прихованих, виробничих, ринкових та інших можливостей підприємств з урахуванням зовнішніх і внутрішніх чинників організації сучасного виробництва, що можуть бути приведені в дію [1].

Термін «потенціал» в економічній літературі розуміють неоднозначно. Відповідно до словникових визначень це поняття походить від латинського “potential” – міцність, сила. В етимологічному словнику російської мови відзначається походження слова як запозиченого в XIX ст.. із французької мови, де “potentiel” взято з латинської “potentialis”, похідного “potens” – «здатний», «спроможний», буквально – «здатний бути». З часом значення розширилося до загальнішого тлумачення як «наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення чогось» [2]. У «Великому тлумачному словнику української мови» потенціал розглядається як сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній сфері, галузі, ділянці; запас чого-небудь, резерв; приховані здатності, сили якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов [3]. Отже, це багатозначний термін, який може вживатись в багатьох галузях знань (зокрема економіки) та на різних рівнях (держави, підприємства, окремої людини). В «Економічній енциклопедії» вказується, що потенціал – це наявні в економічного суб'єкта ресурси, їхня оптимальна структура та вміння раціонального використання їх для досягнення поставленої мети. Вказуючи на значення потенціалу на рівні підприємства, американський учений І. Ансофф зазначив, що «потенціал для досягнення цілей організації в майбутньому є одним з кінцевих продуктів стратегічного управління. Стосовно фірми цей потенціал полягає з боку «входу» - у фінансових, сировинних і людських ресурсів, інформації; а з боку «виходу» - виробленої продукції і послуг, випробуваних з точки зору

потенційної прибутковості; з набору правил соціальної поведінки, дотримання яким дозволяє організації постійно добиватися своїх цілей». В етимологічному значенні термін «потенціал» означає «сила», «приховані можливості», джерело сили або можливостей, які можуть бути практично реалізовані в господарській практиці.

У понятті «потенціал» є багато спільного, насамперед слово «можливість». Як зазначено у Великому тлумачному словнику сучасної української мови, можливість – це наявність умов, сприятливих для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь; внутрішні сили, ресурси, здатності [3]. Також спільним є те, що практично в усіх визначеннях ґрунтування відбувається на наявних ресурсах підприємства.

Таким чином, можемо констатувати, що потенціал підприємства – це комплексне відображення наявних та майбутніх можливостей підприємства, що можуть бути максимально використані в господарській діяльності.

Наукова категорія «потенціал» в економіці визначається невиявленими, нерозкритими та не матеріалізованими можливостями. Перетворення можливостей із потенційних на реальні можливо завдяки економічній діяльності.

Категорію «потенціал підприємства» Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов характеризують як сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників середовища бути спрямовані на реалізацію діяльності підприємства, метою якої є задоволення нових потреб суспільства [4].

Такі ресурсні тлумачення не відображають всієї повноти досліджуваної категорії. О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк вважають, що 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 задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси [3].

У дослідженні В.В. Россохи потенціал підприємства – це сукупність наявних у економічного суб'єкта ресурсів і можливостей, що можна використати для досягнення поставленої мети. Можливості підприємства розкриваються через ресурси, їхню оптимальну структуру й уміння раціонально використовувати територіальні особливості, природні умови, традиції, які склалися у виробничих відносинах, безпосередньо впливають на результативні показники виробничої діяльності й у сукупності визначають виробничу і комерційну спроможність суб'єкта господарювання [2].

На думку інших вчених, потенціал підприємства є реальною або ймовірною здатністю виконувати цілеспрямовану роботу [6]. Зокрема, зазначається, що для цілей аналізу потенціал підприємства доцільно поділяти на чотири категорії: базовий (забезпечує підприємству можливість досягти основних комерційних цілей, створити економічні цінності й одержати прибутки; пов'язаний з конкурентними перевагами підприємства); прихований (активи, що не є перевагою на сучасному етапі, але в перспективі можуть трансформуватись у базові кошти: кадровий потенціал, накопичений досвід роботи в певній сфері бізнесу); збитковий потенціал (характеризується нераціональними структурою управління, виробничим процесом, технологією, що зумовлює неефективне використання ресурсів підприємства); пересічний потенціал (наявність у підприємства активів, що забезпечують ефективне використання інших потенціалів).

Спираючись на сучасні наукові погляди щодо природи виникнення та існування підприємств, все більше значення організаційного розвитку як пріоритетного чинника у досягненні успіху і забезпеченні життєздатності в ринковому середовищі, потенціал підприємства

розглядають як можливості системи його ресурсів, здатностей і компетенцій створювати цінність для зацікавлених сторін [1]. Поняття “здатності” та “компетенції” етимологічно походять від “можливості”. Можливості полягають в змозі здійснити певну дію або послідовність дій. Здатності проявляються у властивостях ресурсів інтегровано виконувати завдання або дію, обумовлюють їх використання. Компетенції трактуються як сукупність навичок, досвіду, накопичених знань у певній галузі діяльності, мають характер виявлених здатностей. Втілення можливостей відбувається через створення підприємством цінностей, які є універсальною характеристикою виконання основних поставлених завдань. Цінності, які створюються, конкретизуються у результатах, а саме у набутих підприємством вигодах. Однак потенціал характеризується і наявними ресурсами, а не тільки можливостями їх системи.

Підсумуємо: в усіх трактуваннях потенціалу підприємства його сутність нерозривно пов'язана з ресурсами та можливостями. Втілення підприємством можливостей у дійсність з використанням ресурсів перетворюється на набуття економічних вигод.

Дослідження потенціалу підприємства як складного економічного явища неможливе без вивчення його внутрішньої будови. Важливе значення має його елементний склад та характер зв'язків між його елементами. Для характеристики внутрішньої будови, відображення певного взаємозв'язку складових частин цілого використовується поняття структури, тому майже кожне дослідження потенціалу підприємства торкається його структуризації.

Підприємства різних галузей та масштабів діяльності матимуть різну структуру потенціалу. Однак гіпотетично існує певна сукупність взаємопов'язаних базових елементів і відсутність будь-якого з них унеможлиблює діяльність підприємства як економічного суб'єкта [2].

Базова структура потенціалу для усіх видів однакова, і залежить від рівня втілення (наявний потенціал та потенціал розвитку), рівня використання (реалізований та нереалізований) та доцільності існування невикористовуваного потенціалу (резерв та надлишок). Така структура єдина і властива різним видам потенціалу [4].

Список використаних джерел:

1. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства. І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна; навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
2. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблодська, О.О.Решетняк; навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
3. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера // За ред.. Р.Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, ТзОВ «Книгодрук», 2000. – 704с.
4. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: монографія / за аг. ред.. д-ра екон. наук, проф.. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2010. – 390с.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

РОЛЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

С. БОЛІЛА, к.с.-г.н., доцент

**ДВНЗ « Херсонський державний аграрний університет»,
м. Херсон**

Хотілося б зазначити, що у 21-му сторіччі в умовах громадянського суспільства освіта і наука є пріоритетними галузями кожної держави, це засвідчують зміни, що мають загальноцивілізаційний характер. Перехід від індустріального виробництва до науково-інформаційних технологій, який здійснюють найбільш розвинені держави, є головною передумовою їх успіху, запорукою їх конкурентоспроможності в сучасному і майбутньому світі. В умовах становлення гуманістично-ноосферної постіндустріальної цивілізації нашій країні треба спиратися саме на стратегію інноваційного прориву, що може забезпечити високі темпи зростання та соціального розвитку суспільства. Слід враховувати що за цієї стратегії усе залежить від рівня розвитку особистості, її самодостатності, інтелектуалізації нації, вміння кожної людини працювати по-новому, її здатності до інсайту, до генерування нових ідей. І одне з важливих завдань освіти це залучення молоді до науки, інноваційної діяльності, розвиток творчих здібностей студентства. А якщо згадати П. Друкера, то він виокремлював сім сфер аналізу, які є джерелами інноваційних ідей, серед яких він особливо відзначав: нові

знання, здобуті науковим і практичним шляхом. Таким чином, отримуючи нові знання, аналізуючи певні явища, здобувачі вищої освіти розвивають творчі здібності, мають можливість залучитися до інноваційної та наукової діяльності. І сприяти цим процесам на сьогодні можуть заклади вищої освіти, як своєрідна ланка, що поєднає між собою науку і виробництво та створить можливості для розвитку регіонів та забезпечить робочі місця для молоді.

До формування цієї систем можна підійти з позиції кластерного підходу. Як вважають фахівці, кластери є своєрідним комплексом підприємств, дослідницьких центрів, наукових установ, освітніх закладів, органів державного управління, профспілок, громадських організацій тощо, пов'язаних технологічним ланцюжком, такими що доповнюють один одного, здатні забезпечити регіону значні переваги та можливості [1-3]. Очевидною перевагою є можливість для бізнесу, влади та навчально-освітніх закладів спільно працювати над зміцненням економіки для промислового та аграрного розвитку регіону. Враховуючи важливість сучасного університету, як своєрідного наукового центру, для активізації інноваційних процесів, досить актуальним на сьогодні є дослідження його ролі для формування та впровадження кластерної моделі регіонального розвитку, в тому числі і аграрного сектору економіки.

Зарубіжний і вітчизняний досвід свідчить, що співробітництво підприємств регіонального аграрного сектору в межах кластерів сприяє появі потужного локального синергетичного ефекту від ефективної взаємодії в трикутнику «держава-наука-бізнес», завдяки чому інноваційний проект від ідеї до реалізації проходить за максимально короткий проміжок часу. В той же час створення й розвиток кластерів стримують: низький рівень узгодженості дій різних ланок агропромислового виробництва; недостатня розвиненість територіальних кооперативних структур; занадто тривале виконання,

недовиконання, а то й невиконання окремих пунктів, розділів планів і програм різного рівня щодо соціально - економічного розвитку територій.

Практика розв'язання даних проблем бачиться у впровадженні нових виробничих систем на регіональному рівні. Особливо важливим в даному напрямку є формування ринку праці, нових робочих місць у регіонах.

На думку науковців, для створення кластеру необхідні такі умови: ініціатива, інновація, інформація, інтеграція, інтерес. Як показала світова практика, в якості інноваційних центрів до кластерних утворень можуть залучатися університети або групи науково-дослідних установ. Так, наприклад, для розвитку аграрного сектору економіки регіону активним прихильником створення агропромислового кластеру може виступити аграрний університет, якщо він має достатній для інноваційного центру потенціал, щоб здійснювати наукове забезпечення функціонування кластеру. Кластерний підхід забезпечить ряд переваг для економіки регіону, а саме: завдяки залученню до виробництва підприємств різної величини та різних форм власності вдасться досягти поєднання спеціалізації виробництва, з одного боку, та гнучкості цього процесу - з іншого; кластери дозволять нарощувати обсяги виробництва і надання послуг, завдяки цьому використати ефект «кривої досвіду» та зменшити витрати на виготовлення одиниці продукції та надання послуг; кластерна організація виробництва забезпечить ширше використання інноваційних технологій; взаємодія підприємств у межах кластерів дозволить посилювати процеси спеціалізації і розподілу праці, розширювати між фірмові потоки ідей та використовувати інноваційний потенціал більшої кількості працівників; розширення обсягів діяльності дозволить створювати нові робочі місця та посилювати соціальну відповідальність бізнесу; спрямованість багатьох підприємств на виробництво одного виду продукту (наприклад, для аграрного сектору - сільськогосподарської продукції) та фокусування на певних видах послуг

(наприклад, рекреаційних) дозволить ефективніше використовувати місцеві природні ресурси регіону.

Територіальні науково-освітні інноваційні кластери у своїй основі повинні стати стабільними системами підготовки та перепідготовки фахівців, поширення нових знань, технології, продукції, стати ефективною інноваційно-технологічною мережею, що формує і використовує спільну науково-освітню та виробничу базу.

Робота з розробки програми кластерної політики регіону передбачає:

- виявлення й моніторинг ситуації в процесі формування кластерів на територіальному рівні, зокрема виявлення оптимальної структури кластера, територіальної локалізації його окремих ланок, здійснення аналітичних досліджень перспектив розвитку кластера, його конкурентності на зовнішніх ринках, оцінка впливу кластера на соціальну сферу;

- формування комунікаційних площадок для потенційних учасників територіальних кластерів, у тому числі за рахунок їх інтеграції в процесі розробки й обговорення стратегій регіонального розвитку, запозичення досвіду формування кластерної політики інших регіонів;

- сприяння консолідації учасників кластера (зокрема через асоціативні форми), реалізація програм сприяння виходу підприємств кластера на зовнішні ринки, проведення спільних маркетингових досліджень та рекламних заходів, реалізація освітньої політики, погодженої з основними представниками майбутнього кластера, забезпечення можливості комунікації й кооперації підприємств й освітніх установ;

- створення інституціонального середовища й інформаційно-комунікаційної інфраструктури для розвитку територіальних виробничих кластерів.

Формування кластерів має здійснюватися на основі об'єктивних конкурентних переваг регіону з врахуванням їхніх можливих змін у перспективі.

Для реалізації впровадження кластерної моделі розвитку регіону необхідно отримати відповідну підтримку з боку місцевої влади, яка включає такі заходи :

- прийняття на рівні місцевої влади науково обґрунтованого рішення щодо загальних напрямків діяльності створюваних кластерів;
- відбір суб'єктів кластеру (громадських, наукових, освітніх та бізнес-структур) за певними критеріями; контроль за виконанням рішень місцевих органів державної влади;
- залучення всіх учасників кластеру до прийняття програм їх діяльності та прийняття управлінських рішень;
- координація діяльності усіх учасників кластеру.

Таким чином, впровадження кластерних мереж за участю закладів вищої освіти, як наукових інноваційних центрів, у сферу аграрного сектору регіону дозволить вирішити економічні й соціальні проблеми територіального розвитку, буде сприяти раціональному використанню ресурсів та забезпечить економічне зростання в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Васильєва Н.К. Математичні моделі інноваційного розвитку в аграрній економіці: [монографія]. Дніпропетровськ: РВВ ДДПУ, 2007. 348 с.
2. Войтаренко В.М. Концепція кластеру як шлях до відродження виробництва на регіональному рівні. *Економіст*. 2000. №1.С. 29-31.
3. Чужиков В. Кластери як об'єкт державного регулювання. *Вісник УПДУ*. 2001.№4.С.160-167.

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА МЕНЕДЖМЕНТУ

ІРИНА ОНОЙЧЕНКО, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Ткаченко В.П., к.е.н., доцент

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

В умовах сучасних змін і розвитку, які відбуваються в освітній галузі, освіта в Україні потребує негайної модернізації, підвищення якості освіти та конкурентоспроможності і відповідності сучасним світовим стандартам. В реаліях сьогодення ринкової економіки конкуренція на ринку освітніх послуг є досить жорсткою.

Питання формування іміджу закладів загальної освіти стає все більш актуальним для кожного освітнього закладу будь-якої форми власності. Через конкуренцію заклади освіти повинні постійно доводити не лише свою життєздатність, а й переваги перед іншими. Практика показує, що багато закладів освіти ще не володіють механізмами та методами формування іміджу та його підтримки. Перед керівником навчального закладу та його колективом постає завдання – як вигідно представити свій освітній заклад серед різноманіття інших закладів освіти, яким чином запропонувати споживачу свої освітні послуги, щоб останній в свою чергу обрав саме його навчальний заклад, як визначити аргументовану ціну на освітні послуги та інше.

Створення позитивного іміджу освітнього закладу підвищує ефективність його діяльності, дає можливість якнайповніше задовольнити потреби споживачів освітніх послуг, якими передусім є батьки здобувачів освіти і самі здобувачі освіти. Кожен батько хоче обрати найкращий освітній заклад і згодом не розчаруватись у своєму виборі. Саме тому існує безліч думок і оцінок, які допомагають взяти

потрібний орієнтир на успіх, адже від того яка думка скластися у кількох людей про той чи інший заклад і залежить його репутація

Сьогодні на перший план виходить імідж успішного навчального закладу, який забезпечує якість освітніх послуг. Позитивний імідж не з'являється сам по собі, а формується протягом всього терміну існування навчального закладу. Позитивний імідж-образ є дуже важливим для розвитку закладу, тому не варто процес його формування пускати на самотік. Повинна бути розроблена стратегія цілеспрямованих дій, спрямованих на формування позитивного іміджу навчального закладу. Для того, щоб цей процес не зайшов в глухий кут, не став приреченим на провал, важливо знати всі складові елементи іміджу, їх взаємозв'язок і взаємовплив [4].

Формування іміджу навчальної установи – це процес, під час якого створюють певний запланований образ на підставі наявних ресурсів [4]. Метою іміджу є підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, встановлення та розширення партнерських зв'язків. Ефективність роботи навчального закладу мають, у першу чергу, визначати здобувачі, батьки, а потім уже ті надструктури, які керують цим навчальним закладом. Школа має перетворитися на заклад, у якому головною турботою всіх буде особистість дитини, її самопочуття та становище.

Необхідність формування іміджу освітнього закладу визначає його успіх в цілому, а також може розглядатися як важливий сучасний компонент методичного забезпечення закладу і як додатковий ресурс управління, наступними причинами:

- конкуренція серед освітніх організацій однієї території в боротьбі за набір вихованців і збереження контингенту;
- позитивний імідж полегшує доступ освітньої організації до кращих ресурсів: фінансових, інформаційних, людських;

– освітня організація зі сформованим позитивним іміджем при інших рівних умовах стає більш привабливою для педагогічних кадрів, так як постає здатною більшою мірою забезпечити стабільність і соціальний захист, задоволеність працею і професійний розвиток;

– стійкий позитивний імідж дає ефект придбання освітньою організацією певної сили – в тому сенсі, що створює запас довіри до всього, що відбувається в стінах установи, у тому числі до інноваційних процесів [1].

Підтримати конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг неможливо без інноваційних змін.

Для підтримки стійкого позитивного іміджу закладу необхідно використовувати PR – технології, які є невід’ємною його частиною. Реклама закладу сьогодні — це його друге "обличчя", тільки віртуальне. Від ефективного позиціонування закладу впевною мірою залежить його успішність та популярність.

Список використаних джерел:

1. Баєва, О. В. Основи менеджменту. Практикум: Навч. посіб. / О. В. Баєва, Н. І. Новальська, Л. О. Згалат-Лозинська. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 524 с.

2. Ващенко, Л. М. Управління інноваційними процесами в загальній середній освіті регіону: Монографія / Л. М. Ващенко. – К. : ВПЦ «Тираж», 2005. – 380 с.

3. Грабовська, С. Створення позитивного іміджу навчального закладу засобами комунікативного менеджменту / С. Грабовська // Освіта України 2003. – 26 лип. – № 14-15. – С. 3-4.

4. Живаєва, Т. Імідж освітнього закладу та особистість керівника / Т. Житарєва // Гуманітарні науки. – 2003. – № 3.т – С. 18-19.

МОНІТОРИНГ ЯКОСТІ ЗНАНЬ УЧНІВ

ВІКТОРІЯ ОРЛАТА, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Миронова Р.М., к.е.н., доцент

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

Ефективним інструментом управління якістю освіти і педагогічного процесу має стати моніторинг, який покликаний забезпечувати інформаційно-технологічний супровід освітньої діяльності будь-якого навчально-виховного закладу, науковий аналіз освітніх тенденцій, закономірностей системи заходів державного, суспільного психолого-педагогічного, кваліметричного та організаційно-управлінського характеру, спрямованих на формування позитивних установок, впровадження освітніх державних стандартів, діагностико-аналітичного супроводу всіх управлінських рішень, створення системи моніторингу педагогічного процесу та ефективності управління школою, застосування єдиної методології, об'єктивних і відповідних засобів оцінювання різноманітних аспектів педагогічного процесу та підвищення ефективності управління цим процесом.

Головна сфера застосування результатів моніторингу - управління, а воно спрямоване на підвищення ефективності керованої системи. У зв'язку з цим вироблення рекомендацій за результатами моніторингу - найважливіший етап його здійснення.

Рівень якості освіти визначається за результатами двох взаємопов'язаних процесів - діагностики і моніторингу.

Педагогічний моніторинг ми визначаємо як структуру, що складається з збору, зберігання, обробки і поширення інформації про роботу і розвиток освітньої організації (або її структур), що дозволяє безперервно спостерігати за її станом, оцінку ефективності досягнення поставленої мети і прогнозування її розвитку.

Взагалі кажучи, здійснення моніторингових досліджень передбачає проходження п'яти послідовних етапів:

1) визначення цілей, підготовка плану проведення автор дослідження;

- постановка мети моніторингу;
- виділення об'єкта моніторингу, його аналіз і класифікація;
- визначення форми та обсягу моніторингу, часу на його розробку і реалізацію;
- вказівка можливих споживачів інформації;
- визначення рішень, які можуть бути прийняті на основі отриманої інформації.

2) розробка інструментарію;

Інструментарій повинен давати можливість збору необхідної інформації відповідно до оптимально виробленими критеріями ефективності досліджуваної освітньої системи. Для кожного критерію передбачається вироблення системи показників, що характеризують наявність і рівень розвитку даного критерію.

Загальні вимоги до показників полягають у наступному:

- максимальна широта охоплення поля можливих проблем, результатів;
- можливість використання в практиці управління;
- простота і надійність визначення.

Критерії ефективності діяльності освітньої установи:

- ефективність і дієвість внутрішкільного управління;
- ефективність і дієвість інноваційної роботи;
- стан і продуктивність методичної роботи;
- стан і дієвість якості викладання;
- стан роботи з батьками;
- рівень вихованості учнів;
- стан здоров'я і фізичного розвитку учнів;

- стан відвідуваності учнями навчальних занять;
- взаємодія з зовнішнім середовищем;
- рівень розвитку учнів, успішність, якість знань.

Для оцінки рівня розвитку кожного критерію необхідна розробка показників, що характеризують його наявність. Показники ляжуть в основу інструментарію, що дозволяє відстежувати розвиток даного критерію, тобто здійснювати його моніторинг.

Можливі показники виконання перевірочних робіт учнями в ході моніторингу якості навчання:

- відсоток учнів, впоралися з роботою («виконав роботу», «пройшов тест»);
- середній відсоток вірного виконання всіх завдань роботи або групи завдань, виділених за певною ознакою (наприклад, завдань по деякому розділу, теми);
- ряд розподілу учнів по числу вірних відповідей на всі завдання роботи або на групу завдань;
- середнє число вірних відповідей на всі завдання роботи або на деяку групу завдань;
- ряд розподілу учнів по числу вірних відповідей на всі завдання роботи або на групу завдань в залежності від стану чинників;
- відсоток вірного виконання кожного завдання;
- відсоток відсутності відповіді на завдання і відсотки вибору кожного з невірних відповідей, запропонованих до нього).

3) збір інформації;

4) обробка та аналіз отриманих результатів;

5) написання звіту і рекомендацій.

В умовах розвитку інформаційних технологій, а значить і необхідністю інформатизації освітнього процесу постає питання про те, що традиційні методи проведення моніторингу якості освіти в школі необхідно використовувати із застосуванням інформаційних засобів.

Нинішній рівень розвитку інформаційних технологій дозволяє провести моніторинг на будь-якому етапі освітнього процесу, із застосуванням різних інформаційних засобів, швидко, якісно, наочно і з миттєвою обробкою результатів і відображення їх у вигляді графіків, схем, діаграм або таблиць.

При проведенні моніторингу необхідно врахувати, що його підсумки дозволяють побудувати роботу в освітній установі з урахуванням особистісних якостей учнів і всебічного розвитку дитини.

Моніторинг якості освітнього процесу в школі є одним з основних факторів підвищення ефективності цього процесу. В умовах забезпечення індивідуального підходу до кожного учня дуже важливо коректно провести якісний і кількісний аналіз їх знань і умінь. Такий аналіз є складною багатофакторною залежністю з великим числом змінних.

Проведення такого аналізу часто вимагає великих витрат сил і часу на проведення статистичних розрахунків. Оцінювання якості навчання з використанням комп'ютерних технологій дозволяє значно скоротити час і трудовитрати аналізу і підвищує інформативність результатів.

Дані про якість навчання зручно накопичувати і обробляти стандартними комп'ютерними засобами. На етапі апробації і накопичення даних можна використати електронні таблиці Microsoft Excel. Вони доступні навіть починаючим користувачам, мають потужні засоби обробки і візуального представлення інформації. Використання комп'ютера дає також можливість всебічної діагностики та оцінки діяльності вчителя, що дозволяє планувати надання йому допомоги по підвищенню професійної майстерності.

Крім використання можливостей офісних програм в моніторингу якості освітнього процесу можуть бути використані спеціалізовані програмні комплекси, призначені для вирішення широкого кола завдань.

УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

ДАР'Я ПРОКОПЕНКО, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Ткаченко В.П., к.е.н., доцент

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

Докорінні політичні, економічні та соціальні зміни в Україні істотно вплинули на всі сфери життя суспільства, зокрема і на освіту.

Вимога сьогодення – реформування освіти всіх ланок на засадах гуманізації та демократизації, приведення її у відповідність до потреб часу, вимог суспільства та його інтересів; перехід до інтенсивної технології управління, раціонального використання нових економічних, соціальних та організаційних факторів, створення необхідних умов для реалізації здібностей кожного члена колективу з урахуванням його нахилів, підготовки та індивідуальних особливостей [5, с.10].

В останні роки система управління навчальними закладами зазнає значних труднощів, оскільки виникає проблема діяти в нових економічних та соціокультурних умовах. Вирішення стратегічних освітніх завдань, визначених у Законах України «Про освіту», «Про повну загальну середню освіту» та інших нормативно-правових документах, залежать, у першу чергу, від якісного управління, що здійснюється в начальних виховних закладах, компетентності та здібності їх керівників, а також від оволодіння ними змістом, методами і формами ефективного управління [1, с.15].

Управління – це цілеспрямована дія на об'єкт з метою змінити його стан або поведінку у зв'язку зі зміною обставин.

Американські вчені визначають поняття управління як «працю іншими руками», – управляти – це робити що-небудь руками інших.

Управління можна визначити як процес досягнення визначених цілей шляхом використання праці людей. Його складовими є:

організація, керівництво, мистецтво спілкування з людьми, здатність ставити цілі й знаходити засоби для їх досягнення [2, с.18].

Особливою галуззю управління є управління в освіті, яке має свою специфіку та притаманні тільки йому закономірності. Ця специфіка полягає в особливостях предмету, продукту, знарядь та результатів праці менеджера освіти.

Управління в освіті – це комплекс принципів, методів, організаційних форм та технологічних прийомів управління освітнім процесом, спрямований на підвищення його ефективності [3, с.20].

Освітній заклад – це організація, що на постійній і безперервній основі здійснює освітній процес з метою навчання, виховання, розвитку і самовдосконалення особистості [5, с.165].

Структура управління освітнім закладом обумовлена його структурою. Так у організаційній структурі загальноосвітнього закладу виділяються три рівні: директор, заступники директора, керівники методичних об'єднань, психологи, соціальні педагоги, організатори виховної роботи [7, с.139].

На даний час досить ефективною в Україні є модель особистісно-орієнтованого управління, за якою освітній заклад розглядається як системна цілісність. Системне управління навчальним закладом полягає у розумінні організації як єдиного цілого. Управляти потрібно одночасно всією структурою. Делегування керівником своїх повноважень; участь підлеглих в ухваленні рішень, коли кожен відчуває, що має пряме відношення до управління навчальним закладом; інформованість підлеглих – є важливою складовою роботи системи. Нині в умовах реформування освіти для керівника навчальним закладом важливо зуміти спланувати, системно вибудувати управлінську діяльність. Для цього керівник навчального закладу повинен знати, чого хочуть учні, вчителі, батьки й, зрештою, суспільство [4, с.47].

Безпосереднє управління закладом освіти як державною установою здійснює її директор, який призначається на посаду органом державного управління. Робота керівника будь-якого колективу складна і відповідальна, у директора школи – особлива місія. Сьогодні він покликаний поєднувати в одній особі вчителя, методиста, державного інспектора, господарника, організатора освітнього процесу, чуйного й уважного наставника дитячого і дорослого колективу. Це вимагає не тільки всебічних знань, досконалого володіння наукою управління, але й високої професійної культури, справжньої самовідданості і безмежної відповідальності за доручену справу.

Особливість управлінської діяльності керівника освітнього закладу на сучасному етапі визначається сукупністю традиційних та появою нових керівних функцій. До традиційних функцій його управлінської діяльності належать прийняття рішення, організація їх втілення, коригування роботи, облік і контроль, які тепер залишаються основними. Завдяки новим функціям оновлюється зміст освітньої діяльності (упровадження державних стандартів освіти, концепції виховання, профілізації та індивідуалізації освітнього процесу, авторських навчальних програм, підручників, посібників, виховних систем), відбувається впровадження нових освітніх технологій (розвиваюче, модульне, диференційоване навчання, використання методів проектування та моделювання, життєтворчості особистості); удосконалюються форми й методи навчання та виховання (діалогові форми спілкування, лекційні, семінарські заняття, навчальні модулі тощо); трансформуються методи контролю знань і вмінь учнів (запроваджуються індикатори розвитку учнів, рейтингові системи оцінювання); модернізуються зміст, форми й методи управління закладами й установами освіти (підвищується значущість менеджерської функції управління інноваційним процесом, створюються багатоваріантні

моделі управління); з'являються авторські моделі закладів освіти (ліцеї, гімназії, коледжі тощо) [6, с.115].

Освітній заклад як об'єкт управління є складною відкритою соціально-педагогічною системою, яка регулює свою діяльність із зовнішнім середовищем. На підставі його аналізу визначає мету свого існування. Фактори цілей і результатів є системоутворюючими факторами педагогічної системи що допомагає сконцентрувати увагу керівників загальноосвітнього навчального закладу, учителів, учнів на визначення цілей і способів досягнення результату, на створення умов належного функціонування педагогічного процесу, відбір змісту і використання різноманітних форм, методів і засобів навчально-виховної роботи.

Таким чином, управління є тією рушійною силою, яка націлена на активізацію людини через створення оптимальних умов для прояву та розвитку її творчого потенціалу. Тому керівникам закладів освіти слід орієнтуватися в різноманітності сучасних управлінських ідей, вивчати й успішно застосовувати досягнення науки та перспективного педагогічного досвіду, організовувати діяльність так, щоб найкраще було розкрито потенціал кожного працівника, що у свою чергу призведе до якісного надання освітніх послуг.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про освіту» (Редакція від 28.09.2017 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1060-12>
2. В. Андрущенко. – Вища освіта України 2011.– № 3.– С. 5-8 .–
Бібліогр.: 3 назв.
3. Андрущенко Т. Філософія освіти: навч. посіб. / Т. Андрущенко, В. Бех, Ю. Бех, М. Бойченко, В. Гайдено, М. Култаєва, С. Клепко, І. Степаненко. — К.: НПУ ім. М.П.Драгоманова, 2009. — 329 с.

4. Бебик В. М. Менеджмент освіти глобального суспільства / В. М. Бебик. – Глобалізація і Болонський процес: проблеми і технології: кол. моногр. – К.: МАУП, 2005. – 248 с.
5. Бондар В. І. Управлінський аспект плану роботи школи / В.І.Бондар. – Підручник для директора. – 2006. - №1. – С. 4 - 6.
6. Лунячек В. Е. Педагогічний менеджмент : навчальний посібник / В. Е. Лунячек. – 2-е вид., випр. – Х. : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2015. – 512 с.
7. Хриков Є. М. Управління навчальним закладом: навч. посіб./ Є. М. Хриков — К.: Знання, 2006. — 365 с.

ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

УЛЬЯНА ПУХОВА, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Павлов Д.М., д.політ.н., професор

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

Основним інвестором освіти на сьогодні є держава, а також юридичні та фізичні особи. Диверсифікація джерел фінансування зазначеної сфери розширила доступ громадян до освіти, зменшила навантаження на державний бюджет, сприяла забезпеченню освіти фінансовими, матеріальними, людськими ресурсами.

Заклади загальної середньої освіти провадять фінансово-господарську діяльність відповідно до Бюджетного кодексу України, Закону України «Про освіту», Закону України «Про повну загальну середню освіту» та інших нормативно-правових актів.

Фінансова автономія закладів загальної середньої освіти в частині використання бюджетних коштів передбачає самостійне здійснення витрат у межах затверджених кошторисами обсягів, зокрема на:

- формування структури закладу загальної середньої освіти та його штатного розпису;
- оплату праці працівників, встановлення доплат, надбавок, винагороди, виплату матеріальної допомоги та допомоги на оздоровлення, преміювання, інших видів стимулювання та відзначення працівників;
- оплату поточних ремонтних робіт приміщень і споруд закладів загальної середньої освіти;
- оплату підвищення кваліфікації педагогічних та інших працівників;
- укладення відповідно до законодавства цивільно-правових угод (господарських договорів) для забезпечення діяльності закладу освіти.

Фінансування закладів загальної середньої освіти здійснюється з державного та місцевих бюджетів відповідно до Бюджетного кодексу України.

Іншими джерелами фінансування закладів загальної середньої освіти можуть бути:

- доходи від надання платних освітніх та інших послуг;
- благодійна допомога відповідно до законодавства про благодійну діяльність та благодійні організації;
- гранти;
- інші джерела фінансування, не заборонені законодавством.

Отримані із зазначених джерел кошти використовуються закладами загальної середньої освіти відповідно до затвердженого кошторису.

Одержання закладом загальної середньої освіти власних надходжень не є підставою для зменшення обсягу його бюджетного фінансування.

Отримані закладом загальної середньої освіти кошти повинні бути використані відповідно до його установчих документів, зокрема для організації та забезпечення його діяльності, та не можуть бути вилучені в

дохід державного або місцевих бюджетів, крім випадків, передбачених законом.

Фінансово-господарська діяльність закладу загальної середньої освіти здійснюється на основі кошторису, що затверджується засновником з урахуванням пропозицій закладу загальної середньої освіти.

Державні, комунальні заклади загальної середньої освіти можуть надавати платні освітні та інші послуги, перелік яких затверджує Кабінет Міністрів України. Керівник державного, комунального закладу загальної середньої освіти визначає перелік платних освітніх та інших послуг, що надаються закладом освіти, із зазначенням часу, місця, способу та порядку надання кожної з послуг, їх вартості та особи, відповідальної за їх надання.

Державні, комунальні заклади загальної середньої освіти не можуть надавати (повністю чи частково) платні освітні послуги для досягнення їх учнями результатів навчання (компетентностей), визначених державними стандартами.

У державних і комунальних закладах освіти під час освітнього процесу, що забезпечує досягнення результатів навчання, передбачених освітньою програмою закладу освіти, не можуть проводитися платні заходи чи надаватися платні послуги.

Учні та їхні батьки можуть отримувати в закладі загальної середньої освіти платні освітні та інші послуги виключно на добровільних засадах.

Для забезпечення розвитку системи освіти в Україні повинна бути створена прозора система розподілу бюджетних коштів на фінансування, контроль за їх використанням. Система освіти України потребує подальшого вдосконалення та реформування. Реального поліпшення її стану можна досягти лише на засадах комплексного підходу до вирішення проблем фінансового, соціального та іншого характеру.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про повну загальну середню освіту»
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/463-20>.

2. Закон України «Про освіту»
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

ЯНА РЕПЕТА, студентка гр. студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Івашов М.Ф., к.е.н., професор

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

В сучасному інформаційному просторі, в потоці щоденної невичерпної різноманітної інформації, серед безлічі наукових праць і досліджень, неможливо знайти єдиного визначення поняття інформаційне забезпечення.

«Хто володіє інформацією, той володіє світом» – сьогодні це одна з найпоширеніших фраз. Інформація є фундаментальною основою та загальною властивістю Всесвіту. Вона існує незалежно від нас у просторі й часі [1].

У державному стандарті України, інформацію (для процесу оброблення даних) визначено, як будь-які знання про предмети, факти, поняття і т. ін. проблемної сфери, якими обмінюються користувачі системи оброблення даних [2].

Базуючись на загальному підході, в залежності від сфери діяльності, поняття інформації трактують по-різному. Інформація – це:

- будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді;

- відомості, подані у вигляді сигналів, знаків, звуків, рухомих або нерухомих зображень чи в інший спосіб;
- знання, що розглядаються в аспекті комунікації;
- відомості про суб'єкти, об'єкти, явища та процеси.
- повідомлення, які знімають невизначеність, що існувала до їх надходження, і є об'єктом зберігання, пересилання та перетворення;
- повідомлення, яке використовують для подання інформації в процесі комунікації для підвищення рівня знань;
- відомості, які сприймаються людиною і (або) спеціальними пристроями як віддзеркалення фактів матеріального або духовного світу в процесі комунікації [3].

За змістом інформацію поділяють на:

- інформація про фізичну особу;
- інформація довідково-енциклопедичного характеру;
- інформація про стан довкілля (екологічна інформація);
- інформація про товар (роботу, послугу);
- науково-технічна інформація;
- податкова інформація;
- правова інформація;
- статистична інформація;
- соціологічна інформація [4].

Інформаційний продукт (продукція) – документована інформація, яка підготовлена і призначена для задоволення потреб користувачів.

Інформаційний ресурс – сукупність документів у інформаційних системах (бібліотеках, архівах, банках даних тощо) [5].

Отже, інформаційне забезпечення являє собою систему, яка поєднує концептуальні погляди на інформацію, зміст інформаційних продуктів і ресурсів, доступність інформаційних джерел, технології здійснення і регулювання інформаційних процесів, що в цілому задовольняють інформаційні потреби споживача. Інформаційне

забезпечення освітньої установи являє собою цілісну технологічну навчальну систему, що забезпечує інтеграцію технічного, дидактичного, користувального та інформаційно-освітнього середовищ, які створюють умови для виконання послідовності спільних дій суб'єктів навчання в умовах інформатизації освіти, орієнтованих на досягнення проєктованих результатів професійної підготовки.

Управління інформаційним забезпеченням навчальних закладів – це комплексний процес, який передбачає розв'язання проблеми, яка потребує одночасного вирішення наступних завдань:

- оснащення закладів освіти необхідною комп'ютерною та цифровою технікою з відповідним програмним забезпеченням (процес комп'ютеризації);
- доступність освітніх установ до швидкісної Інтернет – мережі з безперервним Інтернет зв'язком;
- підвищення рівня професійної майстерності і фахової підготовки вчителів у галузі використання інформаційних технологій та медіаосвіти.

Управління інформаційним забезпеченням якісно впливає на діяльність як керівника закладу освіти, так і всіх учасників навчально-виховного процесу. Комплексне управління інформаційним забезпеченням освітніх установ, дозволяє керівнику навчального закладу, якісно виконувати свої управлінські функції:

- управління системою навчання учнів на засадах компетентнісного підходу;
- управління системою виховної роботи на засадах національної патріотичного виховання;
- управління системою розвитку творчого потенціалу учнів на засадах особистісного підходу;
- управління системою роботи адміністративно-управлінської ланки та колективу закладу освіти;

- управління системою розвитку професіоналізму педагогічних працівників, організаційною культурою освітньої установи;
- управління системою фінансово-господарської діяльності навчального закладу;
- управління системою волонтерської та суспільно - громадської діяльності.

Таким чином, рівень професіональної майстерності керівника в управлінні інформаційним забезпеченням освітнього закладу, впливає на поповнення та оновлення матеріально-технічного оснащення школи, створення та забезпечення функціонування сучасного освітнього простору відповідно до вимог сьогодення, формує позитивний імідж закладу освіти.

Список використаних джерел:

1. Журнал «Рідна школа» №8-9 (серпень – вересень)2012, Ірина Доброскок, «Інформаційне забезпечення освітнього середовища майбутніх соціальних педагогів як засіб активізації й інтенсифікації управління навчальним процесом у ВНЗ», с.37-40
2. Закон України «Про Національну програму інформатизації» (Редакція від 25.12.2015 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80>
3. Осадчий В.В. Удосконалення професійної підготовки майбутніх вчителів засобами комп'ютерно-орієнтованої системи навчання// Інформаційні технології в освіті : Збірник наукових праць. Вип.2. - Херсон: Видавництво ХДУ, 2008. - 94 с.
4. Економічна енциклопедія : У 3 т. / Відп. ред. С. В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – Т. 2. – с. 355– 372.
5. Теоретико - методичні засади інформаційного забезпечення організаційного механізму управління загальноосвітнім навчальним закладом: монографія / Л.М.Калініна. – К.: Педагогічна думка, 2014. – 285 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІЛОСОФІЇ ОСВІТИ

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЮРИДИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СІМЕЙНОЇ ФОРМИ ЗДОБУТТЯ ОСВІТИ

ІННА АХНОВСЬКА, к.е.н., доцент

**Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця**

Якщо розглянути досвід сімейної освіти у світі, можна спостерігати наступне: така форма навчання набирає все більшої популярності. Питання організації домашньої та сімейної освіти висвітлювали такі вчені, як М. Антуфьева, Дж. Брунер, М. Вайнер, Ж. Вихристенко, Н. Геда, А. Гупта, М. Денисенко, Л. Дянкова, О. Єльнікова, А. Загітова, Т. Каменєва, М. Касаткин, О. Коротков, И. Кощиенко, Н. Крилова, А. Лещенко, К. Любицька, К. Муртон, О. Ошерова, О. Пісарік, Л. Покровская, К. Поліванова, К. Роджерс, Л. Рубан, Б. Сіммонс, Т. Спіглер, И. Стародубцева, П. Фаренга, Т. Хардінг, К. Хломова, Дж. Холт, Я. Шерон, С. Шеффер, С. Шумаєва, А. Якуніна, М. Янковчук та інші. На наш погляд, слід більш детально описати досвід інших країн у сімейному навчанні. Метою тез є проведення кластерного аналізу країн світу за ступенем юридичної бази хоускулінгу.

Однією з перших держав, яка на законодавчому рівні дозволила хоумскулінг, стала Австралія. Це відбулося ще у 1958 році у штаті Вікторія, далі поширившись територією всієї держави. Австралія має 6 штатів і 2 території, які мають певні особливості щодо реєстрації та

оцінювання хоумскулерів. Унікальним є те, що австралійська школа повністю виключена з процесів і реєстрації, і атестації «домашніх» учнів.

У Великобританії існує найбільше Європейське товариство на підтримку домашнього навчання. Ще на початку століття у Великобританії згідно з Education Act, дитина могла навчатися поза школою, але потрібні були певні умови для такого переходу: велика відстань або недоступність місцевої школи, релігійні або культурні переконання, філософські чи ідеологічні погляди, незадоволення освітньою системою, булінг, небажання або нездатність дитини відвідувати школу, спеціальні освітні потреби дитини, бажання батьків мати більш тісні відношення з власними дітьми. Тобто, як бачимо, вимоги були схожими, як при переході на екстернат в Україні. На сьогодні ситуація змінилася: більше не потрібні такі підстави.

Досвід Нової Зеландії в цьому питанні цікавий тим, що за освіту дітей вдома держава виплачує грошові компенсації: за освіту першої дитини - \$743 на рік, за другу дитину - \$632, за третю - \$521, за кожну наступну - \$372. Для порівняння: середня заробітна плата складає близько \$50 000 на рік [1]. Але отримати статус хоумскулера тут достатньо складно.

Канада теж виділяє кошти за кожну дитину на домашній формі навчання, але не батькам, а школам за кожну дитину, яка зареєстрована у цій школі (250\$ на рік державній школі, і 175\$ на рік – приватній) [2]. Тому часто школи заохочують батьків вибрати саме їх заклад, пропонуючи залучення дітей до різних форм позакласного життя. При цьому державні школи мають видати дітям на домашньому навчанні увесь комплект посібників для навчання, а вчителі шкіл повинні надавати консультації хоумскулерам та їх батькам за встановленим у кожній школі графіком. Слід зазначити, що у Канаді практика хоумскулінгу є законною ще з 1985 року, і вже виросло покоління дітей, які не відвідували традиційну школу.

Цікавий досвід Ірландії в плані регулювання сімейної освіти. У цій країні сформована одна з найбільш цілісних концепцій домашньої освіти на правовому рівні. Так, в країні існує Агенція з питань дітей та сім'ї, роль якої полягає у наданні методичної та організаційної допомоги хоумскулерам. Окремий розділ положення про сімейну освіту надає рекомендації стосовно того, як проводити співбесіди із учнями та батьками таким чином, щоб максимально природнім чином отримати необхідні відомості про рівень розвитку дитини, уникнути стресової ситуації для родини. Цікаво, що якщо представник агенції з питань дітей та сім'ї має сумніви щодо самостійності дитини або її рівня досягнень, він має право за попередньою домовленістю завітати до родини і навіть бути присутнім під час освітнього процесу. При цьому додатково наголошується, що ніхто не очікує від батьків проведення шкільних уроків для власної дитини. Так, якщо навчання відбувається під час прогулянки, посадова особа може приєднатися до родини.

Отже, враховуючи позитивний досвід хоумскулінгу, слід зазначити, що є велика кількість країн, де хоумскулінг не визначено або заборонено. Для більш детального аналізу доцільно розділити всі країни на 3 кластери відповідно до нормативно-правового забезпечення функціонування сімейної освіти. До першого кластеру віднесемо ті держави, в яких хоумскулінг є дозволеним, до другого – країни з невизначеним статусом хоумскулінга, до третього – країни, в яких хоумскулінг не є дозволеним (табл.1).

Проведений аналіз доводить, що на сьогодні у більшості країн сімейна форма здобуття освіти є дозволеною. Так, аналіз освітніх систем 94 країн дозволив виявити, що у 56 країнах хоумскулінг є дозволений. У 19 – статус не є визначеним, і в 19 – заборонений. Ми отримали достатньо велику частку – 60% країн з юридичним підґрунтям домашнього навчання, де у випадку конфліктів інтересів батьків і дитини пріоритет надається саме правам дитини.

Таблиця 1 – Кластеризація країн за ступенем нормативно-правової дозволеності хоумскулінгу

Тип кластера	Країни-учасники
I кластер - хоумскулінг є юридично дозволеним	Австрія, Австралія, Азербайджан, Албанія, Антігуа і Барбуда, Аруба, Багами, Барбадос, Білорусь, Беліз, Бельгія, Велика Британія, Венесуела, Гана, Гватемала, Гондурас, Грузія, Данія, Домініканська Республіка, Еквадор, Естонія, Індонезія, Італія, Ірландія, Ісландія, Канада, Катар, Литва, Малазія, Мексика, Молдова, Нова Зеландія, Норвегія, ПАР, Перу, Польща, Португалія, Росія, Румунія, Сальвадор, Сингапур, Словачія, Словенія, США, Тайвань, Тайланд, Трінідад і Тобаго, Угорщина, Узбекистан, Україна, Філіпіни, Фінляндія, Франція, Чехія, Чілі, Ямайка
II кластер - невизначений статус хоумскулінга	Аргентина, Болівія, Ботсвана, Гонконг, Єгипет, Індія, Іспанія, Кенія, Колумбія, Косово, Кувейт, Кюрасао, Нідерланди, Нікарагуа, Пакістан, Парагвай, Південна Корея, Уганда, Японія
III кластер - хоумскулінг не є дозволеним	Болгарія, Бразилія, Бруней, Греція, Ізраїль, Китай, Коста-Ріка, Куба, Латвія, Мальта, Німеччина, ОАЕ, Панама, Саудівська Аравія, Турція, Уругвай, Хорватія, Швеція, Швейцарія

Джерело: складено автором за [3]

Також слід акцентувати увагу, що в Україні надзвичайно цікавою з точки зору можливостей застосування є ірландська модель сімейної освіти (за умови належної підготовки посадових осіб, які матимуть повноваження на видачу дозволів на сімейну освіту та проведення атестацій).

Список використаних джерел:

1. Коршун Т., Клець А. Дозволений хоумскулінг: досвід країн світу - 2018. - URL: https://lb.ua/society/2018/06/12/400096_dozvolenyi_houmskuling_dosvid.html
2. Коршун Т. Як відбувається домашнє навчання у Канаді – 2018. URL: https://lb.ua/society/2018/03/15/392576_yak_vidbuvaetsya_domashnie_navchannya.html
3. Home School Legal Defense Association – URL: <http://www.hslda.org/>

РОЗВИТОК ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНОМУ ЗАКЛАДІ ОСВІТИ

СВІТЛАНА ЛИПКАНЬ, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Івашов М.Ф., к.е.н., професор

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

Сучасний заклад освіти – це складна система, що динамічно розвивається та вимагає грамотного управління. Соціально-економічні умови і політичні процеси кардинально змінили зміст управлінської діяльності в закладі освіти: зросла самостійність, а отже, і відповідальність лідерів за результати роботи.

Управління закладом освіти – це доволі складна структура, що включає в себе духовні та матеріальні процеси. Головним компонентом закладу освіти як соціальної системи постає людина. Але окрім людей, для нормального функціонування, потрібні різноманітні речі, технічні об'єкти тощо [2].

Здійснювати управління закладом освіти означає управляти, насамперед, людьми та стосунками між ними, а ще – речами.

Функціонування освітнього закладу відбувається на основі незліченних процесів – педагогічних, економічних, психологічних тощо.

У 80-90-ті роки ХХ століття в традиційні уявлення про управління педагогічними системами були привнесені ідеї педагогічного менеджменту.

На зміну філософії впливу в управлінні освітою прийшла філософія взаємодії, співпраці, рефлексивного управління, що призвело до появи теорії педагогічного менеджменту [1].

Педагогічний менеджмент – комплекс методів, принципів, технологічних прийомів і організаційних форм управління педагогічними системами, що спрямований на підвищення рівня ефективності їх функціонування та розвитку.

Система управління закладом освіти може функціонувати правильно лише тоді, коли всі складові ланки її відповідають вимогам сьогодення. Розвиток лідерства передбачає вдосконалення структури всього освітнього закладу, перехід на корпоративний (горизонтальний) принцип управління. Спрямованість системи управління закладом на кінцевий результат завбачає не тільки особливу мотиваційно-цільову орієнтацію управлінців, але також нові підходи до інформаційного забезпечення, педагогічного аналізу, планування, організації, контролю і регулювання всієї діяльності [4].

Таке управління означає виховання сильно вмотивованих, професійно підготовлених лідерів закладів освіти. Саме тому надзвичайно актуальною є питання навчання керівників закладів навичкам управлінської діяльності та її ефективної організації. Грамотне управління дає спроможність усунути ситуацію невизначеності, зосередити всю увагу на головних задачах, добитися ефективного економічного функціонування та полегшити контроль за роботою освітнього закладу взагалі.

Отже, управління закладом стане набагато ефективнішим, якщо керівники будуть цілеспрямовано удосконалювати себе, паралельно розвиваючи своїх співробітників.

Стратегічне бачення лідера шляхів розвитку освітньої організації є також необхідною умовою розвитку сучасної закладу освіти. Загальна стратегія задається державою, засновником, соціумом і є відправною точкою для визначення стратегії освітнього закладу як і будь-якої іншої установи. З огляду на особливості соціального, культурного, економічного розвитку свого регіону, керівник розробляє конкретні шляхи розвитку організації, яку він очолює [3].

Стратегія – це генеральна програма дій, яка визначає пріоритети проблем і ресурси, необхідні для досягнення основної мети розвитку організації. Уміння керівника інтегрувати загальнодержавні, регіональні

завдання з власним уявленням про шляхи розвитку закладу, виходять на перший план. В даному випадку під стратегією розуміється узагальнююча модель дій, які необхідні для ефективного розподілу ресурсів і досягнення поставлених цілей управління на основі обраних показників [6].

Сформулювати цілі розвитку, намітити загальну програму їх досягнення, виявити головні проблеми, використовувати різні способи корекції, застосування різні способи впливу, все це передбачає стратегічне вміння керівника. Стратегія управління будується з урахуванням основних державних, регіональних принципів, специфіки освітньої організації та індивідуальних якостей керівника. Чітко сформульовані цілі розвитку, проаналізовані проблеми, визначення шляхів рішення, прогнозування соціально-економічного розвитку – все це забезпечує ефективну роботу в майбутньому.

З урахуванням нагальної потреби переходу закладів освіти в статус автономних, виникає необхідність самовдосконалення керівника. Фінансові потоки, які забезпечують розвиток і життєдіяльність організації в нових умовах, вимагають економічної і юридичної грамотності лідера, знання законів України. Підвищується важливість делегування обов'язків, психологічних основ ділових відносин, вміння працювати в команді.

Керівник-менеджер, моделюючи процес прийняття рішень, повинен мати чітке уявлення про основні елементи моделей: суті проблемної ситуації, часу прийняття рішення, знати альтернативні варіанти вирішення проблеми, володіти достовірною інформацією про об'єкт, ресурси, зовнішні і внутрішні чинники середовища, мати чітке уявлення про критерії оцінки результатів прийнятих рішень [5].

Важлива управлінська функція – це грамотне прийняття рішень, що дуже впливає на життя педагогічного колективу. Будучи основою

ціннісних орієнтацій ці рішення визначають поведінку керівника в сьогоденні та перспективі.

Отже, головна мета (місія) будь-якого закладу освіти, незалежно від того рівня управління, на якому він функціонує, – це забезпечення навчання, виховання та розвитку особистості. Тобто кінцевим «продуктом» функціонування закладу освіти, на який повинні працювати від найвищого до найнижчого рівні управління є «живий» об'єкт, особистість, включена в суспільні стосунки і яка є суб'єктом цих стосунків.

Таким чином, заклади освіти мають, унікальну, на відміну від інших, неповторну місію, що вирізняється величезною складністю та специфічний «багатовекторний» об'єкт управління.

Управління закладом освіти – важлива і відповідальна робота, адже від якості її виконання залежить доля багатьох людей. Лідеру необхідно володіти багатьма якостями і глибокими знаннями, мати особливу соціально-психологічну підготовку в галузі психології та освіти, здатність до динамічного аналізу різноманітних управлінських ситуацій та розв'язання управлінських проблем, а головне – усвідомлений життєвий підхід і мудрість.

Розвиток лідерства в сучасному закладі освіти є необхідним, адже від керівників освітніх організацій вимагається виконання ролі не просто менеджерів-організаторів, але й лідерів, професіоналів-педагогів, які глибоко вболівають за результати педагогічної діяльності, усвідомлюють унікальність своєї мети і, водночас, велику складність її досягнення та відповідальність за свою роботу.

Список використаних джерел:

1. Григораш В.В., Касьянова О.М., Мармаза О.І. Управління навчальним закладом: Навч.-метод. посібник. – Харків: Веста: Вид-во «Ранок», 2004
2. Лідерство в організації: аналіз основних підходів та важливість їх застосування в організаціях системи вищої освіти / Л.М.

Карамушка, Т.Г. Фелькель // Проблеми сучасної психології. – 2013. – № 2. – С. 54

3. Психологія управління: курс лекцій для студентів денної і заочної форм навчання напряму підготовки «Практична психологія» / укладач О.С. Юрков. – Мукачево: МДУ, 2017: - С. 65-75

4. Сергеєва Л. М. Лідерство в управлінні професійно-технічним навчальним закладом / Л. М. Сергеєва. – К.: Арт Економі, 2011. – 144 с.

5. Татенко В. О. Лідер XXI / В. О. Татенко // Leader XXI: Соц. психолог. студії. – К.: Корпорація, 2004. – 198 с.

6. Управлінське лідерство: виклики сьогодення /колективна монографія за заг. ред. В. В. Толкованова. – Хмельницький: ПП Мельник А. А., 2013. – 600 с.

ІМІДЖ ПЕДАГОГА – ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

МАРИНА ПЕТРОВСЬКА, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Миронова Р.М., к.е.н., доцент

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

Професія педагога є особливою. Учителі – це люди, які завжди перебувають у полі зору учнів, батьків, колег, виконуючи важливу соціальну місію.

Імідж – це своєрідний людський інструментарій, що допомагає вибудовувати взаємини з навколишнім світом. Це не тільки візуальний образ, але і спосіб мислення, дії, учинки, уміння спілкуватися, мистецтво говорити й, що важливо, слухати [4].

Протягом останніх років конкуренція між навчальними закладами постійно загострюється, що зумовлює необхідність формування позитивного іміджу навчального закладу у суспільстві та проведення активної іміджевої політики. Одним із ключових елементів досягнення високого рівня освітнього закладу та формування сприятливого іміджу на ринку освітніх послуг є імідж педагога.

Дух школи. Місія школи. Концепція її розвитку. Все це обумовлено в першу чергу особистістю вчителя. Саме від нього в першу чергу залежить, чи навчальний заклад має своє індивідуальне обличчя, яке й визначає її конкурентні переваги над іншими, що в свою чергу сприяє суспільному авторитету школи, залученню до неї вчителів, учнів, батьків.

Саме сьогодні, якщо хочемо побудувати школу третього тисячоліття, її життя і побут потребують оновлення, а методика навчання виховання – звільнення від засміченості і формалізму. А це залежить від Учителя, від його небайдужої громадянської позиції. Водночас учитель навіть найвищого професійного рівня один досягти помітних результатів не завжди зможе. Для цього потрібен колектив однодумців, колектив, який би горів полум'ям жадоби до знань.

Учителю необхідно приділяти значно більше уваги формуванню іміджу, ніж спеціалістам інших професій, тому що саме педагоги формують імідж своїх учнів. Учитель для них – еталонна модель. Н.Добролюбов писав: "Вчителями мають бути кращі люди суспільства" [1].

Яскраву особистість повинен мати кожен вчитель, адже саме він зацікавлює учнів чим визиває інтерес до свого предмета.

Імідж учителя містить такі компоненти, як індивідуальні та особисті якості, комунікативні особливості професійної діяльності та поведінки.

Важливу роль у формуванні іміджу вчителя відіграють стильові особливості педагогічної діяльності, які виділяються на основі особистих рис.

Процес створення іміджу характеризується своєю багатоетапністю. Так, наведемо основні з них, запропоновані українським науковцем В. Олексенко: – сприйняття образу, що стане підґрунтям для побудови іміджу – на цьому етапі особливо впливає реальний образ викладача, якщо його не має, учень створює його з власних ідеалів;

- корекція реального образу до ідеального з урахуванням особливостей педагога, що формує імідж;
- програвання та примірювання бажаного іміджу до реального образу викладача;
- входження в образ у процесі викладацької практики;
- індивідуалізація набутого образу викладачем [2].

Сучасному іміджу вчителя має відповідати еталон найвищого рівня педагогічної культури. Учителя з високим іміджем характеризують наступні позиції:

- має особистісні смисли загальнолюдської спрямованості, сам є індивідуальністю ;
- любить дітей, захищає їх права та інтереси, піклується про їхнє здоров'я та самопочуття, виявляє доброту й повагу до кожного школяра незалежно від успіхів у навчанні, відповідально ставиться до своїх виховних функцій, має авторитет у дітей і батьків;
- кожному дитину вважає неповторною, зі своїм унікальним смислом життя, тому не «формує» чи «впливає», а співпрацює й фасилітує, веде діалог;
- націлений на розвиток особистості дитини, її активність і здатність до змін;
- розуміє психологію школяра, застосовує педагогічно виправдані вимоги до організації навчання та виховання, вміє аналізувати освітню ситуацію, причини неадекватної поведінки дітей, здатний приймати обґрунтовані рішення, передбачати їх соціальні наслідки;
- цікавиться психолого-педагогічними науками, володіє глибокими та різнобічними знаннями з предмета викладання, вміє самостійно добирати й виробляти оригінальні технології та індивідуальні програми навчання, викликає в учнів інтерес до навчання, домагається позитивних результатів у навчанні й розвитку дітей;

- здатний вийти за межі повсякденної практики, побачити свою працю в цілому і зробити її предметом практичного перетворення, розглядає будь-які труднощі як стимул для подальшого розвитку;

- творчо підходить до навчання та виховання, має індивідуальний педагогічний почерк, удосконалює систему власної (дидактичної, виховної, методичної) діяльності, має авторські методичні розробки, бере участь в інноваційній або науково-дослідній, роботі; постійно експериментує, створює нові зразки педагогічної практики, надає методичну допомогу колегам у засвоєнні нововведень;

- свій предмет викладає творчо, з ентузіазмом;

- має унікальну комбінацію особистісних якостей та позитивну «Я-концепцію»; у всіх ситуаціях педагогічної взаємодії проявляє високу культуру поведінки, здатний до морально-вольової саморегуляції, займається професійною самоосвітою та самовихованням, є взірцем культурної людини.

Внутрішнє «Я» є головною із складових педагогічного іміджу, тому що уміння подобатися та налаштувати до себе інших людей є необхідною якістю професійного спілкування. Дуже важливо, щоб зовнішній імідж не розходився з внутрішніми установками вчителя, відповідав його характеру та поглядам. Практична роль емоцій в професійній діяльності, на жаль, оцінюється не повністю та неоднозначно. В узагальненому вигляді ідеальна модель високопрофесійного вчителя має такі складові: гуманізм, справедливість, демократизм, здатність до емпатії, комунікабельність. Отже, педагогічний імідж – це образ педагога, що створюється ним відповідно до його відношення до ідеального стилю професійної діяльності, зовнішнього вигляду та характеру спілкування, який активно впливає на формування його педагогічної культури [3].

Найдієвішим фактором зміцнення іміджу вчителя є його залучення до педагогічної творчості, інноваційної діяльності, дослідницького пошуку.

Визначальною для формування сучасного іміджу вчителя є гуманна педагогічна позиція, яка поєднується з творчим ставленням до освітньої діяльності. У іміджі вчителя поєднується ставлення учнів до своїх викладачів, ступінь емоційного контакту, уявлення про хорошого та поганого вчителя та ін., що, врешті-решт, визначає інтерес до навчання та ставлення до освіти в цілому. Позитивний педагогічний імідж – найважливіший складник майстерності вчителя, що зумовлює бажання учнів до навчання та результативність цього процесу.

Отже, створення іміджу сучасної школи - процес творчий і безупинний, він повинен відповідати розвитку суспільства. Тільки такий творчий підхід та сучасний інноваційний, креативний та готовий до якісних змін вчитель забезпечать привабливий образ сучасному навчальному закладу. Імідж української школи, що відповідає сучасному етапу розвитку - є соціально спрямований, найвищою мірою демократичний образ навчального закладу, головна задача якого полягає у формуванні всебічно розвинутої особистості, патріота своєї Батьківщини.

Список використаних джерел:

1. Добролюбов Н. А. Чтобы в воспитании господствовала разумность / Н. А. Добролюбов // Избранные педагогические высказывания. – М., 1936. – 388 с
2. Олексенко В. Формування професійного іміджу сучасного вчителя / В. Олексенко // Проблеми освіти. – 2015. – Вип. 84. – с. 258–263.
3. Хуртенко О.В. Структура професійного іміджу молодого педагога та фактори, що впливають на його формування /О. Хуртенко// Проблеми екстремальної та кризової психології.- 2017.- Вип. 21 с.194-202.
4. [Електронний ресурс] https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=3922.

СПІВВІДНОШЕННЯ ЛІДЕРСТВА ТА КЕРІВНИЦТВА В РОБОТІ КЕРІВНИКА ЗЗСО

АННА ПРЯДКА-ИЩЕНКО, студентка гр. МТ-19-1/м

Науковий керівник: Вільхова Т.В., к.е.н., доцент

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР, Дніпро

Освіта є пріоритетним напрямом державної політики України, стратегічним ресурсом соціально-економічного й культурного розвитку країни та створення умов для самореалізації кожної особистості. Відповідно до вимог інноваційного розвитку суспільства особливої ваги набувають питання управління освітою і закладом загальної середньої освіти (далі ЗЗСО) зокрема, яке має здійснюватися на засадах інноваційних стратегій, створення сучасних систем, освітніх проектів, посилення ролі та взаємодії суб'єктів освітнього процесу, розроблення, апробації і впровадження різних моделей громадсько-державного управління розвитком ЗЗСО, професійної підготовки керівників освітньої галузі.

За сучасних умов директор школи набуває не лише ролі лідера, а й менеджера, головного гаранта здійснення змін. Його увага приділяється розподілу управлінських повноважень, узгодженню позицій щодо цілей інноваційних програм, залученню вчителів до їх планування та впровадження, збору, аналізу інформації та оцінки ефективності роботи закладу. І жодне питання не буде розв'язане вдало, якщо керівник закладу освіти не набуде рис справжнього лідера.

Хто ж такі лідер та керівник? Зупинімося на цьому питанні докладніше. Сучасний тлумачний словник української мови дає такі тлумачення: «Керівник – той, хто керує ким-, чим-небудь, очолює когось, щось» [4, с. 535]. «Лідер – той, хто стоїть на чолі певної суспільно-політичної організації; той, хто посідає провідне місце серед інших,

подібних» [4, с.617]. Отже, можна зробити висновок, що лідеру не обов'язково потрібно бути керівником, але потрібно бути авторитетом щодо інших. А от чи може керівник вдало керувати закладом освіти, не будучи при цьому лідером?

Відмінності між статусом керівника та лідера впливають із особливостей функцій та ролі, які виконуються ними.

Керівництво бере на себе монополію щодо прийняття рішень та контролю за ходом їх виконання. Лідер не заволодіває правом прийняття рішення, а, навпаки, закликає до цього кожного працівника. Як результат – змінюється статус кожного працівника. Якщо керівник займає опозиційний статус відносно підлеглих, виступає в ролі зовнішньої сили, то лідер перетворює колектив в єдину команду.

Лідерство слід розглядати як групове явище: лідер не може існувати один, він завжди існує як елемент групової структури.

Коли лідер є керівником, то він не тільки керує, а й веде за собою інших.

Керівник колективу, на відміну від лідера, призначений зовні, вищим керівництвом, отримує відповідні повноваження та має право застосовувати заохочення (як позитивні, так і негативні).

Лідер висувається з числа людей, що його оточують, рівних йому, він немов би «один з інших». Однак лідер може також вдатися до заохочень по відношенню до когось з партнерів, але ці заохочення неофіційні, право на їх застосування офіційно не зазначається.

Якщо хтось не прагне стати лідером, він або вона ніколи не стане ним, якщо інші не сприймуть його чи її як лідера. Але в керівництві ситуація зовсім інша. Керівник часто призначається на свою посаду, незалежно від того, сприймають його підлеглі, чи ні. В даний час хорошим керівником організації є людина, яка є одночасно і лідером, і ефективно керує своїми підлеглими.

Лідерство і керівництво є важливими факторами управління груповими процесами. Це атрибути влади і впливу у взаєминах людей. Виявляючись у процесі організаційних взаємодій, лідерство і керівництво мають загальні риси:

1) обидва явища функціонально схожі і являють собою по суті дві сторони єдиного процесу управління;

2) лідерство та керівництво є однаковими за своїм елементарним управлінським вираженням: лідерство описується вертикальними відносинами «лідер-послідовник», керівництво – подібними відносинами «керівник-підлеглий»;

3) для обох феноменів характерна, хоча і різною мірою, реалізація впливу в системі неформальних відносин [5, с. 4].

Проте слід зазначити, що, незважаючи на деяку спільність, ці два феномени відрізняються один від одного мірою формалізованості суб'єкт-об'єктних управлінських взаємодій. У випадку так званого формального провідного становища в колективі мова йде про керівництво, а в разі раптового пріоритету в групі прийнято говорити про власне лідерство або про лідера. Порівнюючи керівництво та лідерство, необхідно підкреслити, що зазвичай механізм появи керівника в організації – за призначенням, що не робить керівника лідером автоматично. Керівник стає ним, якщо має високий авторитет, якщо його особисті якості та результати діяльності здобули повагу і визнання співробітників. Іншими словами, лідерство можна позначити вектором, спрямованим знизу вгору, а керівництво – вектором протилежного напрямку. Лідерство більше виявляється в умовах організованих груп. Чим організованіше група, тим тривалішим є і феномен лідерства. Так, лідерство в натовпі ситуаційне, має локальний і тимчасовий характер, і тільки організація відтерміновує лідерство на досить тривалий термін [3, с. 11].

В нашій державі лідерство розглядається як феномен, що виникає сам по собі й розвивається в системі неформальних, нерегламентованих відносин людей і водночас є засобом організації відносин цього типу, управління ними [2]. Основу лідерства становить процес міжособистісного впливу між лідером і послідовниками, у якому стороною ініціації групові дії є як лідер, так і його послідовники. Таким чином, кінцева мета впливу в лідерстві – орієнтація співробітників нерегламентованими засобами на вирішення поставлених перед групою завдань [5, с. 5].

Заклади освіти належать до організаційних структур. Отже, існує низка специфічних характеристик, які виділяють організацію в соціальному просторі [1]. Простежимо прояв цих характеристик в освітніх закладах:

1. Наявність мети. Мета освітніх закладів полягає в навчанні, вихованні, розвитку і самовдосконаленні особистості.
2. Нормативна регуляція поведінки, ієрархічна структура.
3. Розподіл функцій між групами взаємодіючих працівників (положення про педагогічну раду, методичну раду, посадові інструкції тощо).
4. Результати впливу – цільовий продукт та цільова спільнота.

Лідерство в ЗЗСО має низку особливостей і є історично обумовленим конструктом управлінських взаємодій у даній сфері соціальних відносин. Культивування лідерства в закладах освіти – це залучення керівників і підлеглих до управлінської діяльності, яка має багатопрофільний характер, у якій від керівника вимагається не формалізоване виконання своїх обов'язків, дотримання інструкцій, розпоряджень і наказів, а цілеспрямована діяльність з формування колективу відповідно до вимог демократичної держави і громадянського суспільства.

Підбиваючи підсумок опису специфіки лідерства в ЗЗСО та спираючись на його особливості доцільно визначити такий спосіб управління, що ґрунтується на базі статусних характеристик суб'єкта і об'єкта управління, унаслідок якого спостерігається групове згуртування членів закладу освіти.

Як уже було сказано раніше, слід розрізняти поняття «керівництво» і «лідерство». У закладах освіти стосовно системи суб'єкт-об'єктних управлінських відносин ці дві категорії можуть існувати в трьох іпостасях: «керівник», «лідер», «керівник-лідер». Керівник – це посадовий статус члена колективу, що характеризується правом на управління. Лідер – це соціально зумовлена позиція члена колективу, що дозволяє на неформальній основі регламентувати діяльність співробітників. Керівник-лідер – це персоналізоване поєднання формальної владної посадової позиції зі значущими для колективу соціально-психологічними якостями особистості, що забезпечує можливість активного впливу на співробітників для досягнення організаційних цілей.

Таким чином, порівнюючи феномен лідерства і керівництва в освітній діяльності, слід зазначити, що обидві ці соціальні категорії є атрибутами регулювання внутрішньоорганізаційних взаємодій. Однак лідерство і керівництво не тотожні поняття через специфіку їх проходження в організації. Керівництво – це статусна характеристика члена колективу, обумовлена ієрархічністю побудови соціальних організацій, яка передбачає право на управління. Лідерство визначається референтними для групи якостями, притаманними особистості. Ці якості можуть мати різні сфери походження: визначатися статусом, що робить позиції лідера і керівника в організації тотожними, важливими професійними рисами; особливими властивостями носія, які сприяють оптимальним, з позиції суб'єкта та об'єкта управління, міжособистісним взаємодіям. Тим не менше, ситуація, за якої позиції

лідера і керівника в закладі освіти збігаються, є найбільш оптимальною для реалізації потреб як ЗЗСО, так і його членів.

Список використаних джерел:

1. Міляєва В.Р. Розвиток лідерського потенціалу в процесі формування управлінської компетентності керівників навчальних закладів [Електронний ресурс] / В.Р. Міляєва. // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. – 2014. – Вип. 1. – Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/6706/1/V_Miliaieva_Vnadps_2014_NDL_KL.pdf..
2. Стратегія сталого розвитку - 2020 : Указ Президента України від 12 січ. 2015 р. № 5. – Режим доступу : www.zakon4.rada.gov.ua.
3. Сурай І.Г. Формування та розвиток еліти в державному управлінні: історія, методологія, практика: монографія / І Г. Сурай. – К. : Компринт, 2012. – 332 с.
4. Сучасний тлумачний словник української мови: 50000 слів / [за заг. ред. проф.В.В.Дубічинського]. – Х.: Школа, 2006. – 632 с.
5. Хаїтов П.О. Співвідношення лідерства та керівництва в управлінській діяльності органів виконавчої влади [Електронний ресурс] / П.О. Хаїтов. – Режим доступу: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-02\(14\)/18.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-02(14)/18.pdf).

Дніпровський державний аграрно-економічний університет виступив як один із організаторів 8-ї Науково-практичної інтернет-конференції **«Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації»**.

Форма проведення конференції, – дистанційна. Конференція проходила з 2 по 6 листопада 2020 року. За результатами роботи підготовлено збірник Матеріалів конференції.

Конференція проводилась з метою висвітлення передових науково-практичних результатів досліджень, отриманих у галузі менеджменту. Конференція покликана стимулювати обмін ідеями та тематичною інформацією між українськими та закордонними вченими, представниками наукового та виробничого середовищ, слугувати джерелом інформації про сучасний рівень наукової роботи для студентів та аспірантів.

ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ:

1. Актуальні проблеми менеджменту в умовах глобалізації
2. Сучасний стан та шляхи розвитку менеджменту в Україні
3. Напрями розвитку публічного управління
4. Економіко-організаційні аспекти розвитку кооперації в Україні
5. Інноваційний розвиток сучасного освітнього менеджменту
6. Сучасні тенденції розвитку філософії освіти

Електронна адреса Організаційного комітету
confdsau@gmail.com

Всього, під час конференції, із 69 доповідями виступили 88 учасників, які представляли наступні організації:

- **Росія**
- Псковский государственный университет

- **Україна**
- Дніпровський державний аграрно-економічний університет
- Дніпровська академія неперервної освіти
- Національна металургійна академія України
- Херсонський державний аграрний університет
- Полтавська державна аграрна академія
- Донецький національний університет імені Василя Стуса
- Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
- Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
- Самостійна науково-дослідна лабораторія ДП «КБ «Південне» ім. М.К. Янгеля
- Уманський національний університет садівництва
- Полтавський державний аграрний університет
- Національний університет біоресурсів і природокористування України
- Класичний приватний університет
- Університет митної справи та фінансів