

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ**

**МАТЕРІАЛИ
науково-практичної конференції**

**«Аграрна наука ХХІ століття:
реалії та перспективи»**

23.03-25.03.2021 року



м. Дніпро

УДК 338.43
ББК 65.9 (4Укр) 32

Організатор конференції:

Навчально-науковий інститут економіки Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Схвалено до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту економіки ДДАЕУ

Збірник містить матеріали за такими тематичними напрямками:

«Облік, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою»;

«Інформаційні системи і технології»;

«Фінанси, банківська справа та страхування»;

«Менеджмент і право»;

«Менеджмент, публічне управління та адміністрування»;

«Економіка»;

«Маркетинг».

Аграрна наука XXI століття: реалії та перспективи : тези доповідей науково-практичної конференції 23.03-25.03.2021 р. : – Дніпро : Друкарня «Стандарт» (ПП Бойко В.В.), 2021. – 116 с.

Матеріали подано в авторській редакції.

Висловлені у виданні думки належать виключно авторам.

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

С. Халатур, д.е.н., професор

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Характеристики оптимального управління грошовими потоками аграрних підприємств зазвичай використовуються для пояснення зміни рівня ефективності сільськогосподарського виробництва. Показники, які відображають результати управління грошовими потоками підприємства, обумовлюють його конкурентоспроможність, діловий потенціал, рівень гарантій економічних інтересів організації, її партнерів з фінансових відносин, забезпечують:

- визначення заходів і важелів регулювання фінансів організації для досягнення конкретного фінансового результату;
- об'єктивну діагностику фінансового стану підприємства, виявлення слабких місць організації і причин їх появи;
- оцінку фінансових ризиків та їх прогноз;
- визначення резервів для зміцнення фінансового стану організації, а також розробка комплексу заходів по їх використанню;
- прогноз фінансового стану підприємства за результатами реалізації даних заходів.

Залежно від необхідного спрямування проведення фінансового аналізу можливе в наступних формах:

- ретроспективний аналіз: дана форма призначена для того, щоб проаналізувати в якому стану перебуває підприємство, основні тенденції і проблеми;
- план-факторний аналіз: така форма аналізу призначена для аналізу виконання показників планових і фактичних;
- перспективний аналіз: даний аналіз проводиться для експертизи фінансових планів, їх обґрунтованості та достовірності щодо поточного стану підприємства і її потенціалу.

Застосування методів даного виду дещо суб'єктивне з тієї причини, що на передній план тут виходять знання аналітика, його досвід та інтуїція. Формалізовані методи містять достатньо строгі формалізовані аналітичні залежності (метод угруповання, індексний метод, метод арифметичних різниць, диференційний, інтегральний методи, метод середніх і відносних величин, елементарні методи обробки рядів динаміки та інші).

Фінансові коефіцієнти мають особливе значення, так як вони є основою для оцінки діяльності організації, а також для оцінки зовнішніми користувачами даних звітності (кредиторами, акціонерами, інвесторами). Тому, приймаючи будь-яке рішення щодо грошових потоків, необхідно оцінювати вплив наслідків рішення на найбільш значущі фінансові показники

(коефіцієнти). Для того щоб отримати цілісну оцінку ефективності управління грошовими потоками, об'єднують різні показники і фінансові коефіцієнти (з урахуванням вагомості кожного з них) в комплексні показники фінансового стану.

В умовах ринкової економіки планування грошових потоків набуває особливої актуальності, бо фінансова самостійність, самозабезпечення та відповідальність за результати діяльності зумовлюють необхідність реального визначення майбутніх перспектив. Тому зростає необхідність і важливість ефективного процесу стратегічного, поточного та оперативного фінансового планування грошових потоків для підприємства. Таким чином, приділяючи більше уваги фінансовому плануванню грошових потоків, підприємство зміцнює свою фінансову стабільність, створює передумови для отримання чистого прибутку від операційних та інших видів діяльності, якого буде достатньо для самоокупності й самофінансування. Процес планування максимальною мірою повинен передбачати всебічне вивчення діяльності, тенденцій та закономірностей розвитку об'єкта планування й середовища його діяльності.

ФІНАНСОВЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

*С. Качула, д.е.н., професор
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Важливим фактором створення ефективної системи суспільного розвитку у сьогоденних нестабільних умовах функціонування економічної системи стає достовірною інформація про стан певного економічного параметра в майбутньому. Це надзвичайно актуальне питання, враховуючи, що будь-яке рішення владної структури має прийматися та виконуватися на основі аналізу та оцінки наслідків його реалізації. Сучасні науковці приділяють велику увагу сутності та механізму фінансового прогнозування, його достовірності, ролі у забезпеченні фінансової безпеки. Фінансова безпека держави – це процес визначення обґрунтованих фінансових показників в майбутній перспективі органами державної влади, направлений на забезпечення стабільного розвитку суб'єктів всіх рівнів фінансово-економічних відносин з метою досягнення поставлених орієнтирів національного розвитку країни.

Процес фінансового прогнозування можна розглядати з позиції теперішніх і майбутніх змін, зокрема в статичному та динамічному аспектах. Динамічний аспект характеризує прогнозування як безперервний процес, процес, що постійно змінюється. Водночас статичний аспект характеризується здатністю формувати якісні та кількісні параметри економічного процесу для певного фіксованого проміжку часу. Також процес прогнозування можна розглядати з позиції подальшого використання отриманого прогнозу: теоретичного чи управлінського. У теоретичному аспекті результати прогнозу використовують для визначення закономірності виникнення та настання певних

процесів та подій. Логічним продовженням використання теоретичних засад прогнозування є використання прогнозів для прийняття управлінських рішень щодо певного процесу чи події.

Велику роль для успішного фінансового прогнозування має не лише стабільна/передбачувана економічна ситуація в країні, а й часовий проміжок, на який буде здійснено прогноз.

Для фінансового прогнозування характерним є наявність певного алгоритму розробки прогнозу змін – методу прогнозування. Сучасні науковці виділяють дві групи методів: евристичні (інтуїтивні) методи, які при прогнозуванні використовують досвід певного експерта щодо оцінки майбутнього, та формалізовані методи, які базуються на використанні під час побудови прогнозу математичної теорії та розрахунків з використанням статистичних або функціональних залежностей між показниками.

Слід відмітити, що фінансова безпека - «це певна система, яка має свої елементи, яких варто дотримуватись при прогнозуванні: всебічний моніторинг фінансової системи держави, що проводиться для своєчасного попередження, виявлення та мінімізації наслідків внутрішніх та зовнішніх загроз інтересам об'єктів фінансової безпеки держави; розроблення та визначення соціально-економічних показників, що характеризують стан вітчизняної фінансової системи держави; діяльність держави щодо виявлення та попередження внутрішніх і зовнішніх загроз фінансовій безпеці» [1, С. 38]. Механізм фінансової безпеки та її прогнозування має певні важливі складові, наявність яких допомагає ефективно проводити фінансове прогнозування. Серед них найбільш важливе місце можна виділити саме інформаційному забезпеченню, адже саме воно дає підґрунтя для визначення зв'язків між процесами, та методу за допомогою якого буде виконано прогнозування, адже це може вплинути на виявлення подальшого взаємовпливу економічних процесів.

Література:

1. Бригінець О.О. Особливості формування механізму правового забезпечення фінансової безпеки України. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія Юридичні науки.* 2016. № 837. С. 36–41.

ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО РИНКУ АГРОСТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

О.Павленко, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Перспективним напрямком в розвитку страхового ринку в Україні залишається страхування ризиків аграрних виробників. Теоретичні та методологічні питання, що характеризують діяльність аграрного страхового ринку, його проблеми, майбутній розвиток та перспективу розглянуто в працях багатьох українських науковців, а саме: В. Д. Базилевича, М. В. Мниха, В. А. Борисова, С. С. Осадця, Н. М. Внукова, О. О. Охріменка та інших особистостей, що внесли вагомий внесок у розвиток теорії страхового ринку та його

спеціалізації [3, с.94].

Варто приділити увагу, що серед ефективних методів захисту ризиків агровиробників страхування займає лідируючі позиції. Оскільки обсяг сільськогосподарської продукції в Україні за 2020 рік скоротився на 11,5% у порівнянні з попереднім роком, тоді як за підсумками 11 місяців спад був більше - 12,4%. В 2019 році сільгоспвиробництво в Україні виросло на 1,4%, повідомив Держкомстат України [4]. У рослинництві виробництво знизилось на 13,6% (за 11 мес. - на 14,8%), тоді як у тваринництві - на 2,6% (на 2,5%). На агропідприємствах темпи зниження виробництва склали 14%, у тому числі в рослинництві - 16,5%, тваринництві - 0,9%, тоді як у господарствах населення - 6,8%, у тому числі в рослинництві - 7,8%, тваринництві - 4,5%. У регіональному розрізі в 2020 році зростання продукції аграрного виробництва вдалося добитися в Сумській - 4,1%, Івано-франківській - 3,2%, Чернігівській - 4,7%, Рівненській -3,1% і Чернівецькій - 0,6%, тоді як найбільший економічний спад агровиробництва зафіксовано в Одеській - 38,4%, Кіровоградській - 32,2% і Черкаській областях - 24,4% [5, с.88].

Крім того, Єврокомісія опублікувала список екологічних схем субсидування сільського господарства ЄС у рамках Common Agricultural Policy. Агрострахування або страхування агроризиків підтримується активно з позицій Європейського союзу, який у рамках реформи Загальної сільськогосподарської політики (Common Agricultural Policy, CAP) буде заохочувати фермерів, що господарюють із урахуванням захисту навколишнього середовища й кліматичних змін. Європейська комісія опублікувала список методів сільськогосподарської діяльності, які можуть одержувати підтримку в рамках екологічних схем майбутньої Загальної сільськогосподарської політики. Майбутня CAP буде відігравати вирішальну роль у переході до стійкої системи виробництва продовольства й у комплексній підтримці європейських фермерів. Екологічні схеми внесуть значний вклад у цей перехід і досягнення цілей «Зеленого курсу». Екологічні схеми - це частина реформи CAP, яка зараз обговорюється Європейським парламентом і Радою ЄС, вони являють собою новий інструмент, призначений для заохочення фермерів, які розв'язали питання «йти далі в напрямку захисту навколишнього середовища й дій в області клімату». У травні 2020 року Єврокомісія опублікувала стратегії «Від ферми до тарілки» і «Біорозмаїття». Раніше, в 2018 році, вона представила пропозиції з реформи CAP. Список сільськогосподарських практик, які можуть бути підтримані екологічними схемами, складений на основі певних умов. Наприклад, вони повинні охоплювати діяльність, пов'язану із кліматом, навколишнім середовищем, благополуччям тварин і стійкістю до протимікробних препаратів. Вони повинні враховувати потреби й пріоритети, певні на національному й регіональному рівнях. Common Agricultural Policy (CAP) - система сільськогосподарського субсидування й підтримки сільгосппрограм у ЄС, на яку витрачається майже половина союзного бюджету [6].

Підводячи підсумки зауважимо, що сучасні тенденції розвитку страхової

діяльності в аграрному секторі України, зростання кількості самостійних суб'єктів господарювання, дрібних підприємців, фермерських господарств, вимагає від страхових компаній підвищеної уваги до управління фінансовими ресурсами страхових фондів з метою забезпечення їх фінансової стабільності та платоспроможності в умовах сталого розвитку економіки [2, с.64].

Література:

1. Гаманкова О. О Ринок страхових послуг України: теорія, методологія, практика: монографія /О.О.Гаманкова. – К.:КНЕУ,2010.-С.59.
2. Мних М. В. Страхування в Україні: сучасна теорія і практика: підручник / М. В. Мних. – К.: Знання України, 2015. – С.64.
3. Прокопишак Б.В., Лісовська Р. Сучасний стан та перспективи розвитку страхового ринку в Україні / Страховий ринок: сучасні виклики в умовах глобалізації : V Міжнар.науково-практичн. семінар, 18-19 травня 2017 р. м. Львів [матеріали] /; За ред. Сич О.А.:– Львів: ЛНУ, 2017. – С.94-97.
4. Сільське господарство в Україні 2019-2020 рр. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – URL: <http://ukrstsat.gov.ua> (дата звернення: 18.02.2021).
5. Ярошенко С. Л. Проблеми становлення та розвитку страхового ринку в Україні: Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності / С. Л. Ярошенко, Л. В. Куделя // Формування ринкових відносин в Україні. – № 4. – 2008. – (83). – С. 86 - 93.
6. Офіційний сайт Forinsurer. – URL: [https:// www.forinsurer.com](https://www.forinsurer.com) (дата звернення: 15.02.2021).

ПРОЕКТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОБІЗНЕСУ

О. Олійник, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Агропромисловий комплекс – значимий для держави об'єкт вкладення інвестицій, ступінь розвитку якого забезпечує рівень продовольчої безпеки в країні. Однак в силу постійного браку власних коштів, підприємства АПК в період сезонної активності гостро потребують інвестицій в оборотний капітал. При цьому підприємствам сфери АПК особливу увагу слід приділити «схемі проектного фінансування», в рамках якої обчислення розміру платежів здійснюється покроково протягом усього розрахункового періоду з урахуванням чистої вигоди господарства. В рамках застосування даної схеми відбувається поступове зниження величини процентних платежів пропорційно скороченню величини суми основного боргу. Але при цьому може бути присутній і негативний вплив, який надають сезонні коливання грошових потоків. Разом з тим, застосування «...схеми ануїтетних платежів, при якій розмір виплат не змінюється покроково протягом усього розрахункового періоду, а впливає на зміну структури платежів» [1], повинен вирішити проблему для підприємств-позичальників сфери АПК.

Практичність застосування даної схеми сприятиме формуванню умов,

необхідних для залучення більшого обсягу коштів та реалізації крупно масштабних інвестиційних проектів. Виходячи з цього, ініціаторам проектів спільно з органами державної підтримки інвестиційної діяльності, в тому числі і фінансових установ, рекомендується брати до уваги дану схему, яка досить освоєна зарубіжними фінансовими структурами. У більшості випадків для ініціаторів проекту доцільним постає підбір умов обслуговування боргу саме зі схеми проектного фінансування. Здійснюючи в цілому розгляд проекту, нагальним є застосування всього арсеналу прийомів фінансування інвестиційних проектів, при цьому віддаючи перевагу більш відповідним з них для конкретної ситуації рішення.

Виходячи з масштабності господарств, слід формувати правила їх поведінки в усіх випадках, в тому числі при проведенні аналізу планованих інвестицій, і в процесі розробки бізнес-планів інвестиційних проектів. При цьому не всі підприємства сфери АПК мають можливість і повинні перед початковою стадією реалізації певних інвестиційних проектів здійснювати проведення повного вивчення кон'юнктури ринків продукції та задіяних ними ресурсів. Маркетингове дослідження, з огляду на своїй ціновій недоступності для всіх підприємств сфери АПК, здатне повністю спростувати оптимальність намічених планів. Однак як великомасштабний, так і невеликий проект можуть стати нерентабельними в разі допущення помилки щодо недооцінки ринкової ситуації.

Вище описані причини дозволяють пред'явити більш високі вимоги щодо отримання результативності фінансування реалізованого проекту. Перевага великих підприємств полягає в наявності великих резервів у разі виникнення тимчасової неплатоспроможності, чого неможливо сказати про малі форми господарювання. На практиці у господарства повинно бути 30-50% резервів для погашення позикової заборгованості в разі виникнення такої необхідності.

В даний час основне навантаження у фінансуванні підприємств АПК лягає на певні банківські установи. Решта кредиторів залишаються осторонь і вважають подібного роду позичальників неплатоспроможними. Для того щоб виправити таку ситуацію, державі потрібно створити спеціальні умови щодо сприяння стимулюванню кредитування різними фінансовими інституціями агропромислового комплексу. Для цього необхідним є оптимізувати систему оподаткування фінансових інституцій та комерційних банків, знизити рівень ризику за виданими «аграрними» кредитами, застосовуючи для цього певну методикку щодо визначення надійного складу забезпечення по виданій позиції.

Література:

1. Бурдюгов А.Ф. Перспективи розвитку проектного фінансування в Україні. Роль і місце банківської системи / А.Ф. Бурдюгов // Вісник Української академії банківської справи. – 2015. – № 1. – С. 24–28.

ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В АГРОБІЗНЕСІ – ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

*А. Олійник, к.е.н., ст. викладач
Полтавський державний аграрний університет*

Сільськогосподарське підприємство є складним і високо ризикованим бізнесом, який вимагає максимально ретельного розрахунку і планування. В останні роки все частіше управлінці у сфері агробізнесу звертають увагу на проектне управління, як на можливість найбільш ефективно використовувати наявні ресурси і залучати додаткові інвестиції. У зв'язку з цим, використання елементів проектного управління або переходу підприємств аграрної галузі від класичного менеджменту до проектного – представляється досить актуальною, де найважливішою умовою успішного впровадження проектного менеджменту в агробізнесі, є швидка окупність проектів, що може статися при збільшенні обсягу продукції на ряду зі зменшенням матеріальних і трудових витрат на одиницю виробленої продукції.

Стандартно модель проекту складається з чотирьох сукупних частин: маркетингової, виробничої та збуту, організаційної та фінансової. Але в цій моделі обов'язково повинні бути розкриті такі аспекти проекту як доступність бізнес ідеї для її практичної реалізації, організаційні заходи щодо створення і реалізації проекту, інвестиції та способи їх залучення, переваги і відмінності в порівнянні з конкуруючими господарствами, виявлення ефективності діяльності і реалізації продукції, аналіз сегментів ринку збуту та його місткість, особливості та ресурсне забезпечення, модель керівництва і людський потенціал проекту [1].

Ефективні і сміливі рішення проектів у сільському господарстві дозволять вигідно відрізнитися від конкурентів, зайняти гідне місце в сегменті агровиробництва, а ретельний розрахунок дасть повну картину майбутньої рентабельності та окупності проекту. Відмінною рисою проектного управління у виробництві сільськогосподарської продукції, це підвищені ризики, які пов'язані зі всілякими кліматичними змінами, біологічними ризиками і т.п. Так само важливо враховувати перевиробництво і недовиробництво, митні, податкові та інші квоти і обмеження. Всі ці ризики повинні бути проаналізовані і висунуті рішення щодо їх зниження.

Особливістю застосування проектного управління в сільськогосподарській галузі є те, що в сучасних економічних умовах багатьом сільгоспвиробникам вкрай складно залучити інвестиційні ресурси для реалізації рентабельного проекту. Це обумовлено тим, що як вітчизняні, так і зарубіжні інвестори не мають достатніх гарантій щодо повернення вкладених коштів. Як правило, обсяг необхідних інвестицій для реалізації проектів значно перевищує обсяг наданого ініціатором проекту забезпечення. Ліквідність пропонованого забезпечення також має вкрай низький рівень, а високі ризики, пов'язані з відсутністю ефективного і сучасного фінансового менеджменту, створюють

проблему для інвестора з моніторингу за ходом реалізації проекту.

На сьогодні проектний менеджмент у сфері сільського господарства має ряд особливостей, які не дозволяють більш широко використовувати цей інструмент управління. Для просування впровадження проектного управління в агробізнес необхідна в першу чергу державна підтримка проектів сільськогосподарської спрямованості, крім цього, доцільно формувати проектне мислення у керівників аграрних підприємств і готувати необхідні кадри, які володіють сучасними знаннями з проектного менеджменту та мають компетенції з використання програмного забезпечення управління проектами. Реалізація даних пропозицій дозволить грамотній організації діяльність усіх учасників агробізнесу, залучити додаткові інвестиції, підвищити рентабельність сільськогосподарського виробництва.

Література:

1. Павлова С.І. Проектно орієнтовані організації як розвиток методів управління підприємством / С.І. Павлова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. – 2016. – № 4 (78). – С. 170–176.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА – ЧИННИК СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Т. Олійник, к.е.н., доцент

Дніпровський національний університет ім. О. Гончара

Сучасний стан становлення в Україні ринкової економіки характеризується високим динамізмом внутрішніх структурних зрушень, спричинених формуванням домінуючого приватного сектору суб'єктів підприємництва і удосконаленням механізмів державного регулювання їх розвитком та суттєвими змінами зовнішнього і внутрішнього середовища. Ці зміни зумовлені процесами посилення глобалізації та економіко-політичної інтеграції як багатоваріантність взаємодії і взаємозалежності між собою, що породжує численні ризики і загрози їх економічній безпеці.

За своєю спорідненістю сутності явища «економічна безпека» має аналогічну змістовність для усіх суб'єктів та економічних відносин, досягнення якої полягає у захищеності суб'єкта економічних відносин від певних загроз, що може бути результатом випереджальної дії щодо появи джерел небезпеки. Якщо під безпекою розуміється «стан захищеності» від ймовірних загроз, то досягнення безпеки полягає у нейтралізації загроз, які зазвичай проявляються в економічній чи фінансовій кризі як явище, що генерується ризикованістю економічної діяльності. В загальному розумінні ризик-атрибут прийняття рішень в умовах невизначеності, відсутності інформації про події, явища і процеси, що унеможлиблює достовірне прогнозування розвитку підприємницької справи суб'єктів господарювання, призводить до певних втрат, дестабілізації їх економічної системи, втрати фінансової безпеки.

За природою походження вся сукупність чинників, які несуть загрозу

економічній безпеці, може бути поділена на дві групи ризиків: об'єктивні та суб'єктивні [1]. Останні зумовлюються нераціональними діями, так званім «людським фактором»; об'єктивні, є ризиками-дестабілізаторами економічної безпеки які не залежать від волі і свідомості підприємця. Це дає підставу сприймати ризик об'єктивно-суб'єктивною категорією що зумовлює дестабілізацію економічної безпеки. При цьому ризики-загрози для економічної безпеки проявляються в комерційних, фінансових, інвестиційних і виробничих сферах. Їх поява залежить від зовнішніх умов, що визначають основні параметри вирішення проблем при відсутності достовірної інформації з їх оцінки, а їх величина прогнозується за методологією ймовірності.

Внаслідок чого, сучасна практика досягнення економічної безпеки суб'єкта підприємництва повинна будується на засадах мінімізації об'єктивних ризиків-загроз. Проте необхідно враховувати і суб'єктивні причини виникнення загроз економічній безпеці, які можуть бути наслідком не усвідомлення менеджментом реальних ситуацій, недосконалого прогнозування чи управлінських прорахунків. Адже проблеми дестабілізації економічної безпеки починаються не тоді, коли зовнішнє середовище свідчить про критичну зміну визначальних її факторів, а тоді, коли менеджмент не в змозі сприймати, реально оцінювати ці зміни, які несуть загрозу, а відтак і в не змозі організувати превентивний захист від них в системі антикризового управління.

Таким чином, виходячи із сутності явища «економічна безпека» та її досягнення в економічній діяльності суб'єкта підприємництва, зумовлює два варіанти його поведінки: перший ґрунтується на розумінні безпеки як не допущення загроз її порушення, наслідком чого є власне самоствердження, ототожнювань із захищеністю стабільності економічної діяльності; другий варіант полягає не тільки у створенні захищеності від загроз, стільки у розвитку внутрішніх сил, що зміцнює інтереси, цінності, саме існування підприємця, його діяльності. Звідси перший варіант у досягненні економічної безпеки можна віднести до «оборонного», другий – до «наступаючого».

Література:

1. Кириченко О.А. Деякі критерії оцінки економічної безпеки підприємства / О.А. Кириченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 23. – С. 22–26.

ПРИНЦИПИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГАЛУЗІ РИБНИЦТВА

*О. Зубко, асистентка
кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
аспірантка кафедри менеджменту і права
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Економічному середовищу сучасного ринку, в якому здійснюють свою діяльність підприємства галузі рибництва, властива невизначеність, нестабільність, мінливість, що відповідно вимагає від підприємств галузі

рибництва якісного управління та постійного контролю конкурентоспроможності своєї діяльності. Якісне управління конкурентоспроможністю підприємств галузі рибництва визначається здатністю формування конкурентних позицій, а також підвищення та утримання їхнього потенціалу на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Конкурентоспроможність галузі рибництва передбачає наявність у ній:

- раціональної галузевої структури;
- групи підприємств-лідерів, які є прикладом та підтягували б інші підприємства галузі до свого рівня;
- налагодженої прогресивної виробничо-технічної бази;
- гнучкої галузевої інфраструктури;
- відпрацьованої системи науково-технічної, виробничої та комерційної співпраці як всередині галузі рибництва, так і з іншими галузями в країні та за її межами.

Згідно із основними теоретико-методологічними підходами галузева конкурентоспроможність визначається впливом певних умов на діяльність суб'єктів, сукупність яких цю галузь формує. За сприятливої дії цих сил, підприємства галузі рибництва можуть досягнути високого рівня конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках, що у свою чергу служитиме індикатором конкурентного становища галузі в цілому.

В свою чергу механізм управління конкурентоспроможністю підприємств галузі рибництва доцільно визначити як сукупність взаємопов'язаних організаційних та економічних важелів й інструментів, які впливають на генерування цінностей і примноження конкурентних переваг задля забезпечення успішного функціонування та розвитку як окремого підприємства, так і галузі рибництва в цілому.

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств галузі рибництва слід будувати так, щоб основні його елементи в результаті формували цільові комплексні блоки, які відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких має сприяти результативному здійсненню управлінських рішень у сфері рибництва.

Усі блоки механізму управління мають бути пов'язані один з одним і тим самим формувати певну цілісність. Тобто вони мають бути об'єднані єдиним принципом - кожний блок забезпечує рішення проблеми формування, забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємства, забезпечення стійкої конкурентної позиції, примноження конкурентних переваг.

Відповідно, побудова механізму управління конкурентоспроможністю підприємств галузі рибництва має відповідати принципам:

- адаптивності, сутність якого полягає в здатності системи управління конкурентними перевагами ефективно виконувати свої функції та досягати поставлених перед нею завдань в умов змін внутрішнього та зовнішнього середовища організації;

- урахування дії законів організації структур і процесів, що становить неодмінну умову здійснення якісного управління;
- інтеграції, що передбачає погодженість між цілями і завданнями, які ставляться перед підприємством як у довгостроковому, так і в короткостроковому періодах, а також забезпечуваними конкурентними перевагами;
- дотримання вимог сукупності наукових підходів до управління;
- гнучкості - можливість зміни системи забезпечення конкурентних переваг підприємства в результаті накопичення інформації, модернізації технології або коректування стратегії діяльності організації;
- клієнтоорієнтованості та орієнтації на конкретні ринки і потреби;
- використання сучасних методів аналізу, планування, прогнозування та оптимізації;
- системності та комплексності, який полягає у розробленні та виконанні цілого комплексу заходів щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства;
- урахування дії економічних законів конкуренції;
- динамічності, забезпечення конкурентних переваг, аналіз та оцінка результатів проведеної роботи повинні мати динамічний характер, що диктується безперервним розвитком ринку та постійною зміною ринкових умов та кон'юнктури;
- забезпечення адекватності та гнучкості механізму завдяки своєчасному врахуванню змін конкурентного середовища та внутрішньому коригуванню;
- примноження компетентностей підприємства та нарощення прибутків;
- інноваційності, який полягає у тому, що для досягнення довгострокового лідерства на ринку необхідним є впровадження інноваційних моделей менеджменту, використання нестандартних управлінських рішень.

ЗОЛОТЕ ПРАВИЛО МОРАЛЬНОСТІ ТА ЗОЛОТЕ ПРАВИЛО НАКОПИЧЕННЯ БОРГУ: СПІВВІДНОШЕННЯ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК

Д. Ясинська, аспірантка

*О.В. Добровольська, доктор економічних наук, доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Згадки про золоте правило моральності датуються першим тисячоліттям до нашої ери. Теза «(не) вчиняй з іншими так, як ти (не) хотів би щоб вчиняли по відношенню до тебе» згадується в багатьох світових релігіях, нею керується більшість філософів, в найдавніших джерелах права, таких як: Закони Манавадхармашастра, XII таблиць, та ін., в тому числі, у відповідності до нього регулювались суспільні відносини, а взірці світової літератури та мистецтва присвячували йому свої твори. Наприклад, Конфуцій на питання учня про те чи можливо все життя керуватись одним словом, відповів: «Це слово – взаємність. Не вчиняй з іншими так, як не хотів би, щоб вчиняли з тобою». Християнська думка розглядає золоте правило моральності крізь призму любові: «Закон же любові полягає в тому, щоб людина бажала ближньому того ж самого добра,

якого бажає і собі та не бажала йому такого зла, якого не бажає собі».

Отже, один з основних законів всіх часів можна відобразити відношенням поведінки до себе до поведінки до інших людей за наступною формулою:

$$Vx = \frac{Dx}{Yx} \quad (1)$$

де Vx – раціональне зерно золотого правила моральності;

Dx – повинність здійснити вчинок (або утриматись)

Yx – область бажань (причина).

В свою чергу, даний закон супроводжує усі сфери життя, включаючи політику, економіку, право. Тому, зосередимось на його дії крізь призму економічної кризи і звернемось до самої причини її утворення. Таким чином, процес утворення економічної кризи можна пояснити за допомогою загальноприйнятого «золотого правила моральності» шляхом надання відповіді на питання «золотого правила накопичення боргу».

Отже, свого роду інша версія «золотого правила моральності» в економічній доктрині буде передбачати собою «золоте правило накопичення боргу». Тобто, чим вище реальне економічне зростання, тим нижче реальні ставки процентів по державному боргу і більш жорсткою фіскальна політика (тобто первинний дефіцит бюджету від'ємний), тим безпечнішим і стабільнішим є процес накопичення державного боргу. Класичне «золоте правило накопичення державного боргу» полягає в додержанні нерівності

$$gt > it \quad (2)$$

де i – реальна ставка процентів по виплатах державних зобов'язань;

g – реальне економічне зростання

Таким чином, для того, щоб правило було вірним і працювало – необхідно дотримання нерівності, а саме щоб реальні темпи економічного зростання були вищими за реальні ставки процентів по виплатах державного боргу. Різницю між реальною процентною ставкою та індексом економічного зростання називають диференціалом процентної ставки відносно економічного зростання ($i-g$). Згідно із «золотим правилом», він має бути від'ємним [1].

Так, оскільки забезпечення сталого економічного розвитку здійснюється шляхом успішного функціонування більшості сегментів нашої промисловості, серед яких виокремимо: сільськогосподарський, будівельний, машинобудівний, металургійний та інші, важливим вбачається дослідження питання здійснення та регулювання суспільних відносин саме на підставі засад доброчесності.

І в даному випадку виникає причинно – наслідковий взаємозв'язок між «золотим правилом моральності», тобто, чесним трудом людей, який здійснюється на засадах доброчесності, шляхом докладання максимальних зусиль для отримання суспільно корисного результату, що і призводить до динамічного економічного розвитку всієї держави, та «золотим правилом накопичення боргу», яке передбачає собою збільшення грошового боргу під час економічного розвитку держави. Отже, бачимо, що ці два правила в

економічній доктрині працюють, а тому, з метою нівелювання ризиків виникнення макроекономічної кризи – необхідно слідкувати за дотриманням правила моральності, яке буде також регулювати економічний розвиток, і в момент стимулювання правила боргу – контролювати процес шляхом забезпечення превентивних заходів, наприклад, посиленням державної фіскальної політики.

Література:

1. Н.І. Демчук, Т.Є. Унковська. Чи можливе економічне диво в Україні? Економіка України. 2013. Вип. 12 (625) с. 4 – 20.

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІТИК – ПРОФЕСІЯ МАЙБУТНЬОГО

*Н.Дуброва, доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

В світі з'явилася велика кількість нових професій, які потребує новий технологічний устрій та суспільство. Однією з таких стала професія – фінансовий аналітик. Сучасна економіка потребує не стільки фінансистів, скільки спеціалістів з фінансів, які знайомі з актуальними вимогами, що вимагають від своїх співробітників працедавці заради успішного ведення бізнесу. Такі вимоги щорічно формуються у CFA Candidate Body of Knowledge.

Фінансовий аналітик - це професійний експерт-економіст, спеціаліст з певного сектору ринку. До його обов'язків входить: аналіз та управління грошовими потоками з метою зростання добробуту, підвищення ефективності роботи та створення конкурентних переваг, управління фінансовими ризиками з метою захисту інтересів власників бізнесу, аналіз тенденцій, процесів та інструментів фінансового ринку та пошук обґрунтованих управлінських рішень, фінансові інновації як спосіб створення нових продуктів та послуг та просування на нові ринки, проведення проектного аналізу з використанням сучасного аналітичного апарата, що враховує фактор невизначеності, а також вирішення спірних питань у фінансах з етичної точки зору.

Основна діяльність фінансового аналітика пов'язана з аналізом показників фінансової діяльності підприємств, порівнянням результативності з конкурентами і виробленням рекомендацій щодо поліпшення показників результативності.

Фінансовий аналітик повинен володіти такими особистісними якостями, як посидючість, терпіння, наполегливість, відповідальність, “педантизм” в роботі, чесність, акуратність, емоційно-психологічна стійкість, справедливість, цілеспрямованість.

До професійно важливих якостей фінансового аналітика відносяться: високий рівень математичних здібностей; здатність до аналізу, синтезу, узагальнення інформації; здатність протягом тривалого часу займатися певним видом діяльності; здатність швидко переходити від одного виду діяльності до іншого; гарний розвиток короткочасної і довготривалої пам'яті; висока стресостійкість; хороші навички роботи на комп'ютері; знання англійської

мови на високому рівні.

Як зазначає Горшунова І.В. «на ринку праці зростає кількість компаній, що бажають бачити серед своїх співробітників тільки кращих – зростають критерії відбору, посилюється сам процес відбору та підвищуються вимоги до кандидата», і щоб «підвищити кваліфікацію професіонали прагнуть отримати міжнародний сертифікат за своєю спеціальністю. Така сертифікація дуже цінується в компанії, кадрова політика якої передбачає підбір кращих на ринку співробітників. Наявність міжнародного сертифіката робить будь-якого кандидата більш привабливим в очах роботодавця» 1.

Такі вимоги і прагнення отримати нові знання та наявність міжнародного сертифікату сприяє зростанню популярності професії фінансового аналітика. Фахівці даного профілю можуть працювати на великих підприємствах, в банках, брокерських компаніях, економічних журналах.

Література

1. Горшунова І.В. Професійні вимоги до фахівців з фінансів в Україні / І. В. Горшунова // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2013. № 1. С. 221-230.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ СТРАХУВАННЯ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ

Ю.Масюк, к.е.н., професор

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

В сучасних умовах розвитку економіки актуальною і особливо необхідною на фінансовому ринку стала взаємодія банків і страхових компаній. Діяльність банківських установ характеризується підвищеними ризиками в порівнянні з діяльністю інших суб'єктів підприємництва. Тому значна увага приділяється вивченню основних видів кредитних ризиків, а також пошуку ефективних методів їх забезпечення. Ігноруючи страхування ризиків банківського споживчого кредитування, позичальники піддають себе ризику конфіскації заставного майна, придбаного за рахунок кредитних коштів. імовірність настання власної неплатоспроможності, яка може спричинити за собою нездатність повернути суму боргу, усвідомлює тільки частина позичальників, яка і укладає договори страхування, що забезпечують кредит.

Існує декілька способів забезпечення виконання кредитних зобов'язань, таких як порука, гарантія, страхування, застава, неустойка (штраф, пеня). Але одним із способів забезпечення виконання зобов'язань, які активно застосовуються в процесі здійснення кредитних операцій, є страхування кредитних ризиків.

Заруба О.Д. зазначає, що: «страхування кредитних ризиків – це страхування неплатежу, ризику настання відповідальності позичальника - юридичної особи за неповернення кредиту, а також ризику непогашення кредиту, що проводиться з метою захисту кредитно-фінансової сфери діяльності юридичних осіб. Це відносно новий вид страхування, який почав розвиватися з розвитком споживчого кредиту в країнах з ринковою

економікою, де населення купує будинки, автомобілі, товари тривалого користування з розстрочкою платежу» [1, с. 138].

Законом України про страхування передбачено два види страхування кредитних ризиків: страхування кредитів (у тому числі страхування відповідальності позичальника за непогашення кредиту) і страхування виданих та прийнятих гарантій [2].

Майновий інтерес кредитора може бути захищений безпосередньо - шляхом страхового захисту платоспроможності його боржника. За цієї форми страхових відносин страхувальником є позичальник. Він, безпосередньо страхуючи свою платоспроможність, посередньо захищає інтереси свого вірителя - кредитора. Водночас страховик, страхуючи платоспроможність позичальника, дає тим самим гарантію кредиторів повернути йому борг. Отже, із правового боку ця страхова операція є, за суттю, наданням страховиком страхового гарантійного зобов'язання, яке для кредитора слугує заставою на випадок неповернення йому боргу. З огляду на це у страховій теорії та практиці страхові відносини такого характеру іменуються заставними, або гарантійними.

Страховик виступає носієм страхового ризику, адже це особа, що зобов'язалась сплатити банку кредит в разі якщо він не був повернений позичальником. Очевидно, що страховий ризик має пряму залежність від реалізації кредитного ризику, адже реалізація страхового ризику відбувається тільки тоді, коли має місце реалізація кредитного ризику (неповернення кредиту), тобто перетворення події, що була застрахована, на реальну подію, що вже відбулась. Зазначимо, що кредитна операція, з певною часткою кредитного ризику обліковується у балансі банку доти, доки не буде здійснено погашення кредитної заборгованості. Отже, укладання банком договору страхування кредитних ризиків не призводить до того, що кредитні ризики банку зникають.

Страховий ризик трансформується в реальне зобов'язання страховика лише за умови настання страхового випадку. Страховий випадок - подія, передбачена договором страхування або законодавством, яка відбулася і з настанням якої виникає обов'язок страховика здійснити виплату страхової суми (страхового відшкодування) страхувальнику, застрахованій або іншій третій особі [2].

Отже, страховий ризик на момент укладання договору має лише умовну вартісну оцінку (як правило, в договорі страхування зазначається розмір страхового відшкодування, або ж порядок його визначення, якщо на момент укладання договору це визначити неможливо), що не може бути відображено, як зобов'язання у балансі страхової компанії до того часу, поки не настане страховий випадок.

Страхування кредитних ризиків має велике значення для надання кредитних послуг. Механізми здійснення страхування кредитів розроблені та в змозі ефективно функціонувати, але їх необхідно вдосконалювати, з урахуванням особливостей економіки нашої країни. І якщо стабілізувати економічну ситуацію в країні та дотримуватися вимог чинного законодавства,

страхування кредитних ризиків матиме величезний потенціал і буде дуже прибутковою справою

Література:

1. Заруба О. Д. Страхова справа: підручник. Київ: Т-во «Знання»; КОО, 2008. 321 с.
2. Про страхування : Закон України від 7 березня 1996 р. № 85/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр#Text> (дата звернення: 10.03.2021).

ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

УЗАГАЛЬНЕННЯ ОБЛІКОВИХ ДАНИХ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД УМОВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ

*Г.Павлова, д.е.н., професор
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Узагальнення облікових даних розкривається через сукупність способів побудови вихідних показників з позицій економічної безпеки. Головне на чому будуються правила забезпечення економічної безпеки бізнесу – це практично корисні висновки, засновані на аналізі обліково-аналітичної інформації.

Узагальнення обліково-аналітичної інформації на підприємстві будується в рамках чотирьох блоків:

1. Визначення індикаторів економічної безпеки і їх порогових значень.
2. Створення системи збору та обробки обліково-аналітичної інформації.
3. Розкриття взаємозв'язку інформаційних потоків і їх впливу на управління економічною безпекою.
4. Встановлення правил, обов'язкових для виконання з метою захисту економічної безпеки бізнесу.

Найважливішими елементами механізму забезпечення економічної безпеки бізнесу є моніторинг та прогнозування факторів, що визначають загрози економічній безпеці. При моніторингу загроз економічній безпеці за допомогою аналітичних індикаторів необхідно і можливо виявляти критичні «больові» точки і використовувати їх в якості порогових значень економічної безпеки, тобто граничних величин, недотримання яких перешкоджає нормальному розвитку бізнесу.

Перед підприємством виникає актуальне завдання внутрішньої самооцінки і прогнозування свого стану з точки зору виконання властивих йому функцій, вжиття заходів захисту цих функцій, тобто забезпечення економічної безпеки бізнесу від різних проявів зовнішнього і внутрішнього походження, що впливають на потенціал підприємства, створення системи моніторингу індикаторів економічної безпеки, обґрунтування і встановлення їх порогових значень, вживання заходів протидії загрозам.

Таким чином, механізм забезпечення економічної безпеки бізнесу – це система організаційно-економічних і правових заходів щодо запобігання економічних загроз. Він включає в себе наступні елементи: об'єктивний і всебічний моніторинг фінансово-господарської діяльності з метою виявлення і прогнозування внутрішніх і зовнішніх загроз економічній безпеці; розробку порогових значень економічних показників - індикаторів економічної безпеки.

Граничним значенням індикаторів економічної безпеки необхідно надати статус затверджених на рівні власників кількісних параметрів, дотримання яких повинно стати неодмінним елементом планування економічних програм розвитку підприємства. На основі системи критеріїв та індикаторів розробляється і реалізується стратегія економічної безпеки бізнесу.

Сутність підходу до визначення індикаторів економічної безпеки і їх порогових значень полягає в розгляді всього різноманіття обліково-аналітичних аспектів з єдиної позиції - їх впливу на прийняття управлінських рішень. Це дозволяє: по-перше, впорядкувати весь спектр характеристик торговельної діяльності; по-друге, вибудувати ієрархію системи цінностей; по-третє, організувати аналіз кожного аспекту, що мають свої специфічні властивості.

Завдання полягає в побудові оцінки, що дозволяє в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності чисельно визначити загрозу функціонування бізнесу, щоб своєчасно вжити заходів щодо недопущення цього.

Однак для підвищення часового ресурсу необхідно мати інформацію про причини, що обумовлюють появу і реалізацію загроз. Якщо економічна безпека бізнесу – це стабільне функціонування та розвиток в поточному і перспективному періоді, коли виключена ймовірність нанесення шкоди його фінансовим, матеріальним, інформаційним і інтелектуальним ресурсів, то серед основних причин появи і реалізації загроз економічній безпеці фігурують зниження стійкості бізнесу господарюючого суб'єкта та вичерпання його ресурсів. Таким чином, в якості критеріїв безпеки ми рекомендуємо показники, що характеризують стійкість бізнесу господарюючого суб'єкта та кількість ресурсів, необхідне для виконання поточних і прогнозованих завдань.

З метою здійснення внутрішнього контролю зміни індикаторів економічної безпеки на основі обліково-аналітичних даних складається спеціальна форма звітності. Форма включає в себе розрахунок порогових значень індикаторів економічної безпеки, їх фактичну величину, пояснення, висновки і рекомендації.

Розрахунок відхилень і аналіз показників даної форми, прийняття відповідних рішень і розробку заходів здійснюють фахівці інформаційно-аналітичного відділу департаменту економічної безпеки. Контрольні функції з реалізації прийнятих рішень виконує відділ внутрішнього аудиту. Тоді при фіксації змін в фінансово-господарської діяльності виділяється обмежена група змінних, які описують спостережувані процеси і найбільш сильно позначаються на захисті від зовнішніх і внутрішніх загроз і збереження ресурсів. За їх динамікою необхідно уважно спостерігати.

Розкриття взаємозв'язку інформаційних потоків і їх впливу на умови забезпечення економічної безпеки констатує необхідність первинного спостереження за поточною ситуацією і передбачення результатів фінансово-господарської діяльності в найближчий час. Стан фінансово-господарської діяльності є стабільним, якщо в умовах дії зовнішніх і внутрішніх загроз показник (індикатор) економічної безпеки не буде виходити за межі деякої області, обмеженою необхідним значенням цього показника.

Для конструктивного вивчення економічної безпеки фінансово-господарської діяльності необхідно скласти її модель, що дозволить провести кількісні дослідження властивостей, найбільш схильних до погроз. В першу чергу визначається сукупність можливих варіацій параметрів, що описують фінансово-господарську діяльність. Далі виявляються зміни стану обраних показників при порушеннях в роботі підприємства. Для цього знаходять та визначають структурні елементи та змістовно описують їх роботу. На наступному етапі описують зв'язки, що об'єднують елементи в систему, і дають їм спрощену інтерпретацію, створюючи картину бізнесу.

ФАКТОРИ РИЗИКУ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Л.Васільєва, д.н.держ.упр., професор

О. Морозова, студентка гр. МТ-1-17

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

У сучасній економіці керувати підприємством доводиться в умовах невизначеності та ризику. До невизначеності й конфліктності призводять негаразди як по горизонталі, так і по вертикалі управління, суперечності та конфлікти як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищах підприємства. За своєю природою жодна підприємницька діяльність не може бути абсолютно безризиковою. Ризики стають невід'ємною частиною господарського механізму підприємства, оскільки значною мірою впливають на фінансові результати господарської діяльності і спричиняють виникнення потреби у створенні відповідних механізмів управління ними.

Проведемо аналіз факторів ризику, що впливають на показники економічної діяльності підприємства. Розділимо їх на два основні класи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні чинники, в свою чергу, розділимо на фактори прямого впливу і опосередкованого впливу. Далі складемо перелік виявлених аналітичним способом ключових факторів ризику.

До факторів прямого впливу, які вимагають особливого контролю для підприємств, віднесемо:

- вартість сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів - здатність підприємства вибирати альтернативних постачальників;
- споживчий попит - робота служби маркетингу впливати на формування попиту на продукцію, послуги, моделі управління;

- модернізація конструкцій, комплексів і технологій - програма постійного вдосконалення інфраструктури;
- якість продукції - здатність підприємства постійно вдосконалювати цей параметр, менеджмент якості;
- престиж організації - позитивна репутація (реноме), гудвіл, бренд - результат роботи служби PR;
- конкурентна ситуація на ринку - вміння долати і ставити конкурентні захисні бар'єри, робота з державними, наглядовими органами та регулятором, розробка ефективної стратегії поведінки на ринку;
- державні стандарти, міжнародні стандарти, галузеві стандарти, норми і правила - впровадження передових і прогресивних, адаптація нормативної бази, розробка внутрішніх регламентів.

Факторами опосередкованого впливу на підприємства визначимо:

- технологічні переваги - рівень розвитку і потенціал технологій та наукових досліджень;
- інноваційні переваги - вміння передбачити, створити, впровадити і ефективно захистити результати інтелектуальної діяльності, наявність розвиненої інфраструктури для підтримки інноваційної діяльності;
- фінансові можливості споживача - здатність утримати споживача через програми лояльності;
- політика - здатність працювати з органами державної, муніципальної, місцевої та інших рівнів влади через створення в системі менеджменту особливої функціональної одиниці - GR-служби;

Окремо виділимо і досліджуємо найбільш важливі внутрішні чинники, що містять деструктивний компонент впливу на ключові показники в практичній діяльності підприємства:

- імідж керівництва - створення і підтримання позитивної репутації на різних рівнях взаємодії;
- життєвий цикл продукції - можливість і вміння своєчасно реагувати на коливання ринку, запитів й очікувань споживачів, поліпшення споживчих властивостей, сервісних можливостей і модернізації продукції, що випускається;
- рекламна діяльність - організація рекламних кампаній при просуванні продукції на нові ринки збуту або підтримки стійкого попиту на поточний асортимент;
- кваліфікація персоналу - постійне підвищення рівня професійної підготовки та освіченості, освоєння нових професій, вдосконалення особистих компетенцій керівництва та працівників підприємства;
- якість та ціна продукції - утримання паритетної ціни та належної якості продукції;
- організаційна структура управління - модель управління підприємством, при якій досягається максимальний економічний та синергетичний ефект;
- спеціалізація, концентрація виробництва - зниження витрат за рахунок більш ефективного використання ресурсної бази, оптимізація номенклатури

продукції, що випускається під вимоги ринку або замовника, вдосконалення технологій виробництва;

- продуктивність праці - впровадження нових професійних стандартів, вдосконалення ключових якостей працівників, модернізація виробництва, створення комфортних умов на підприємстві та активне залучення працівників в соціальні та творчі процеси, створення гідних умов дозвілля і відпочинку;

- стимулювання – пошук можливості щодо додаткового заохочення співробітників, створення і залучення працівників в змагальний процес;

- конструкторсько-технологічний рівень продукції - залучення всіх працівників до процесу поліпшення якості та споживчих властивостей продукції, кооперація науково-дослідних, конструкторських і виробничих підрозділ в сфері НДДКР.

Розглянемо перераховані вище фактори з точки зору динаміки і систематизуємо такі підходи до їх оцінки:

1. Інтегральний підхід.

2. Динамічний підхід.

3. Сутнісний (онтологічний) підхід, заснований на розкритті «глибинної», суперечливої (як пропозиція - інтелектуальної) еволюційної природи ризику.

4. Попереджувальний підхід, який вимагає більш ефективного прогнозу ризикових подій, Foresight.

5. Ігровий підхід.

6. Самоорганізація (саморегулювання системи в процесі виконання динамічних задач).

Фактори ризику, перераховані вище пропонується послідовно оцінювати з точки зору динаміки їх розвитку і впливу на діяльність підприємства, формуючи на основі результатів оцінки модулі управління.

Для кожного модуля розробляється набір інструментів і механізм їх застосування. Наприклад, для модуля управління ризиками персоналу розробляються механізми контролю виконання посадових обов'язків та робочого часу, терміни здачі звітності, розробляються програми мотивації та стимулювання.

Для модуля управління фінансами розробляються механізми контролю витрат та інвестицій, включаючи інструменти фінансового аудиту, управління ризиками шахрайства та неправомірних витрат.

Також, окремі модулі управління повинні бути орієнтовані на такі види контролів: комплаєнс та юридичний.

Обов'язковою вимогою повинно бути вдосконалення модуля страхового захисту майнових інтересів підприємства.

Таким чином, обумовлюється передумова для вдосконалення методики розробки комплексу управління ризиками підприємства, що враховує динамічні характеристики процесів, що відбуваються на підприємстві, включаючи процеси прийняття відповідальних управлінських рішень, структурної та функціональної перебудови системи управління підприємством, адаптації її до умов активного середовища і зовнішніх впливів різного характеру.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

М.Бардадим, к.е.н., доцент

Т.Погорєлова, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Загальний рівень економічної безпеки вітчизняних підприємств сільського господарства є низьким, про це свідчить: низький загальний показник безпеки, погіршення якості діяльності підприємств в фінансовій та господарській сфері, недостатньо ефективне використання активів, низька прибутковість на одну гривню власного капіталу, недостатній професійний рівень працівників та низька інвестиційна привабливість через застаріле обладнання, зростання кількості збиткових підприємств та сум збитків. Серед факторів, які до цього призвели можна виділити: негативний вплив зовнішніх та внутрішніх несприятливих умов, недостатній рівень нормативно-методичного забезпечення управління економічною безпекою на рівні підприємств, низька кваліфікація керівництва, недостатній досвід боротьби з загрозами економічного характеру та необхідністю підтримки економічної безпеки на належному рівні, нестача фінансових ресурсів тощо.

Організаційно-економічний механізм підвищення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств має базуватися на застосуванні системи методів та організаційних, нормативних, фінансових, інформаційних і мотиваційних засобах впливу на підвищення функціональних критеріїв економічної безпеки, впровадженням служби безпеки чи переданням функцій з її забезпечення іншим відділам підприємства.

Вважаємо, що пріоритетними напрямками підвищення рівня економічної безпеки сільськогосподарських підприємств повинні бути:

1) створення: великого високооснащеного виробництва, здатного застосовувати передові технології і використовувати високопродуктивну техніку.

2) організація машино-технологічних станцій для технічного і технологічного забезпечення діяльності селянських (фермерських) господарств та особистих підсобних господарств;

3) розвиток сільської інфраструктури: збутових і постачальницьких кооперативів; маркетинго-консалдінгових центрів; інформаційно-консультаційних служб; інвестиційно-інноваційного фонду.

4) державна підтримка сільськогосподарського виробництва по наступними напрямками:

- цінове регулювання: встановлення гарантованих цін на ресурси, захисних цін для підтримки вітчизняних виробників, заставних ціни для закупівлі в заставу продукції;

- кредитування: організація кредитів під сезонні витрати, бізнес-проекти субсидування процентних ставок по кредитах, ф'ючерсні контракти, лізинг

сільгосптехніки і устаткування;

- оподаткування: надання податкових пільг, реструктуризація податкової заборгованості.

- страхування: пільгове, різних видів ризиків, державні виплати при стихійних лихах;

- бюджетне фінансування: пряме бюджетне фінансування, субвенції, субсидії, дотації, компенсації, державні цільові програми.

- фінансування заходів із землеустрою, комплексному агрохімічному окультурення полів, по агро меліорації;

- проведення політики розумного протекціонізму: забезпечення вітчизняним товаровиробникам умов для нормальної конкуренції з зовнішнім ринком;

- компенсація витрат з утримання об'єктів соціальної інфраструктури села, що знаходяться у власності сільськогосподарських організацій;

- стимулювання припливу інвестицій в аграрну галузь.

ДЖЕРЕЛА ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПОТРЕБ ОПТИМІЗАЦІЇ КАДРОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

О.Чернецька, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Для формування економічної безпеки важливого значення набуває соціальний захист і якість життя населення. Активізація зусиль щодо посилення соціальних гарантій, захист прав громадян, розвиток людського капіталу є запорукою зміцнення економічного потенціалу вітчизняних товаровиробників, підтримання відповідного рівня їх економічної та кадрової безпеки. Розробка програми розвитку будь-якого підприємства як необхідної умови підтримання його конкурентоспроможності потребує посилення дієвості проведення ресурсного аналізу досягнення цілей, у процесі якого визначається, наскільки кадровий ресурс підприємства спроможний реалізувати програму розвитку.

Джерелами інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень щодо формування та контролю виконання кадрової політики підприємства є:

- інформація щодо умов праці, кваліфікації і встановлені оклади (тарифи, розцінки);

- облікова інформація щодо нарахування оплати праці;

- облікова інформація щодо утримань з заробітної плати та інших виплат;

- статистична звітність щодо праці та її оплати;

- аналітична інформація щодо ефективності використання кадрового потенціалу;

- податкова звітність щодо заробітної плати і руху кадрового складу.

Кадровий облік — це ціла система заходів щодо систематизації відомостей на всіх без винятку підприємствах — незалежно від розміру, форми власності, особливостей організаційної структури тощо. Облік особового складу працівників здійснюється спеціалістами відділу кадрів і охоплює облік осіб, що приймаються на роботу, облік поточного особового складу та облік

осіб, що звільняються з відповідної посади.

Основним первинним документом з обліку відпрацьованого часу та оплати праці є Табель обліку робочого часу. Для обліку ручних та кінно-ручних робіт призначено Обліковий лист праці та виконаних робіт. Для обліку робіт з обробки ґрунту (посівів) та нарахування заробітної плати за виконання такого роду робіт застосовують Обліковий лист тракториста-машиніста. Виконання транспортних робіт трактором оформляють Дорожнім листом трактора. Для обліку обсягу виконаних робіт, робочого часу і заробітної плати у будівництві, промислових, допоміжних та інших виробництвах і господарствах застосовують Наряд на відрядну роботу.

Первинний облік перевезення вантажів автомобільним транспортом та нарахування оплати водіям здійснюють на підставі Подорожнього листа вантажного автомобіля. У Розрахунку заробітної плати (оплати праці) обчислюють середньоденний заробіток за місяць і день, вказуються усі види оплати та утримань, а також суму, що належить до виплати. За виконання громадських і державних обов'язків, оплата праці, позапланові нарахування, натуральні видачі та інші виплати, а також утримання із заробітної плати, разові аванси, виплати за виконавчими листами відображають у Відомості інших доплат та утримань. Облік обсягу виконаних робіт і суми нарахованої оплати праці працівникам тваринництва відображають у Розрахунку нарахування оплати праці працівникам тваринництва.

Перевірені і затверджені бухгалтером дані первинних документів з обліку праці та її оплати узагальнюються і згруповуються за кожним працівником підприємства для здійснення розрахунків з ними. Групування даних облікових листів трактористів-машиністів здійснюють у Накопичувальній відомості обліку використання машинно-тракторного парку, подорожніх листів вантажних автомобілів – у Накопичувальній відомості обліку роботи вантажного автотранспорту. Наступним зведеним документом, який дозволяє згрупувати обсяги виконаних робіт механізаторами, водіями вантажного автотранспорту та різноробочими у хронологічному порядку є Журнал обліку робіт і витрат.

Комплексний аналіз використання кадрового потенціалу підприємств включає: аналіз складу, структури та руху персоналу за різними класифікаційними ознаками, а також визначення їх впливу на результати господарської діяльності; аналіз конкурентоздатності працівника; аналіз формування кадрового потенціалу; аналіз ефективності використання персоналу підприємства; аналіз корпоративної культури; аналіз оптимізації витрат на персонал.

Оптимізація кадрового потенціалу спрямована на вирішення важливої економічної проблеми – зниження витрат на персонал та підвищення ефективності управління кадровим потенціалом підприємства. Отже, якість обліково-аналітичного забезпечення формування кадрової складової економічної безпеки є запорукою побудови ефективної стратегії розвитку будь-якого підприємства.

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Т.Погорелова, к.е.н., доцент

О.Чепець, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Найбільш значущими елементами інформаційної складової підприємства при забезпеченні його безпеки є оперативний і бухгалтерський облік.

Обґрунтовуючи місце оперативного обліку в системі інформаційного забезпечення економічної безпеки, слід виділити наступні його властивості:

- відображення господарських операцій безпосередньо в ході їх протікання;
- формування інформації безпосередньо в місцях її виникнення;
- простота отримання даних шляхом спостереження, складання сигнальної документації, використання анкет-опитувальників;
- нерегламентована форма надання даних (навіть без документального підтвердження).

Застосування даних оперативного обліку в процесі щоденного поточного управління підприємством дає можливість контролювати використання ресурсів підприємства, а також виявляти внутрішні резерви і конкурентні переваги підприємства.

У зв'язку з цим процедури щодо забезпечення безпеки слід розділити на три групи об'єктів контролю: контроль раціонального використання ресурсів, контроль дій персоналу, контроль взаємозв'язків з контрагентами, кожна з яких вимагає відповідного інформаційного базису. При цьому оперативні дані можуть бути отримані на основі даних фінансового, кадрового, виробничо-технічного, статистичного обліку, зовнішніх джерел інформації, а також інформації, генерованої безпосередньо підрозділом економічної безпеки.

Разом з тим, дані оперативного обліку не відрізняються високою точністю, що вимагає від фахівців з економічної безпеки обґрунтованих підходів до оцінювання їх достовірності.

На відміну від оперативного, бухгалтерський облік генерує достовірні і багатофункціональні дані для забезпечення інформаційних потреб окремих груп користувачів. Цей вид обліку перебуває на перетині інформаційних потоків, одержуваних від різних функціональних підрозділів, і тому він виступає джерелом формування корисної інформації про реальний стан внутрішніх економічних відносин для власників і персоналу підприємства.

У контексті розуміння бухгалтерського обліку як інформаційної системи можна охарактеризувати основні функції, виконувані ним при забезпеченні потреб економічної безпеки:

- безперервне, суцільне, документальне спостереження за економічними процесами і явищами, що відбуваються на підприємстві;
- контроль законності та доцільності здійснення статутної діяльності підприємства;

- створення інформаційної бази для планування заходів щодо забезпечення економічної безпеки і контролю їх здійснення;
- забезпечення всіх груп зацікавлених користувачів достовірною і своєчасною інформацією про економічні процеси, фінансовий стан і стан активів підприємства.

Таким чином, бухгалтерський облік розглядається як окремий елемент управління процесами по забезпеченню сталого функціонування підприємства, який, з одного боку, задовольняє інформаційні потреби фахівців з економічної безпеки при здійсненні контролю та аналізу фактів господарської діяльності, а з іншого, сам виступає інструментом контролю і аналізу в системі економічної безпеки.

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ю.Якубенко, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Ефективна діяльність підприємства в сучасному суспільстві вимагає особливих підходів до управління. Одним з таких підходів є контроль. Контроль як функція управління забезпечує прийняття оперативних та стратегічних рішень в галузі управління підприємством.

Основне призначення контролю - це забезпечення дотримання діючого законодавства, оцінка економічної ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Контроль заробітної плати - це функція управління, що складається з системи спостереження і перевірки процесу обліку заробітної плати відповідно до прийнятих управлінських рішень [1].

Основна мета контролю заробітної плати - об'єктивно вивчити стан обліку заробітної плати, на підприємстві і виявити чинники, що негативно позначаються на ньому.

Основні завдання контролю обліку заробітної плати:

- 1) забезпечити і проконтролювати витрати на оплату праці;
- 2) зміцнити законність державної та договірної дисципліни;
- 3) досягти економного та раціонального використання коштів передбачених для виплати працівникам;
- 4) виявити резерви зростання і використовувати їх для підвищення ефективності виробництва;
- 5) виявити шляхи вдосконалення роботи підприємства [2].

Загалом, контроль необхідний скрізь, де існує система, призначена для виконання певних завдань і досягнення певних цілей.

Переваги застосування контролю в управлінській діяльності [3]:

- заходи контролю виявляють недоліки і дають можливість скорегувати програму дій для подальшого здійснення діяльності, доповнюючи планування, яке в силу непередбачених обставин в майбутньому не може врахувати всіх

можливих ускладнень, що виникають в управлінській діяльності;

- контроль дозволяє виявити деструктивні і конструктивні явища, а також визначити перспективи для подальшого розвитку діяльності;

- контроль дозволяє вчасно виявити і виправити помилки і упущення, сприяючи запобіганню кризи в управлінській діяльності.

Основні функції контролю представлені на рисунку 1.

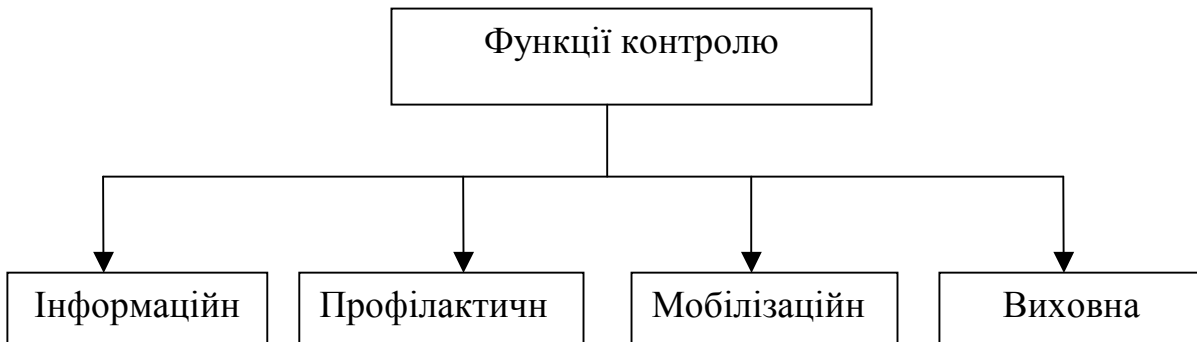


Рис. 1. Функції контролю

Отже, особливістю контролю і головною його складовою є зворотний зв'язок, який здійснюється між об'єктом управління і системою управління. Застосування зворотного зв'язку дозволяє отримати оперативну інформацію про дійсний стан справ керованого об'єкта і про фактичне виконання управлінського рішення.

Література:

1. Воронко Р.М. Контроль у системі споживчої кооперації України: сучасний стан та перспективи розвитку: *монографія*. Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2016. 448 с.

2. Саух І.В. Внутрішній контроль затрат на оплату праці: організаційний підхід. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2011. № 3(57). С. 146–151.

3. Гуцаленко Л.В., Коцупатрий М.М., Марчук У.О. Внутрішньогосподарський контроль : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 496 с.

ПОДАТКОВИЙ ОБЛІК У БАНКАХ

О.Губарик, к.е.н., доцент

Т.Саванчук, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Економічний результат діяльності банку визначається різницею між доходами і витратами банку, суми яких накопичено за рахунками класу 6 «Доходи» та класу 7 «Витрати» за правилами фінансового обліку. Для формування бази оподаткування, яку складають валові доходи банку зменшені на суму валових витрат, банк має вести в підсистемі податкового обліку їх

накопичення протягом звітнього періоду. Основні підходи до цієї процедури описані Інструкцією про порядок ображення в бухгалтерському обліку банками України поточних і відстрочених податкових зобов'язань та податкових активів (затверджена постановою Правління НБУ від 17 березня 2009 року № 140) (зі змінами від 21 вересня 2020 року № 135) [1].

Банк здійснює відображення в бухгалтерському обліку поточних та відстрочених податкових активів і зобов'язань за відповідними рахунками Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України, затвердженого постановою Правління Національного банку України від 11 вересня 2017 року № 89 (зі змінами 2020 р.) [2].

Податок на прибуток поділяється на поточний і відстрочений.

Поточний податок на прибуток - це сума податку на прибуток, визначена у звітному періоді відповідно до податкового законодавства України.

Відстрочений податок на прибуток – це сума податку на прибуток, що визнана відстроченим податковим зобов'язанням і відстроченим податковим активом.

Згідно з Інструкцією про порядок відображення в бухгалтерському обліку банками України поточних і відстрочених податкових активів та податкових зобов'язань, поточний податок на прибуток визнається зобов'язанням у сумі, що розрахована за звітний період відповідно до податкового законодавства України. Перевищення сплаченої банком суми податку на прибуток над сумою, яка підлягає сплаті визнається дебіторською заборгованістю за податком на прибуток. Дебіторська заборгованість та зобов'язання з поточного податку на прибуток згортається, якщо погашення зобов'язання здійснюється як залік цієї дебіторської заборгованості. Банк повинен визначати тимчасову різницю, що підлягає оподаткуванню, для розрахунку розміру відстроченого податкового зобов'язання. Відстрочене податкове зобов'язання збільшує суму податкового зобов'язання, що підлягає сплаті в наступні періоди.

Банк визнає відстрочене податкове зобов'язання щодо тимчасової різниці, що підлягає оподаткуванню, крім тих випадків, за яких різниця виникає внаслідок операцій первісного визнання: – гудвілу; – активу або зобов'язання в результаті господарських операцій, які не впливають на обліковий і податковий прибутки.

Банк повинен визначати тимчасову різницю, що підлягає вирахуванню, для розрахунку розміру відстроченого податкового активу.

Перерахування банком суми податку на прибуток відображається такою бухгалтерською проводкою:

Дт 3520 «Дебіторська заборгованість за податком на прибуток»,

3620 «Кредиторська заборгованість за податком на прибуток»

Кт 1200 «Кореспондентський рахунок банку в НБУ».

Визнання витрат з податку на прибуток супроводжується такою проводкою:

Дт 7900 «Податок на прибуток»

Кт 3620 «Кредиторська заборгованість за податком на прибуток».

Згорання дебіторської та кредиторської заборгованості з податку на прибуток за звітний період відображається проводкою:

Дт 3620 «Кредиторська заборгованість за податком на прибуток»

Кт 3520 «Дебіторська заборгованість за податком на прибуток».

Банк відображає в обліку визнання відстроченого податкового зобов'язання такою бухгалтерською проводкою:

Дт 7900 «Податок на прибуток», 5100 «Результати переоцінки основних засобів», 5101 «Результати переоцінки нематеріальних активів», 5102 «Результати переоцінки боргових фінансових активів, які обліковуються за справедливою вартістю через інший сукупний дохід»

Кт 3621 «Відстрочені податкові зобов'язання».

Визнання банком відстроченого податкового активу супроводжується такою проводкою:

Дт 3521 «Відстрочений податковий актив»

Кт 7900 «Податок на прибуток» [2].

Отже, для обліковування валових доходів і валових витрат банки самостійно формують внутрішній план рахунків, що його передбачають у класі 8 чинного плану рахунків. Кожен банк цю роботу виконує з орієнтацією на власний програмний продукт і на зручність бухгалтерського персоналу при веденні обліку валових доходів і валових витрат.

Література:

1. Інструкція про порядок відображення в бухгалтерському обліку банками України поточних і відстрочених податкових активів та податкових зобов'язань: Затв. пост. Правління Національного банку України від 13 квітня 2009р. № 131 (зі змін і доп. від 21.09.2020 року) // https://bank.gov.ua/admin_uploads/law/21092020_135.pdf?v=4.

2. План рахунків бухгалтерського обліку банків України. Затверджено Постановою Правління НБУ від 11 вересня 2017 року № 89 (зі змінами) (зі змінами від 20.08.2020 року №123).

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О.Чепець, к.е.н., доцент

М.Бардадим, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Туристична індустрія в Україні та світі демонструє динамічні темпи розвитку, проте проблеми підвищення доходності туристичної діяльності залишаються актуальними для практики та такими, що потребують додаткового вирішення.

Для удосконалення ведення обліку доходів в туристичних компаніях потрібно, в першу чергу, створити додаткові субрахунки. Для того щоб одразу розуміти скільки доходу з кожної операції має підприємство, потрібно до субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт та послуг» створити субрахунок

7031 «Транзитний дохід від реалізації робіт та послуг».

Схематично це виглядатиме наступним чином:

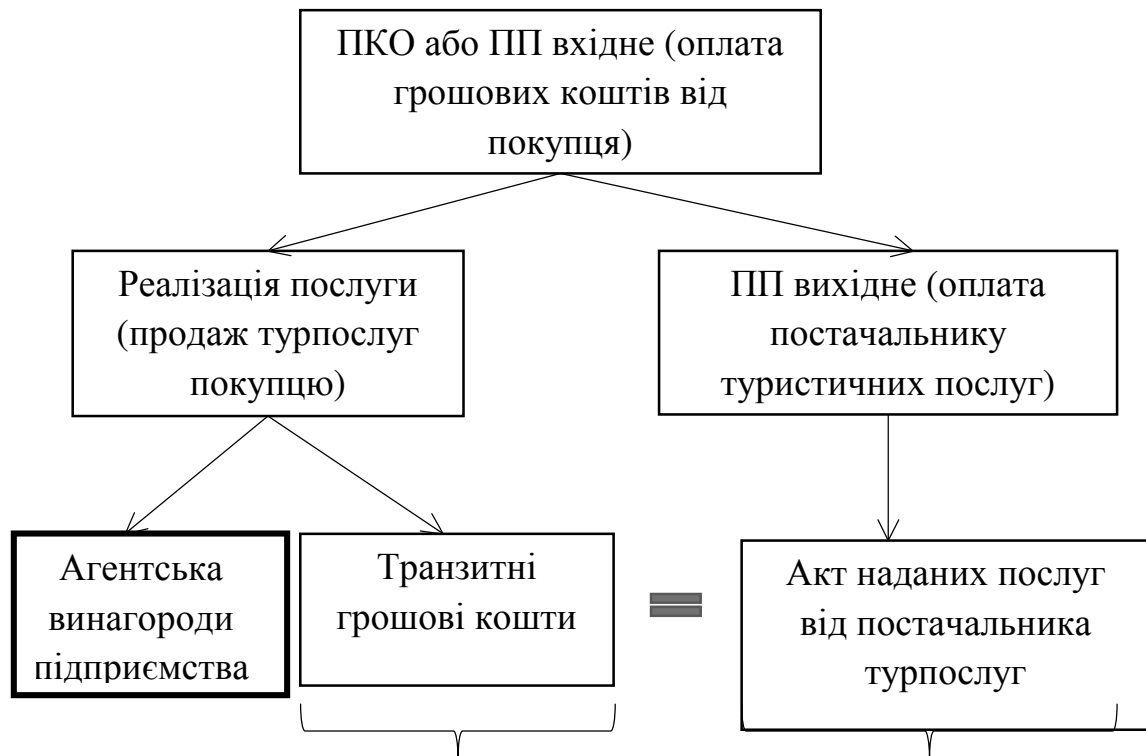


Рис. 1. Запропонована схема обліку доходів

Таким чином, продана туристична послуга буде мати вигляд:

Дт 361 Кт 7031 відображуємо транзитний дохід від реалізації робіт та послуг;

Дт 361 Кт 703 відображуємо дохід від реалізації робіт та послуг.

При запровадженні механізму відокремлення доходу від транзитних грошових коштів підприємство спрощує облік доходів. Керівництво буде мати змогу на обрану дату знати обсяг доходу товариства без додаткових калькуляцій. Те ж саме стосується продажу авіаквитків і страхових полісів.

При проведенні туристичних послуг через реєстратор розрахункових операцій доцільно розділяти суму на транзитну і на агентську винагороду.

Також необхідно автоматизувати цю ділянку, щоб виключити людський фактор. При проведенні через реєстратор розрахункових операцій потрібно щоб в програмі «Підприємство 1С 8.2» автоматично створювався документ «Звіт про роздрібні продажі» одразу з таким же змістом, як і запрограмований чек на РРО. Документ «Звіт про роздрібні продажі» буде мати такі проводки:

Дт 3011 Кт 703 визнання доходу від реалізації робіт та послуг;

Дт 3011 Кт 7031 визнання транзитного доходу від реалізації робіт та послуг.

Доцільно відображати продаж туристичної послуги не одним документом, а двома. В першому документі відображати агентську винагороду по субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт та послуг», а в другому документі саму туристичну послугу по субрахунку 7031 «Транзитний дохід від реалізації

робіт та послуг». Таким чином не буде порушено рівність:

Акт виконаних робіт від туроператора Дт 704 «Вирахування з доходу» Кт 631 (визнаємо вирахування з доходу на суму вартості турпродукту (п. 6.2 П(С)БО 16).

Продаж туристичної послуги агентом туристу Дт 361 Кт 7031 «Транзитний дохід від реалізації робіт та послуг».

Якщо послуга надана, але грошові кошти за неї ще не отримані - пропонуємо користуватись рахунком 69 «Доходи майбутніх періодів». Проводити документ «Реалізація товарів та послуг» в звітному періоді двома строчками:

Дт 361 Кт 7031 відображаємо транзитний дохід від реалізації робіт та послуг;

Дт 361 Кт 69 відображаємо доходи майбутніх періодів.

В момент отримання грошових коштів від покупця робити зворотною кореспонденцію.

Дт 69 Кт 361 відображаємо повернення доходів майбутніх періодів;

Дт 361 Кт 703 відображаємо дохід від реалізації робіт та послуг.

Таким чином дані про отримання доходу не будуть перекручуватись і відповідати дійсності.

ОПОДАТКУВАННЯ ОБ'ЄДНАНЬ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНОГО БУДИНКУ

*А.Міньковська, ст. викладач
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Громадяни – власники квартир та будинків можуть створювати об'єднання співвласників багатоквартирного будинку та вступати до них. Дані об'єднання діють відповідно до Закону України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» від 29 листопада 2001 р. № 2866/III та створюються для забезпечення і захисту прав його членів та дотримання їхніх обов'язків, належного утримання та використання неподільного і загального майна, забезпечення своєчасного надходження коштів для сплати всіх платежів, передбачених законодавством та статутними документами.

Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (далі – ОСББ) є неприбутковою організацією і не мають на меті одержання прибутку для його розподілу між членами об'єднання.

Разом з тим, обов'язковою умовою присвоєння їм статусу неприбуткової організації є включення ОСББ до Реєстру неприбуткових організацій та установ та присвоєння їм коду неприбутковості - 0043.

Найпоширеніший вид доходу, який отримує ОСББ і який підлягає оподаткуванню, – орендна плата. Отримана орендна плата не звільняється від оподаткування.

ОСББ, яке є неприбутковою організацією, у разі перевищення загальної суми від здійснення операцій з постачання товарів/послуг протягом останніх 12

календарних місяців 1 млн. грн. (без урахування ПДВ) має в обов'язковому порядку зареєструватися платником ПДВ.

У випадку встановлення ОСББ для власників жилих і нежилих приміщень окремої плати за послуги з перерахунку отриманих від таких власників коштів підприємствам, організаціям, що надають послуги з водо-, тепло-, газо-, електропостачання, гарячого водопостачання та інші послуги, в ОСББ виникає об'єкт оподаткування ПДВ виходячи з вартості утриманої плати за послугу з перерахунку коштів. Щодо коштів, які надходять на банківський рахунок об'єднання від власників жилих і нежилих приміщень для компенсації видатків на утримання і ремонт приміщень або іншого майна, яке перебуває у спільній власності об'єднання, то вони не підпадають під об'єкт оподаткування ПДВ (за умови, що таку суму компенсації не встановлено та не затверджено у вигляді тарифу органом місцевого самоврядування).

Крім того, відповідно до статті 4 Закону про ОСББ об'єднання може здійснювати господарську діяльність для забезпечення власних потреб безпосередньо або шляхом укладення договорів з фізичними чи юридичними особами. Така господарська діяльність об'єднання (наприклад, здача в оренду нежитлових приміщень) підпадає під визначення об'єкта оподаткування ПДВ і підлягає оподаткуванню цим податком за ставкою 20%.

Згідно з вимогами Податкового кодексу від оподаткування звільнюються доходи ОСББ, отримані у вигляді внесків, коштів або майна, які надходять таким неприбутковим організаціям для забезпечення потреб їх основної діяльності та у вигляді пасивних доходів.

Таким чином, доходи об'єднання співвласників багатоквартирних будинків у вигляді основних засобів, переданих у встановленому порядку з комунальної власності на баланс такого об'єднання, не підлягають оподаткуванню податком на прибуток за умови, що таке об'єднання внесено до Реєстру неприбуткових організацій та установ і використовує це майно для забезпечення потреб основної діяльності.

ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

О.Ткаченко, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Інтеграція України у світове співтовариство, необхідність адаптації до ринкових умов викликала необхідність реформування бухгалтерського обліку. Для прийняття управлінських рішень необхідна інформація яку надається бухгалтерський облік.

Але сьогодні вимоги до бухгалтерського обліку змінилися. Він повинен відповідати вимогам міжнародних стандартів, задовольняти потреби внутрішніх та зовнішніх користувачів інформації, виявляти резерви підвищення ефективності виробництва. Таким чином, інформація, яка надається бухгалтерським обліком, повинна бути більш деталізованою, поширеною та

релевантною, відповідати інтересам не тільки зовнішніх, але й внутрішніх користувачів. У зв'язку з цим в економічно розвинутих країнах бухгалтерський облік поділений на 2 підсистеми: фінансову та управлінську. Та частина системи бухгалтерського обліку, яка забезпечує потреби управління в інформації, називається управлінським обліком.

Головною проблемою серед підприємств України є підвищення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва. Особливо гостро ця проблема стоїть для підприємств, що задіяні в процесі виробництва та переробки сільськогосподарської продукції. На конкурентоспроможність впливає багато факторів, але головним серед них залишається ціна, за якою той чи інший товар пропонується на ринку. В основі формування ціни продукції знаходяться витрати, пов'язані з її виробництвом. Як наслідок, ефективне управління витратами дозволяє підприємству використовувати методи цінової конкуренції в процесі досягнення тактичних та стратегічних цілей.

Розглядаючи сучасний стан щодо впровадження управлінського обліку в практику підприємств України, слід визнати, що складності, які спостерігаються при цьому, викликані певними історичними особливостями формування відношення до професії бухгалтера.

В СРСР для виконання частини цих функцій була запроваджена спеціальна професія економіста, що призвело до створення планово-економічної служби підприємства. По суті справи, бухгалтерія і раніше, і тепер готує необхідні дані про фактичні наслідки діяльності, а нормативно-планову та аналітичну інформацію – економічна служба.

Такий поділ обов'язків не завжди давав належні наслідки, часто виникали непорозуміння та складності при підготовці інформації та її аналізі, виникали додаткові потоки інформації при передачі інформації з одного відділу в інший тощо. Тим самим, функції контролю в системі внутрішньогосподарських відносин розділились. Контроль за збереженням власності залишився у бухгалтерії, а за наслідками діяльності підрозділів – у економічній службі. В сучасних умовах відмова від складання річних та перспективних планів призвела до значного скорочення, а то і до повної ліквідації економічної служби на підприємствах, внаслідок чого контроль за раціональним використанням ресурсів у підприємствах перестав здійснюватися або значно скоротився.

Таким чином, впровадження на підприємствах України управлінського обліку обумовлене наступними основними причинами:

1. Зростання конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринках збуту вітчизняної продукції;
2. Наявність різних форм власності, що веде до появи різних груп користувачів управлінської інформації;
3. Підвищенням інтернаціоналізації ринкових відносин і підприємницької діяльності.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ

ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА В УКРАЇНІ: АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ONLINE-ПЛАТФОРМ

*О. Карамушка, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Швидкі темпи розвитку інформаційного суспільства впливають на прискорення темпів впровадження інновацій різних рівнів та нових науково-технічних досягнень в процес освіти, тим самим продукуючи нові вимоги до окремих ланок підтримки освіти, оцінки її якості, розробки стандартів та рекомендацій, шляхів формування інтелектуального потенціалу, підвищення компетенцій тощо. Збільшуються вимоги до якості надання освітніх послуг на базі електронних освітніх просторів. Інформаційне середовище швидко формує у людей нові звички, стереотипи поведінки, культурні запити і нові цінності. Формуються нові електронні мережеві співтовариства, які виробляють, постачають та використовують інформаційні ресурси і тим самим сприяють вертикальному та горизонтальному розвитку електронного освітнього простору.

Щоб зробити дистанційне навчання максимально ефективним, дистанційне навчання має бути належним чином організовано через систему організації, технології, програмування та програмних кроків. Платформа дистанційного навчання є ключовим компонентом комунікації партнерів з дистанційної освіти. У цій системі викладачі використовують мультимедійні навчальні ресурси для створення універсальних навчальних курсів, персоналізації їх відповідно до потреб та здібностей кожного студента та підтримки студентської діяльності. На сьогоднішній день у світі існує велика кількість платформ електронного навчання, які поділяються на дві категорії: закриті (комерційний) та відкриті (безкоштовне розповсюдження). В умовах карантину всі заклади вищої освіти були змушені перейти на дистанційну форму навчання. В Україні здобули популярність 4 основні платформи для організації навчального процесу: Google Classroom, Microsoft Teams, ZOOM та Moodle.

Позитивними аспектами застосування дистанційної освіти у вищих навчальних закладах є: 1. Можливість навчання у зручні для студента або слухача місці та часі; 2. Отримання якісної освіти без відриву від виробництва; 3. Одночасне охоплення великої кількості студентів що навчаються у вищому навчальному закладі; 4. Ефективне використання наявних матеріально-технічних ресурсів вузу; 5. Зростання інформатизації навчального процесу в цілому; 6. Здобуття освіти незалежно від місця проживання, надання можливості отримання освіти іноземним громадянам; 7. Підвищення творчої та інтелектуальної активності як студентів так і викладачів; 8. Висока якість навчання, на рівні очної форми, за рахунок використання передових технологій

та сучасних навчально-методичних матеріалів під час підготовки дистанційного навчання.

Освітні інформаційні технології є важливою складовою сучасної системи освіти на всіх рівнях. Впровадження ІТ-освіти створює нові можливості для всіх учасників навчального процесу: скорочення часу необхідного для пошуку та доступу до потрібної інформації, прискорення відновлення освітнього змісту та покращення рівня індивідуалізації освіти та відповідь на поточні виклики сьогодення.

З урахуванням сучасних тенденцій в освіті зміна форм організації навчання у закладах вищої освіти повинна відбуватися у напрямі переходу до форм змішаного навчання з використанням систем підтримки дистанційного навчання та передбачати використання як традиційних форм навчання (лекції, практичних робіт, семінарів, консультацій, самостійної роботи та ін.), так й інноваційних (інтерактивних відео лекцій, віртуальних лабораторій), а провідними методами навчання в закладах вищої освіти повинні стати методи, що стимулюють пізнавальну активність учнів і забезпечують їх залучення до систематичної самостійної роботи у процесі навчання.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕРЕЖНИХ КОМУНІКАЦІЙ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАСОБАМИ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ

С. Мороз, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Розвиток мобільного інтернету, зростання кількості мережних сервісів, здешевлення інтернет-зв'язку, дистанціювання внаслідок карантинних обмежень та інші чинники сприяють переміщенню внутрішніх й зовнішніх комунікацій підприємств у мережне середовище.

Вдосконалення внутрішніх комунікацій між співробітниками структурних підрозділів доцільно засобами мобільного зв'язку та месенджерів (WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger, Viber, Skype). Для забезпечення зазначеного деякі підприємства купують корпоративні номери й компенсують своїм співробітникам послуги зв'язку. Перспективним для організації мережного документообігу, наприклад, при складанні планів закупівель по замовленням підрозділів, є використання таблиць Google із заданими правами спільного доступу.

Великі підприємства формують корпоративні інформаційні системи для збору інформації про поточні операції, ресурси, витрати й для управління підприємством. Такі системи ґрунтуються на технологіях розподіленої обробки даних й різноманітних бізнес-додатках, котрі мають в тому числі й мобільну реалізацію. В цілому впровадження мережних технологій у внутрішні комунікації має на меті покращення якості й оперативності інформаційного обміну.

Зовнішні комунікації можуть бути націлені на формування привабливого іміджу підприємства, рекламу та просування продукції, зростання продажів, маркетингові дослідження, пошук та підтримку клієнтів, інвесторів тощо.

Для рг-компаній популярними інструментами наразі є публікації досягнень у профільних журналах та порталах, профілі підприємств, фахівців та інфлюенсерів у соціальних мережах. Для оцінювання мережної популярності фірми на основі пошукових запитів, можна використовувати додаток Google Trends (<https://trends.google.com.ua>). Доречні також конкурентні й регіональні порівняння.

Для вивчення побажань клієнтів задля покращення обслуговування доцільно проводити опитування на основі Google форм. Саму анкету можна розміщувати на сайті чи на Google диску з надсиланням клієнту гіперпосилання доступу до анкети для її заповнення.

Рекламна компанії в Інтернет може опиратися на такі інструменти як E-mail розсилки, зворотній зв'язок на сайті, банери, СМС розсилки, повідомлення у месенджерах, профілі компанії у соціальних мережах. У мережі для автоматизації реклами й зв'язку пропонуються різні сервіси, в тому числі безкоштовні для формування СМС розсилок, інтернет-зв'язку, продажів тощо (Similar Web, OWOX BI, Reply.io, ProZorro, GrainTrade). Причому безкоштовні мають переважно однозадачний функціонал, що призводить до паралельного використання численних додатків.

Зазначене ставить задачу консолідації інтернет-активності підприємства на одній платформі. Такою платформою може бути сервіс Бітрікс24. Для оцінки функціональності можна створити безкоштовний профіль, проте в роботі доцільно використовувати повний функціонал. Перевагами сервісу є інтеграція з Google документами, контакт-центр, модулі управління задачами та CRM, можливість підключення допоміжних додатків, зокрема телефонії, соціальних мереж та месенджерів, створення магазинів та сайтів тощо.

Центром комунікацій підприємства може також виступати власний сайт, проте це потребує значних зусиль по створенню і наступній його модерації. Провести оцінку мережної активності на сайті та його аудиторії можна засобами безкоштовного сервісу Google Analytics.

Отже, в тренді перенесення даних у хмарне оточення й розширення онлайн послуг доречно використовувати їх для вдосконалення внутрішніх й зовнішніх комунікацій.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF MODERN AGRARIAN MANAGEMENT

N. Samarets, Ph.D., Associate Professor

Effective development of agro-industrial production is impossible without the introduction of modern technologies. Progressive technologies of minimal soil cultivation and precision farming are widely being used in domestic agriculture – an integrated high-tech agrarian management system that includes a wide range of innovations: Land remote sensing (LRS), global positioning (GPS), geoinformation systems and technologies (GIS) and the involvement of unmanned aerial vehicles.

Here are some examples of agricultural GIS applications.

«1. Precision Farming – Harvesting more bushels per acre while spending less

on fertilizer using precision farming and software.

2. Disease Control – Combating the spread of pests through by identifying critical intervention areas and efficient targeting control interventions.

3. 3D Scanners for Biomass – Measuring with laser accuracy 3D biomass using the FARO scanner.

4. Real-time Crop Yields – Shifting to real-time crop monitoring and targeted, automated responses with drones and precision watering sensors.

5. Current Food Security – Safeguarding food insecure populations by establishing underlying causes through satellite, mobile-collected and GIS data storage.

6. Plant Hardiness – Defining distinct boundaries in which plants are capable of growing as defined by climatic conditions.

7. Machine Performance – Logging geographic coordinates of agricultural machinery in a farm field to better understand the spatially variability cost of field operation and machinery performance.

8. Future Food Demand – Diagnosing the future food demand and planning how to fulfill the needs of a growing and increasingly affluent population.

9. Crop Assimilation Model – Simulating soil, water and crop processes to better understand crop productivity and monitoring using the Crop Assimilation Model tool in GRASS GIS.

10. Crop Forecasting – Predicting crop yields using NDVI, weather, soil moisture, soil types and other parameters» [1].

The world leader in the platform for building the most advanced GIS is ArcGIS, a family of geoinformation software products by the American company ESRI. These technologies are used globally to support decision-making based on the spatial data analysis in the field of public administration, business, science, and industry. The most well-known specialized GIS agricultural products include AgroView, a software product of the German company GAF, AgromINE and Panorama AGRO (Ukraine).

Geosys, the first international digital agriculture company founded by agro-specialists in France, is making a significant contribution on a global level to the development of powerful tools for agrarians based on satellite mapping, Internet technologies, satellite imagery database management, and the intellectualization of the area borders creation. Geosys provides a wide range of services: from international risk management and monitoring of agricultural production to improving sales quality and supporting the organization of precision agriculture through the latest advances in agronomy. The company develops customized business solutions for large international agribusinesses.

Література:

1. GIS Geography (2019). 1000 GIS Applications & Uses – How GIS Is Changing the World. Retrieved from <https://gisgeography.com/gis-applications-uses>

OPTIMAL PORTFOLIO MODELS FOR GROWING CEREALS AND OILSEEDS

N. Vasylieva, Doctor in Economics, Professor

Cereals and oilseeds are the world prime field crops utilized for food, feed, and bio-fuel production. Diversification enables farmers to mitigate agricultural risk, forecast incomes, and allocate restricted resources the most profitable way. Such economic approach complies with an environmental goal of maintaining agricultural biodiversity and a social objective of providing the global food security. The dominant grain crops in Ukraine are wheat, maize, and barley. Those ones among oilseeds are sunflower, soybeans, and rapeseed. Pursuing the previous research [1], the offered portfolio models focus on amplifying Ukrainian harvests and exports of cereals and oilseeds as well as on comparing the applied practices with the best world experiences. The latter was implemented by means of Markowitz mean-variance indicators and made possible to track top progress in performing production portfolios for 2020.

Firstly, the conducted study considered 20 countries which occupied 83.1%, 64.3%, and 78.8% of the global farmland under wheat, maize, and barley and employed cereals production portfolios. The calculated expected diversified revenue varied between 0.2% in Australia and 5.8% in India. The portfolio risk ranged from 16.6% in the USA to 42% in Romania. Present portfolio revenue amounted to \$191.2 per ha in Kazakhstan up to \$1339 per ha in France.

Secondly, the accomplished research examined 10 top portfolio producers which accumulated 74.6%, 63.1%, and 75.4% of the world harvested areas under sunflower, soybeans, and rapeseed respectively. Here the calculated diversified revenue varied between 1.7% in France and 8.7% in Romania. The portfolio risk ranged from 15% in China to 31% in Argentina. Present portfolio revenues were \$301.4 per ha in Kazakhstan up to \$1167.6 per ha in the USA.

Thirdly, the research analysis revealed that Argentina, Canada, China, France, India, Kazakhstan, Romania, Russia, the USA, and Ukraine run effective large scale portfolios by both cereals and oilseeds.

The Markowitz portfolio models appeared to be a relevant mathematical tool to foster growing the world prime field crops at a country level. Largely, it would reduce uncertainty in yields and prices triggered by natural and marketing risks intrinsic to agribusiness. Given the conditions of farming in Ukraine, the developed models ran subject to four the most beneficial scenarios to balance minimal risks and maximal incomes. The obtained outputs advised decreasing the farmland shares under wheat and barley down to 35% and 15%. While over 50% of sown areas should be distributed under maize. Similarly, sunflower and soybeans should occupy below 40% and 25% of the agricultural lands intended for growing oilseed crops. Rapeseed should cover over 35% of the cultivated area. Overall, applications of the articulated Markowitz models under different scenarios can ground the farmers' strategies purposed to diminish portfolio risks during the recession period or raise expected portfolio revenues in times of economic expansion.

Certainly, the indicated figures need regular updating to meet the typical yield and price volatility in cereals and oilseeds sectors of Ukrainian agriculture. Indeed, being the global price-takers, the national farmers can't influence a marketing risk. However, there are some counter measures. Ukrainian growers should implement the modified technologies and innovative management to amplify their yields of cereals and oilseeds by the levels of the most advanced producers in the world. As such, the national agricultural authorities ought to promote this activity, encourage biodiversity and provide financial protection of the domestic farmers involved in growing cereals and oilseeds.

Література:

1. Vasyliieva N. Application of Markowitz Portfolio Theory to Producing the World Major Field Crops. AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics. 2020. Vol. 12, No. 4. P. 123-131.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АГРОБІЗНЕСІ

О. Білоткач, викладач

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Інформаційні технології (ІТ) – це інвестиційний товар, тому йому доводиться конкурувати з іншими напрямками діяльності компанії за інвестиційні ресурси, які зазвичай завжди обмежені.

Оснащення фермерських господарств сучасними засобами комунікації може бути фактором, що сприяє отриманню ринкової інформації, тому впливає на поліпшення їх конкурентоспроможності.

Обсяг даних про агробізнес постійно збільшується за рахунок датчиків, супутникового моніторингу та інших технологій збору інформації.

Інформаційні технології в сільському господарстві використовуються з метою оптимізації виробництва, моніторингу стану сільськогосподарських угідь, модернізації та технічного переоснащення сучасних підприємств, автоматизації виробництва та управління підприємством, ресурсозбереження, підвищення продуктивності виробництва та контролю якості продукції.

Існує багато централізованих цифрових платформ, які використовують агрономічні дані, зібрані за технологією точного моніторингу, історичними даними про погоду та іншими джерелами для проведення детального аналізу.

Вдосконалюючи обсяг, якість, потік та частоту інформації, що використовується у сільському господарстві та інших етапах ланцюга вартості, виробництво продуктів харчування може стати більш ефективним, продуктивним та стійким.

Існує потенціал, що цифрові платформи можуть забезпечити інтеграцію ланцюга вартості та інформаційних систем. Платформи не тільки можуть поєднати покупців і продавців, але вони також можуть упорядкувати допоміжні послуги та підвищити загальну ефективність системи.

Обсяг даних про агробізнес постійно збільшується за рахунок датчиків, супутникового моніторингу та інших технологій збору інформації.

Якість інформації покращується за допомогою більш досконалих інструментів збору даних.

Інформаційні технології у сільському господарстві слугують для формування карт врожайності, руху техніки; обчислення потреб в насінні, матеріалі для посадки, добриві; складання схеми посівних площ на майбутні роки; оцінки стану ґрунту; формування електронного польового журналу з можливістю сортування по року врожаю; прогнозування технологічних операцій на майбутній сезон.

Інформаційні технології можуть слугувати стимулом для покращення якості та безпечності харчових продуктів. Удосконалення в таких сферах, як біоінженерія насіння та продовольства, платформи інформаційних та комунікаційних технологій та робототехніка надають нові можливості для отримання продуктів харчування розумнішими способами.

Технічний прогрес відкрив нові можливості для американських інвесторів на ринках інтелектуального фермерства, який революціонізує методи виробництва в сільському господарстві, оптимізує потреби в аграрних ресурсах і збільшує обсяги продукції за допомогою широкого спектру технологій.

Інформаційні технології та інформаційні системи тісно взаємопов'язані між собою. На основі інформаційних технологій функціонують всі інформаційні системи. Українська ІТ-галузь нині успішно конкурує на світовому ринку і є надійним джерелом валютних надходжень, що сприяє підтримці курсу гривні.

Поява нових технологій у сфері агрономії призводить не тільки до вдосконалення самої сфери, а й до виникнення нових професій та спеціальностей, які є досить актуальними на ринку праці.

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ОНЛАЙН ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В ДДАЕУ

В. Дмитрієва, к.і.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Дисципліна «Електронний бізнес» є невід'ємною частиною у підготовці менеджера, економіста, маркетолога та інших фахівців, які планують будувати свою діяльність на використанні сучасних засобів онлайн комунікації, діловодства та аналізу інформації. Ця дисципліна надає можливості отримати навички використання інформаційних технологій в системах управління ресурсами (ERP – Enterprise Resource Planning System), логістикою постачань (SCM – Supply Chain Management) та взаємовідносинами з клієнтами (CRM – Customer Relationships Management). Однією із важливих потреб для представника електронного бізнесу є отримання актуальної, свіжої та релевантної інформації, при чому, не в «сирому» її вигляді, а у вигляді готових агрегованих звітів, які постійно мають оновлюватись. Інтернет пропонує до використання як інструменти умовно-безкоштовні так і безкоштовні онлайн ресурси для аналізу даних. Серед таких ресурсів можна назвати: Open Web

Analytics, AWStats, Real Time Web Analytics, Google Analytics. Для аналізу даних діяльності електронного магазину, розташованого на одній або кількох web-сторінках ці технології надають сервіс, який дозволяє після реєстрації створювати звіти, будувати метрики, розраховувати нові показники. Фахівець сфери електронного бізнесу може тут отримати інформацію про поведінку постійних та потенційних покупців, які завітали на сайт; визначити коефіцієнт конверсії; дізнатися про можливості оптимізації власного сайту завдяки відстеженню пошукових ключових слів за назвами товарів або послуг, які цікавлять відвідувачів інтернет. Слід зазначити, що Google пропонує до використання SEO (Search Engine Optimization) – пошукову машину, яка допомагає підвищити шанси сайту компанії стати видимою та упізнаваною серед клієнтів. Зокрема, Google Search Console дозволяє оцінити трафік та ефективність сайту компанії. Для збору даних про клієнтів засоби web-аналітики використовують спеціальні трекери, які вбудовують в програмний код сайту або web-сторінки магазину. Застосування сучасних онлайн засобів дозволяє модифікувати сайти для використання їх на мобільному пристрої, а не лише на комп'ютері.

Важливими в діяльності представника електронного бізнесу є знання видів онлайн-реклами, способів її подачі та ресурсів для її розміщення. З цією метою в процесі навчання здобувачі можуть ознайомитися з сервісом Google-Ads від вибору типу реклами до обчислення її вартості та способу оплати (за один клік, кількість переглядів чи виконану дію).

Для започаткування електронного бізнесу існують корисні сервіси, в яких обов'язково мають бути обізнаними майбутні фахівці. Серед них – як державні так і приватні онлайн технології: Opendatabot – для моніторингу реєстраційних даних компаній; банківська онлайн-підтримка, яка надається агрокомпаніям, в тому числі в зовнішньо-економічній діяльності, сфері ІТ, готельному та ресторанному бізнесу, торгівельним компаніям та ін.; Merezha – онлайн платформа для підтримки малого та середнього бізнесу; «Портал підприємців», створений за підтримки Міністерства розвитку, торгівлі та сільського господарства України; портал «Дія», як реалізація проекту, що нещодавно започаткований в Україні; Taxer, Bookkeeper, Web-Звіт, Dilovod, iFin та інші сервіси для ведення онлайн бухгалтерії та формування звітності.

Завдяки переліченим ресурсам майбутні фахівці отримують в ДДАЕУ уявлення та практичні навички роботи, знайомляться з інструментами онлайн комунікації, збору та аналізу інформації. В процесах вивчення дисципліни «Електронний бізнес» безкоштовність, відкритість та доступність перелічених ресурсів є незамінними для отримання корисного досвіду їх використання у майбутній діяльності.

QR-КОДИ ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

С. Нужна, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Сучасний стан інформатизації навчального процесу орієнтовано на використання комп'ютерних інформаційних технологій навчання, які від початку розвивалися двома напрямками. Перший напрям передбачає використання елементів програмованого навчання, тобто використанням автоматизованих навчальних систем за різними навчальними дисциплінами. Другий напрям упровадження інформаційних технологій у навчання тісно зв'язаний із процесами інформатизації різних галузей людської діяльності, у тому числі і в аграрній сфері. Сьогодні стратегія вищої освіти в Україні орієнтована на міжнародні стандарти, у яких важлива роль належить новим програмно-технологічним засобам інформатизації та індивідуалізації навчання.

Стрімке поширення мобільного Інтернету і компактних пристроїв відкрило світові велику кількість можливостей. З цього приводу, дедалі більшої актуальності набуває такий освітній тренд, як мобільне навчання. Практика сьогодення показує, що мобільні пристрої і додатки легко вбудовуються в процес навчання і роблять його більш ефективним. Студент XXI століття прогресивний і має доступ до будь-якої інформації світових джерел за допомогою своїх гаджетів. Самі ж студенти все більше і більше застосовують мобільні технології і використовують їх регулярно в своєму особистому житті. Тому не дивно, що для сучасних молодих людей не складе особливих труднощів застосувати мобільні пристрої для навчання, а не тільки для своїх конкретних потреб. Одним з прикладів такого застосування, є використання QR-кодів для доступу до інформації. QR-код (англ. quick response — швидкий відгук) — це новий вид штрих-коду, в якому кодується різна інформація. Для створення QR-кодів потрібної інформації (адреси сайту, презентації, відеолекції тощо) викладач повинен використати спеціально розроблені онлайнсервіси, які дозволяють швидко згенерувати його будь-якої складності. Така можливість є на сайті Всеосвіта (<https://vseosvita.ua/>), при використанні інструментів педагога, а саме, QR коди.

Даний сервіс дає можливість сформувати динамічне посилання на відповідні інформативні ресурси, які заштриховані в QR коді. Це дає можливість мобільним пристроям швидко зчитувати код доступу до інформації, при чому, зовсім, не потрібно вписувати довгі посилання. Сервіс *QR коди* забезпечує можливість згенерувати QR код, застосувавши різні види форматування: додати логотип, обрати колір, додати коротке посилання, рамку, коментар для користувача. На рисунку наведено приклади оформлення згенерованого QR коду на сторінку кафедри інформаційних систем і технологій Дніпровського державного аграрно-економічного університету (рис. 1).



Рисунок 1. QR код з інформацією про кафедру ІСіТ, ДДАЕУ

Одне й теж посилання можливо використовувати для створення декількох інших QR кодів. Такий принцип роботи з сервісом дає можливість створення десяти безкоштовних QR кодів. Для постійного використання є можливість оформлення професійного пакету вартістю 99 грн/рік. Крім того сервіс *QR коди* дозволяє завантажувати QR коди у форматі SVG. SVG (*Scalable Vector Graphics*)- XML мова розмітки на основі векторної графіки. Це текстовий файл, який є відкритим веб-стандартом для опису двовимірних векторних зображень без втрати якості при масштабуванні. Також підтримує інтерактивність і анімацію.

QR коди є елементами інформатизації процесу навчання. Їх можливо створювати для швидкого мобільного доступу до різних інформаційних джерел. Приклад згенерованого QR коду з посиланням на демонстрацію лекції у вигляді презентації наведено на рис. 2.



Рисунок 2. QR код з посиланням на презентацію

Отже, якщо доступ до інформативного ресурсу (презентація однієї з лекцій для студентів) має вид посилання <https://drive.google.com/file/d/1ndYQekhzT6TKwcqyALS70toAZG8i3W66/view?usp=sharing>, то коротке посилання засобами *QR коди* буде - <https://vse.ee/wsa>. Це значно зменшує рівень помилки при введенні і, зовсім, унеможлиблює з використанням QR коду, наприклад з мобільних пристроїв.

Варто зазначити, що сучасні технології сприяють не лише якісному вивченню навчальних предметів, а й формуванню цифрової компетентності як студентів, так і викладачів. Використання мобільних телефонів на заняттях призводить до економії часу, підвищенню мотивації освітян та якісного зворотного зв'язку між викладачами і здобувачами освіти.

Підбиваючи підсумки, можна зазначити, що головним завданням

інформатизації навчального процесу є створення такого навчального інформаційного середовища, що сприятиме підвищенню пізнавальної активності студентів і слухачів, їх інформаційної культури та надасть можливість більш глибоко опанувати дисципліни, а також стимулюватиме процес адаптування майбутніх фахівців до практичної професійної діяльності вже під час навчання.

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСАМИ ADONIS АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

*І. Шрамко, старший викладач
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

На сьогоднішній день аграрна сфера, в економіці України, є однією з головних галузей. Для ефективного функціонування аграрному підприємству необхідно застосовувати глобальний підхід до працівників здатних здійснювати повноцінне та ефективне управління підприємством. Розвиток інформаційних технологій суттєво змінив набір знань та навичок менеджерів аграрної сфери. Сучасному менеджеру аграрного підприємства необхідно мати навички по роботі з апаратним і програмним забезпеченням різних типів, орієнтуватися в інформаційному середовищі та володіти мережними інформаційними технологіями. Системне та своєчасне узгодження взаємодій керівника підприємства з іншими працівниками, за допомогою інформаційних технологій, дозволить отримати найбільший ефект при управлінні аграрним виробництвом.

Комплексний підхід до процесу управління аграрним підприємством можна здійснити за допомогою програмного продукту ADONIS німецької консалтингової компанії в області управління BOC Information Technologies Consulting GmbH IT-Consulting (<https://www.boc-group.com/en/>). Дана компанія розробляє програмне забезпечення в області бізнес-аналізу та спеціалізується на створенні програмних рішень для візуального та імітаційного моделювання процесів.

Система ADONIS дозволяє отримати модель аграрного підприємства, яка включає вичерпний опис бізнес-процесів, робочого середовища, інфраструктури та робочого процесу, містить інструменти для аналізу, оцінки та моделювання процесів.

Сьогодні здатність аграрного виробника швидко реагувати на ринкові зміни, модернізувати продукцію, швидко впроваджувати інноваційні технології та організаційні структури стає головними факторами виживання підприємства на ринку та забезпечення його конкурентоспроможності. Для збереження своїх позицій на ринку в цих умовах аграрії змушені кардинально переосмислити форми та методи ведення свого бізнесу.

ADONIS - це рішення, що містить більше однієї стандартної конфігурації. Це багатокористувацьке середовище моделювання з об'єктно-орієнтованою структурою, що підтримує міжнародні стандарти та позначення (серед них - BPMS, LOVEM, EPC, UML, BPMN). ADONIS можна адаптувати до будь-якої

конкретної методології моделювання. Завдяки своїй відкритій структурі ADONIS має інтеграцію з багатьма інструментами, включаючи MS Visio, MS Excel, а також інтерфейси з інструментами Workflow- та CASE-системами управління документами тощо.

ADONIS пропонує потужний, але простий у використанні графічний редактор, який дозволяє виконати вичерпний опис моделі компанії. ADONIS дозволяє створювати моделі з різним ступенем деталізації, встановлювати безліч параметрів та атрибутів для кожного об'єкта. ADONIS надає ряд додаткових компонентів. Серед них найбільш цікавими є моделі IT-систем (опис архітектури та структури IT-системи компанії) та ER-діаграми (опис структури баз даних).

Компонент аналізу в ADONIS заснований на мові запитів, що дозволяє виконати оцінку отриманих моделей. Результати можуть бути представлені як в графічній, так і в табличній формі. ADONIS дозволяє виконувати різнопланову оцінку моделей, виводити таблиці відносин, генерувати звіти. Для подальшої обробки даних можна експортувати результати в стандартних форматах (CSV, TXT і HTML).

Застосування даної системи надасть можливість розглянути проблеми управління аграрним підприємством у взаємопов'язаному комплексі та, відповідно, підняти ефективність роботи менеджера.

МЕНЕДЖМЕНТ І ПРАВО

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ ЗМІНАМИ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Н. Горобець, к.с.-г.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

З метою зміцнення конкурентоспроможності та підвищення виробничо-економічних показників діяльності агропідприємств під час розробки стратегій їх розвитку в умовах кризи доцільно використовувати відповідний діагностичний інструментарій стратегічного аналізу, зокрема, наступні методи проведення змін:

1) Метод, орієнтований на персонал та на культуру організації, - наприклад, DELPHI. Даний метод може застосовуватись з метою покращення відносин між працівниками за рахунок відкритого обговорення проблематики питань; виявлення проблем під час виконання довгострокових програм; аналізу спільної роботи та планування щодо доцільності проведення змін для підвищення ефективності роботи команди; розробки гнучких графіків роботи групи; формування програм якості життя працівників.

2) Метод, який орієнтований на завдання та технологію, (SWOT-аналіз, логістична концепція для динамічного моделювання JUST-IN-TIME іThink, ReThink, архітектура інтегрованих інформаційних систем ARIS TooLSet –

багатоклієнтське середовище для аналізу бізнес-процесів, PQM – управління якістю процесів). Наведені методи застосовуються з метою проведення реінжинірингу бізнес-процесів, управління якістю, ощадливого виробництва.

3) Метод, який орієнтований на структуру та стратегію, - PEST-аналіз. Даний метод використовується для забезпечення гнучкості і адаптивності організаційної структури, а також планування та прогнозування змін.

4) Дегрисяний метод (CRM - розвиток і управління бізнесом), який включає модернізацію обладнання, створення єдиної команди, зміну керівництва. Даний метод базується на використанні сучасних управлінських та інформаційно-комунікаційних технологіях.

5) Проектний метод – PERT, діаграма Ганта. Наведені методи застосовуються з метою проектування робіт, оцінювання та планування забезпечення ресурсами

Крім зазначених методів в діяльності агропідприємств використовуються й бенчмаркінг, аутсорсинг, диверсифікація тощо. У відповідності до джерел кризових процесів агропідприємствам доцільно обирати той метод, який найкраще та найшвидше допоможе усунути виявлені проблеми згідно з антикризовою стратегією. Здійснення управління стратегічним розвитком підприємств аграрного сектору на підставі використання методів проведення змін надає можливість для впровадження ефективного механізму адаптації до перетворень.

Усвідомлення необхідності перетворень, позитивне налаштування на зміни керівника та його управлінської команди, широке залучення колективу до обговорення плану інновацій, всебічна підтримка й мотивація працівників забезпечать високу результативність діяльності аграрних підприємств під час досягнення стратегічних цілей.

У той же час, потрібно наголосити на тому, що вибір методу управління змінами в агропідприємствах залежить не лише від обраної стратегії, але й від ситуації, яка склалася, наявного ресурсного потенціалу підприємства, потреби у змінах, впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому керівникам сільськогосподарських підприємств потрібно враховувати дані обставини та комбінувати, доповнювати, корегувати або використовувати частково наведені методи управління змінами.

ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Пальчик, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Динамічний розвиток ринку в аграрному секторі відкрив можливість створенню абсолютно нових систем керівництва процесом аграрного виробництва і ресурсною сферою різних аграрних утворень, ефективним проявом яких є використання логістичних підходів.

На поточний момент в сфері керівництва бізнесом реалізуються спроби збільшення сектору використання логістичних підходів. Теоретичні, методичні

та практичні здобутки логістичного управління активно застосовується в операційній та стратегічній сфері функціонування підприємств у більшості галузей. В сучасній практиці підприємницьких структур зворотній ефект проявляється у відповідній економічній віддачі від зменшення витрат і часу на переформатування ресурсного забезпечення у логістичних системах.

Логістика, проникаючи практично у всі функціональні аспекти діяльності господарства, включає в себе планування, збут, моніторинг витрат, транспортування і зберігання ресурсів, напівфабрикатів і готових товарів, та в тому числі залежної інформації про доставку товарів від районів продукування до місця використання.

Переважна кількість підприємств, які вирішили ввести організацію виробничих процесів за логістичними принципами стали оптимальніше систематизувати весь виробничий процес.

За рахунок використання відповідної концепції склалися умови більш оптимального використання залучених засобів на закупівлю матеріалів, оптимально реалізувати купівлю матеріалів і сировини, диференціювати контрагентів, систематизувати цикл виробництва товарної продукції, оптимізувати процес збуту, і в тому числі залежні від нього інформаційні потоки, що супроводжують всі фази виробничого процесу.

Слідуючи всім цим принципам, господарства, які використовують логістичні підходи, можуть постійно утримувати та підвищувати рівень своєї конкурентоздатності, що дозволяє охоплювати доступні ринки матеріалів і товарних сегментів. Це і нова форма доставки товарів, її оформлення, а за побажанням споживача, це і поради з застосування товару та надання сервісу.

Через динамічні зміни ринкових факторів, виробництва, які застосовують логістичну систему, мають додаткову можливість гнучкого реагування системи на умови ринкового макросередовища, що також дозволяє реалізовувати цілі, встановлені перед виробництвом, тобто зменшення витрат і отримання збільшеного прибутку, враховуючи що матеріальний потік, пересуваючись від сировинної ланки через ланцюг функціональних, транспортних і проміжних ланок до кінцевого покупця, стабільно зростає у ціні. Дослідження проведені в європейських країнах свідчать, що в ціні товару, який дійшов до кінцевого покупця, більш ніж 70% мають затрати, що супроводжують зберігання, переміщення, пакування та інші процеси, що дозволяють переміщуватись матеріальному потоку. Тому в ситуації коли виробництво однією з ключових цілей має зменшення вартості продукції, ефективно використання логістики має основну роль у розв'язанні цієї проблеми.

Логістичне та стратегічне управління організацією знаходяться у складному поєднанні зв'язків, що необхідно враховувати при формуванні стратегії організації та здійснення інвестицій в логістичну сферу. Формуючи стратегію організації, інколи необхідно застосовувати виробничі зміни з метою раціонального використання існуючих потужностей відповідно до потреб та запитів ринку.

Створення логістичної концепції безпосередньо не співвідноситься з

величиною та обсягом діяльності організації. Для її формування не завжди необхідний незалежний підрозділ логістики, інколи вистачає створення груп логістичного забезпечення.

Концептуальні принципи реалізуються в практику через прийняття логістичних рішень у таких операційних сферах логістики як: логістика забезпечення, операційна логістика, реалізаційна логістика, логістика транспорту і таке інше.

Для узгодження та комбінування цілей забезпечення, виробництва і реалізації, доцільно формувати логістичну систему організації, яка опрацьовується базуючись на стратегічних цілях, організації що можуть реалізовуватись відповідно до ринкових змін. За даними різних обстежень своєчасність забезпечення підприємства матеріалами при виконанні такої системи підвищується до 95-97%, рівень запасів готової продукції на складах скорочується на 10-12%, обсяг незавершеного виробництва – на 20-30%, кількість порушень строків поставок – в середньому на 30-35%

Таким чином, тільки застосування логістики дозволить якісно і чітко відповідати на попит споживачів за мінімального розміру запасів і витрат забезпечити його. Відсутність раціональної спільної логістичної системи організації веде до розбалансованості в функціонуванні підрозділів організації.

Рішення про використання логістики в організації доцільно приймати базуючись на визначених сподіваннях прогнозованих результатів від застосування логістичних підходів. Вона має ввести до зменшення довжини операційного циклу і термінів реалізації замовлень, накопичення матеріалів і товарної продукції, її до інтенсифікації її інноваційних процесів та конкурентоздатності, відповідність укладеним угодам, тощо.

Отже, використання логістичних систем управління матеріальними потоками значно покращує роботу підприємств незалежно від їх розмірів і виробничої спеціалізації.

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОБМЕЖЕННЯ МОНОПОЛІЗМУ ТА СПРИЯННЯ ЗМАГАЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Л.Пастернак, ст.викладач

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Монополізм це негативне явище економіки, що стримує конкуренцію між суб'єктами підприємницької діяльності і, як наслідок, стримує розвиток ринкових процесів в цілому.

На монополістичних ринках окремі виробники можуть впливати на ціну завдяки їхнім великим часткам у загальній кількості товару, який вони випускають. Коли продавці монополістичного ринку, або їхні суперники змінюють ціни чи обсяги продажів то наслідки позначаються на прибутках усіх учасників ринку.

Антимонопольне законодавство України включає ряд нормативних актів, що визначають основні засади державної політики по підтримці і розвитку

конкуренції, створення системи спеціальних державних органів по здійсненню нагляду і контролю в цій сфері та встановлення юридичної відповідальності за правопорушення.

Законодавство про захист економічної конкуренції ґрунтується на нормах, встановлених Конституцією України, і складається із законів України "Про Антимонопольний комітет України", "Про захист від недобросовісної конкуренції", "Про захист економічної конкуренції", "Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року" та міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, інших нормативно-правових актів, виданих на підставі законів чи постанов Верховної Ради України.

Відповідно до ст.42 Конституції України держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом. Тобто конституційна заборона стосується діяльності, націленої на недопущення, обмеження чи усунення конкуренції, незалежно від конкретних її видів.

Закон України "Про захист економічної конкуренції" (ст. 50) називає такі види порушень антимонопольного законодавства:

- 1) антиконкурентні узгоджені дії;
- 2) зловживання монопольним (домінуючим) становищем;
- 3) антиконкурентні дії органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю;
- 4) невиконання рішення органів Антимонопольного комітету України або їх виконання не в повному обсязі;
- 5) здійснення учасниками узгоджених дій - суб'єктами господарювання дій, заборонених згідно з ч.5 ст. 10 цього Закону;
- 6) делегування повноважень органів влади чи органів місцевого самоврядування у випадках, заборонених ст.16 цього Закону;
- 7) вчинення дій, заборонених згідно із ст. 17 цього Закону;
- 8) обмежувальна та дискримінаційна діяльність, заборонена згідно із частиною другою статті 18, статтями 19 і 20 цього Закону;
- 9) обмежувальна діяльність, заборонена ч. 1, ст. 18 цього Закону;
- 10) недотримання умов, передбачених п. 2 ч. 3 ст. 22 цього Закону;
- 11) порушення положень погоджених з органами Антимонопольного комітету України установчих документів суб'єкта господарювання, створеного в результаті концентрації, якщо це призводить до обмеження конкуренції;
- 12) концентрація без отримання відповідного дозволу органів Антимонопольного комітету України, у разі якщо наявність такого дозволу необхідна;
- 13) неподання інформації Антимонопольному комітету України, його територіальному відділенню у встановлені органами Антимонопольного комітету України, головою його територіального відділення чи нормативно-

правовими актами строки;

14) подання інформації в неповному обсязі Антимонопольному комітету України у встановлені його органами, головою його відділення чи нормативно-правовими актами строки;

15) подання недостовірної інформації Антимонопольному комітету України, його територіальному відділенню;

16) створення перешкод працівникам Антимонопольного комітету України у проведенні перевірок, огляду, вилученні чи накладенні арешту на майно, документи, предмети чи інші носії інформації;

17) надання рекомендацій суб'єктами господарювання, їх об'єднаннями, органами влади, органами самоврядування, органами адміністративно-господарського управління та контролю, що схиляють до вчинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції чи сприяють вчиненню таких порушень;

18) обмеження в господарській діяльності суб'єкта господарювання у відповідь на те, що він звернувся до Антимонопольного комітету України із заявою про порушення антимонопольного законодавства;

19) невиконання учасниками узгоджених дій, концентрації вимог і зобов'язань, якими було обумовлене рішення про надання дозволу на узгоджені дії, концентрацію;

20) обмежувальна діяльність об'єднань, заборонена ст.21 Закону.

Цей закон визначає правові засади захисту господарюючих суб'єктів (підприємців) і споживачів від недобросовісної конкуренції він спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин.

Ст. 1 ЗУ «Про захист економічної конкуренції» визначає, що монополізація - це досягнення суб'єктом господарювання монопольного (домінуючого) становища на ринку товару, підтримання або посилення цього становища. Отже, монопольне становище - це домінуюче становище суб'єкта господарювання, яке дає йому можливість самостійно або разом з іншими суб'єктами господарювання обмежувати конкуренцію на ринку певного товару. Такий вид правопорушення, як зловживання монопольним становищем може вчинятися лише суб'єктом господарювання, що займає монопольне положення на ринку. Монопольним (домінуючим) визнається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку певного товару перевищує 35 відсотків. В окремих випадках рішенням Антимонопольного комітету України може визнаватися монопольним суб'єкта господарювання, частка якого на ринку певного товару навіть менше 35 відсотків.

Для запобігання монопольного становища на ринку необхідне створення ефективного правового механізму, що міг би дієво сприяти заохоченню конкуренції і протидіяти порушенням антимонопольного законодавства.

У відповідності до статті 1 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» - недобросовісна конкуренція – це будь-які дії по обмеженню

конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності.

Одним з важливих елементів правового забезпечення протидії порушенням антимонопольного законодавства в господарській діяльності є система охоронних заходів правового впливу, що застосовуються за такі правопорушення.

В силу положень ЗУ “Про захист економічної конкуренції” за порушення антимонопольного законодавства можливе застосування господарської, адміністративної, цивільно-правової відповідальності, у виді специфічних санкцій: штрафів, примусового розділу монопольних утворень та відшкодування шкоди.

ЕВОЛЮЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ

Ю. Коломоєць, к.ю.н доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Багато країн протягом ХХ століття наблизились до становлення та розвитку відкритого, цивілізованого суспільства, котре при проголошеній рівності членів перед законом і Конституцією, створює нові форми спілкування, що засновані на партнерстві та адекватній конкуренції, на правових і соціальних засадах рівності всіх членів суспільства. Міжособистісні взаємовідносини доповнюються гуманістичним, моральним змістом, отримують правову та естетичну форму - замість традицій і звичаїв. Отже, сучасність людського суспільства утворила і удосконалює культуру ділового спілкування в усіх сферах людської діяльності.

Складнощі взаємовідносин, спілкування, конкуренції і співпраці людей завжди були підґрунтям філософських, соціально-політичних дискусій і висловлювань філософів і політиків, істориків та економістів. Найбільш розширюється область досліджень теорії і практики спілкування між людьми в сучасних науках про суспільство і людину, вихованні і культурі, психічному та морально-естетичному змісті людського життя.

На підставі цього, міжособистісні взаємовідносини людей у суспільстві є областю вивчення корпоративної етики, яка досліджує особливості ділової культури, її соціальні функції і зміст.

Трудова діяльність є основною сферою суспільного життя. Від її моральних цілей і змісту залежить благополуччя багатьох людей. При цьому в професійній діяльності існують специфічні (загальні для представників однієї професії) відносини людей один до одного, до суспільства, а також моральні норми, які регулюють ці відносини.

Основним змістом професійної етики виступають норми поведінки, які наказують певний тип моральних відносин між людьми, необхідний для виконання свого професійного обов'язку, а також обґрунтування, тлумачення кодексів, завдань і цілей професії.

В сучасних умовах ринкових відносин будується громадянське

суспільство і правова держава, зростає вільна саморегулююча першооснова в праці, відбувається підсилення моральних чинників у системі її мотивації, гуманізація різних сфер праці призводить до постійного розширення кола професій, які претендують на утворення власних моральних кодексів. Все більш очевидним стає те, що наростаючий розвиток новітнього суспільства, усіх боків суспільного життя пов'язаний з рівнем загальноосвітньої та професійної підготовки, загальної культури, моральних якостей. Кожна трудова діяльність ґрунтується на моральній системі суспільства. В її галузі можуть встановлюватися особливі моральні норми, що показують особливості професійної діяльності.

В залежності від об'єкта, знарядь праці, прийомів, що використовуються, і завдань, які вирішуються, утворюються певні ситуації, труднощі і навіть небезпеки, які потребують від людини певного типу дій, психологічних реакцій. Кожна професія має свої моральні «спокуси», моральні «доблесті» і «втрати», утворюються певні суперечності, конфлікти, розробляються шляхи вирішення. До професійної діяльності людина долучається з її суб'єктивним світом почуттів, хвилювань, прагнень, способом мислення, моральних оцінок. В різноманітних ситуаціях у професійних стосунках починають виділятися найбільш типові, які й характеризують відносну самостійність професій, її особливу моральну атмосферу. Що обумовлює особливість вчинків людей, своєрідність моральних норм їх поведіння. Таким чином, одразу як професійні відносини набули якісної сталості, це привело до утворення особливих моральних вказівок, що відповідають характеру і змісту праці, показують практичну доцільність певних стосунків як всередині професійної групи, так і самої групи з суспільством [1].

Етичні норми історично розвивалися від конкретного до абстрактного. На початку їх зміст був надто конкретним і пов'язувався з певними реальними діями чи предметами. Та з перебігом тривалого історичного розвитку їх суть набуває загального, власне морального значення.

Таким чином, слід зазначити, що етичні норми є невід'ємною частиною суспільної моралі та конкретно-історичної моральної системи. Морально-професійні норми, професійно-етичні кодекси, як і моральна система суспільства загалом, історично і соціально тісно пов'язані з певною епохою, є «дітищем» свого часу, відображенням конкретно-історичних суспільних відносин. П морально-професійні норми не відокремлені, а є в складі загальної моралі суспільства, і водночас показують особливий характер професійної діяльності, то і корпоративна етика є частиною загальної етичної теорії.

СТИЛЬ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО КЛІМАТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

О.Савенко, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно- економічний університет

Стиль керівництва – це система принципів, норм, методів і засобів окремих керівників або органів і організацій по напряму, організації і

мобілізації соціальної активності працівників на досягнення визначеної мети.

Стиль керівництва визначає авторитет керівника. У широкому розумінні – це перевага даної людини в будь-якій області діяльності, знань; ступінь довіри, що він заслуговує своєю практичною діяльністю. Чим вище авторитет керівника в трудовому колективі, тим ефективніше її функціонування і краще умови для розвитку особистості, ініціативи. Керівник відіграє еталонну роль: його дії, манера поведінки, відношення до роботи і людей багато в чому копіюються, і на цій основі формується колектив, морально-психологічний клімат.

Основа стилю керівництва – правила діяльності керівника, ними ж визначаються і культура поведінки. Високій культурі керування властиві наступні особливості стилю керівництва:

Кожен працівник у результаті правильного підбору, розміщення і виховання кадрів, створення умов для їхнього росту використовується на тій ділянці, на якій він по своїх ділових якостях і особистих схильностях може принести найбільшу користь; встановлена стругаючі відповідальність кожного працівника за доручену справу і дисципліну праці, для цього точно визначені функції кожного працівника, встановлене коло його прав, обов'язків, міра відповідальності; точно і ясно формулюються рішення, постанови, накази, розпорядження і вчасно перевіряється їхнє виконання.

Авторитет керівника, зв'язаний з виконанням його основних функцій відповідно до займаної посади; повинний підкріплюватися особистим прикладом і високими моральними якостями. У цьому змісті варто розрізнити два джерела (статусу) авторитету:

офіційною, обумовленою займаною посадою (посадовий статус);

реальний авторитет – фактичний вплив, реальна довіра і повага (суб'єктивний статус).

Керівник, що користується авторитетом, розташовує до себе людей, позитивно впливає на них. До рішень авторитетного і неавторитетного менеджера підлеглі відносяться по-різному. У першому випадку вказівка приймається без внутрішнього опору, охоче і виконується, як правило, без додаткового адміністративного натиску.

Розпорядження неавторитетного керівника завжди викликає складні внутрішні переживання, а недовіра до такого менеджера обертається недовірою до його рішень.

Варто мати на увазі, що робота про авторитет керівника – не тільки його особиста справа, але і вищого керівництва, і керівника одного рівня, і особливо підлеглих, що покликані його зміцнювати, оберігати і підвищувати. З нього вони повинні брати приклад сумлінного відношення до праці, організованості, чесності, скромності. Авторитет варто розглядати як фактор, що полегшує керування, що підвищує його ефективність.

Керівники, які вже звернули увагу на ці аспекти управління мають зараз позитивний ефект на підприємствах. Навіть на великих підприємствах залучивши до цієї справи спеціалістів, а саме психологів, керівники навчилися

звертати увагу на працівників, що допомогло змінити їм своє відношення до праці, відповідальності, взагалі це приносить позитивний ефект.

ПРО ОКРЕМІ АСПЕКТИ НЕПРИБУТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ

В. Тропін, к.ю.н. доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Серед основних проблем у діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, які створювалися без мети одержання прибутку й діяли згідно приписів Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 17 липня 1997 року [1], з огляду на певні невідповідності цього закону приписам інших законодавчих актів, зокрема Податковому кодексу України, варто назвати проблеми визнання, реєстрації та функціонування їх в якості саме неприбуткових організацій.

21.07.2020 р. Верховною Радою України, з метою комплексного врегулювання правовідносин, пов'язаних з утворенням та діяльністю сільськогосподарських кооперативів, прийнято Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» [2], який за своєю природою є новою редакцією Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 17.07.1997р.

Новим законом передбачено низку новацій, серед яких варто виокремити: скасування поділу сільськогосподарських кооперативів на виробничі та обслуговуючі; встановлення для членів (засновників) сільськогосподарських кооперативів можливості самостійного обрання видів та форм діяльності з встановленням мети одержання прибутку чи без наявності такої мети; запровадження спеціальних положень про кооперативну освіту, розвиток співпраці між сільськогосподарськими кооперативами, участь сільськогосподарських кооперативів у реалізації соціальних функцій у сільській місцевості; врахування інтересів територіальної громади тощо.

Положення нового Закону щодо можливості сільськогосподарських кооперативів самостійно обирати види та форми господарської діяльності з метою одержання прибутку чи без такої мети істотним чином впливає на систему та режими оподаткування цього суб'єкту господарювання.

З огляду на те, що попередній Закон містив положення, які передбачали можливість розподілу залишку фінансового результату господарської діяльності кооперативу у вигляді кооперативних виплат та виплат на паї, а також що при ліквідації кооперативу майно, яке залишилося після здійснення першочергових виплат, повинно було розподілятися між членами, що прямо суперечить критеріям неприбутковості, органи Державної податкової служби України, до повноважень якої належить ведення Реєстру неприбуткових організацій України, відмовляли кооперативам у визнанні їх неприбутковими організаціями, посилаючись на невідповідність цих положень вимогам Податкового кодексу України, зокрема п.133.4.1 ст.133 [3].

З метою усунення таких колізій та суперечливості чинного законодавства, законодавці у новому Законі зробили спробу вирішити існуючу невідповідність. Так, згідно приписів ч. 5 ст. 25 Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 21.07.2020 р., встановлено неможливість виплати дивідендів та патронажних дивідендів у кооперативі, який діє без мети одержання прибутку [2].

Частиною 5 статті 33 цього закону встановлено, що у разі ліквідації сільськогосподарського кооперативу, що діє без мети одержання прибутку, його майно та кошти після задоволення вимог кредиторів сільськогосподарського кооперативу, здійснення виплати членам такого кооперативу частини попередньо надлишково сплаченої вартості послуг, наданих їм кооперативом, оплати праці, розрахунків із сільськогосподарським кооперативним об'єднанням, членом якого він є, передаються за рішенням загальних зборів такого кооперативу іншому сільськогосподарському кооперативу (сільськогосподарському кооперативному об'єднанню), що діє без мети одержання прибутку, або іншому сільськогосподарському кооперативу, сільськогосподарському кооперативному об'єднанню, що діє з метою одержання прибутку (для зарахування до фонду розвитку такого кооперативу, кооперативного об'єднання), а в разі неприйняття такого рішення зараховуються відповідно до закону до державного або місцевого бюджету. Поворотні цільові внески, зараховані до спеціального фонду сільськогосподарського кооперативу, підлягають поверненню членам такого кооперативу у порядку, встановленому цим Законом.

Але при цьому, нормами нового Закону встановлено й спеціальні вимоги щодо визнання сільськогосподарського кооперативу неприбутковою організацією. Так, відповідно до ч.4 ст.5 Закону сільськогосподарський кооператив провадить діяльність без мети отримання прибутку, є неприбутковою організацією, якщо його діяльність відповідає сукупності таких ознак:

- кооператив не здійснює виробництво сільськогосподарської продукції та надає послуги виключно своїм членам;
- кооператив не придбаває права власності на сільськогосподарської продукції, вироблену, вирощену, відгодовану, виловлену або зібрану (заготовлену) його членами – виробниками даної продукції, які при цьому є її власниками;
- кооператив відповідає вимогам, установленим пп. 133.4.1 п. 133.4 ст. 133 ПК України для неприбуткових організацій.

За думкою законодавців такий механізм відповідає практиці правозастосування розвинутих європейських країн, у яких, згідно з законодавством патронажні дивіденди не оподатковуються як прибуток кооперативу - уже член кооперативу сплачує з нього податок відповідно до свого особистого доходу чи прибутку та обраної системи оподаткування.

Патронажний дивіденд у кооперативі не оподатковується, надходить до члена, перекидає його збиток, а податок беруть лише з прибутку, тобто з

перевищення патронажного дивіденду над збитком члена кооперативу. Вочевидь, з боку держави це справедливіше й чесніше.

Література:

1. Про сільськогосподарську кооперацію. Закон України від 17.07.1997// Відомості Верховної Ради України. 1997. № 39. ст.261.

2. Про сільськогосподарську кооперацію. Закон України від 21.07.2020// Офіційний вісник України, 2020, №67, ст. 2150.

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010// Офіційний вісник України, 2010, №92 (частина 1), ст. 3248.

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ

*Н. Шпортюк, к.держ.упр. доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

У вітчизняній аграрній науці і практиці сформувалося стереотипне уявлення про те, що підвищення конкурентоспроможності можливо лише в секторі велико - товарного виробництва і в випадку нарощування його масштабів. Це вдало використовується зацікавленими діловими і політичними колами для «вибивання» бюджетної підтримки та інших преференцій. При цьому ігнорується відомий факт про обмеження дії ефекту масштабу в сільському господарстві, не беруться до уваги загрози і ризики для навколишнього середовища, людей і самого аграрного бізнесу, які створюються для великого скупчення оброблюваних площ, утримуваних в одному місці тварин і т.д.

У світовій же практиці підтримки конкурентоспроможності означає формування рівних можливостей господарювання для різних за розмірами та видами сільськогосподарської діяльності виробників. Разом з тим заходи аграрної політики спрямовуються на підтримку тих виробників, які мають в конкретний період менші конкурентні можливості, обумовлені або обсягами виробництва, або видами діяльності, або природними умовами господарювання і т.п. Наприклад, підвищення конкурентоспроможності маломасштабного сільськогосподарського виробництва до рівня велико - товарного, здійснюється державою через стимулювання процесів консолідації, кооперування, формування товарних партій, забезпечення доступу до вигідними цінами і т.д.

Отже, завдання підвищення конкурентоспроможності вітчизняного аграрного виробництва полягає у створенні умов для зростання загального рівня продуктивності сектора на основі сталості, при гармонійному поєднанні різних галузей сільського господарства і типів господарств (великих, середніх і малих), коли кожне з них займає найбільш притаманну йому ринкову нішу. Це поєднання має відкрити можливості для раціонального використання земельно - ресурсного потенціалу, а також створення умов рівного доступу виробників до техніко-технологічних та організаційних інновацій, фінансів, ринкової інфраструктури, вигодам від експорту продукції.

Зазначені заходи неможливі без запровадження спеціального режиму

регулювання діяльності агро холдингів для обмеження їх ринкової влади. Слід усвідомити, що економічна природа капіталу орієнтована на ті сфери діяльності, які здатні принести максимальний прибуток. У сучасних умовах такою сферою є і сільське господарство. І, як свого часу відзначали класики економічної теорії, щоб опанувати подібну сферу, капітал не зупиняється ні перед чим. Зараз склалася ситуація, при якій лише обмеженнями землекористування і землеволодіння неможливо врегулювати домінуюче становище агро корпорацій в аграрному секторі.

Таким чином, вітчизняна модель аграрного виробництва, сформована протягом двох останніх десятиліть, дозволяє досягати економічне зростання, а також забезпечувати вагомі фінансові результати певного кола виробників. Одночасно суспільні блага, в тому числі такі важливі, як продовольче самозабезпечення, економічна база життєдіяльності сільського населення, відтворення селянства і підтримання екологічної рівноваги, повинні створюватися в процесі сільськогосподарського виробництва, що виділяється недостатньо, а сімейний тип господарювання, який найбільш повно орієнтований на створення цих благ, не отримує належного розвитку.

Тому існуюча модель аграрного виробництва потребує всебічної модернізації, здійснюваної на соціоекономічних засадах.

МЕНЕДЖМЕНТУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

АГРАРНІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОЗМІРІВ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ

Л. Мельник, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Розмір будь-якої виробничо-господарської одиниці – це рівень концентрації в ній виробничих ресурсів і обсягів одержаної продукції від їх використання. Розмір підприємства можна оцінити більшою чи меншою групою показників. Для підприємств, які здійснюють землеробську діяльність, пріоритетним є розмір і якість сільськогосподарських угідь. Вони суттєво впливають на результати господарської діяльності підприємств, прибутковість зокрема.

У наукових колах практично загальноновизнано і головне – підтверджено досвідом (вітчизняним і зарубіжним) положення, згідно з яким переваги великого виробництва є важливим фактором, що позитивно впливає на результати господарської діяльності в рослинництві. Крім того, сприяє збереженню і відтворенню родючості ґрунту (насамперед за рахунок можливості використовувати науково обґрунтовані сівозміни), дає можливість економити на витратах щодо мінеральних і органічних добрив, гербіцидах тощо.

Підприємства оптимальних розмірів мають незаперечні переваги в аспекті ефективного використання техніко-технологічної оснащеності, що дає їм можливість здійснювати відтворення на інтенсивно-інноваційних засадах. Звідси їхні економічні переваги, які проявляються в більш раціональному і продуктивному використанні землі, можливості зниження собівартості продукції (насамперед у результаті економії на елементах постійних витрат), диверсифікації виробництва, навіть міжгалузевої.

Відносно складним є питання практичного визначення оптимальних розмірів землекористування. Пояснюється це тим, що на них впливають численні умови, особливо природно-кліматичні, профіль виробництва, місцезнаходження підприємства. Важливим також є такий зовнішній фактор як рівень спеціалізації, кооперування і інтеграції агровиробників між собою та з підприємствами третьої сфери агропромислового комплексу.

На сьогодні в Україні є різні розрахунки науковців щодо оптимальних розмірів сільськогосподарських угідь з врахуванням форм господарювання і видів виробництва. При найбільш узагальненому підході він становить для вітчизняних фермерських господарств 400-500 га, а інших сільськогосподарських підприємств 1500-2000 га. Але статистичні дані показують, що 2/3 загальної кількості підприємств, які здійснювали сільськогосподарську діяльність, мали площу до 100 га. Це суттєво менше оптимальних розмірів. Водночас 1/5 до загальної площі сільськогосподарських угідь використовували лише 180 великих агроформувань з площею понад 10 тис. га. У соціоекономічному контексті варто обмежити надмірну концентрацію землекористування, яка на сучасному етапі не сприяє розвитку вітчизняного сільського господарства і економічній безпеці країни в цілому.

Зважаючи на важливе значення для України і аграрної сфери зокрема малих форм господарств потрібно врахувати зарубіжний досвід щодо використання ефекту масштабу виробничої і особливо комерційної діяльності за такими напрямками як кооперація між собою, створення різних виробничих асоціацій, інтеграція з агропромисловими і промисловими підприємствами. Поки що ці процеси знаходяться у процесі становлення. Не відповідає національним інтересам і досягнутим розмірам землекористування спеціалізація вітчизняних фермерських господарств. Вони з самого початку функціонування і дотепер спеціалізуються переважно на тих видах виробництва, які більш вигідно виробляти у великих агроструктурах.

УПРАВЛІНСЬКЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

І. Байдак, старший викладач

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Загострення соціальних і економічних проблем, посилення конкуренції в ринковій економіці створюють складності в умовах функціонування вітчизняних підприємств. Все це потребує покращення їх адаптаційних

можливостей до змін зовнішнього середовища.

Особливої уваги потребує управлінська інфраструктура як одна із складових інфраструктурного комплексу розвитку бізнесу, що створює умови для якісного і ефективного його функціонування. Організації управлінського консультування, або консалтингові фірми, складають основу управлінської інфраструктури.

Верба В.А. зазначає: «Консалтинг – це галузь сучасного підприємництва і в сьогоденні стає обов'язковою ланкою в системі заходів підвищення ефективності діяльності підприємств різних галузей народного господарства завдяки акумуляції знань і досвіду в господарській діяльності, підтримці прийняття виважених управлінських рішень, стимулюванню впровадження доцільних змін у діяльності суб'єктів господарювання» [1].

По сукупності проблем, які вирішує в сфері аналізу аспектів діяльності організації, консалтинг має багатофункціональний характер. Посадський виділяє такі види консалтингу:

1. Управлінське консультування (розробка стратегії; маркетинг; управління виробництвом, трудовими ресурсами, структура управління).
2. Фінансове консультування (питання обліку та аудиту; оцінка ризиків, розробка фінансової стратегії; оцінка результатів діяльності).
3. Юридичне консультування (питання, які пов'язані з юридичними аспектами оподаткування, створенням, ліцензуванням і ін.» [2].

За результатами аналізу консалтинг дає можливість сформулювати рекомендації щодо стратегії загального планування, основних цілей діяльності, структури управління та контролю за діяльністю організації.

Сутність консалтингу і його особливості розкриваються в роботах таких вчених, як Ф. В. Зінов'єв, В. А. Верба, О. П. Посадський, В. В. Давиденко, В. Ш. Рапопорт, М.Ф. Безкровний, Е. Бейч, П. Блок та інші.

У процесі розвитку управлінського консультування до визначення сутності консалтингу виділяються два підходи.

У першому випадку використовується широкий функціональний погляд на консультування, коли під цим процесом розуміють будь-яку форму надання допомоги, при якій консультант не відповідає за виконання завдання, але допомагає тим, хто відповідальний за це.

Другий підхід розглядає консультування як особливу професійну службу, яка працює за контрактом і надає послуги, що допомагають організації-замовникові виявити управлінські проблеми, проаналізувати їх, дають рекомендації та сприяють вирішенню цих проблем [3].

Ці підходи взаємодоповнюють одне одного, та разом з функціями лежать в основі визначень консультування.

Функції управлінського консультування виділені дослідниками:

1. *Функція інформування.* Дозволяє сформувати інформаційний простір.
2. *Наукова, або пізнавальна.* Пов'язана з поширенням наукових досягнень і передового досвіду у сфері виробництва.
3. *Дослідницька, або діагностична.* Дозволяє вивчити стан об'єктів, що

сприяє своєчасному ухваленню необхідних управлінських рішень.

4. *Посередницька* функція полягає в наданні допомоги у виборі правильної стратегії, у виявленні перспективних об'єктів співпраці.

5. *Освітня* функція пов'язана з організацією і проведенням семінарів [4].

Отже, спираючись на досвід дослідників теорії та практики управлінського консультування, можемо визначити, що консалтинг – це вид управлінської діяльності менеджерів з надання кваліфікованих, незалежних та професійних, послуг певним суб'єктам господарювання з використанням інтелектуального потенціалу, що дозволить керівникам підприємств швидко реагувати на організаційні зміни середовища підприємства, своєчасно виявляти проблеми і використовувати нові можливості в управлінні, впроваджувати зміни.

Висновок:

Управлінський консалтинг – складова інфраструктури сучасного бізнес-середовища і важлива сфера підприємництва в економіці багатьох країн.

В Україні необхідність формування і розвитку інфраструктурних інституцій, що формують здатність до генерування нових знань і бізнес-ідей та загалом до інноваційної діяльності, створення інтелектуальних ресурсів зумовив процес інтеграції України у глобальний економічний простір.

Література:

1. Верба В. А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток : монографія / В. А. Верба. – К. : КНЕУ, 2011. – 327 с.

2. Посадский А. Основы консалтинга : пособ. [для преподавателей экон. и бизнес-дисциплин] [Электронный ресурс] / А. Посадский. – М. : ГУВШЭ, 1999. – 240 с. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/consulting/cons006.html>

3. Блок П. Безупречный консалтинг / пер. с англ. Санкт Петербург: Питер, 2007. 298 с.

4. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю: конспект лекцій. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 136 с.

УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНСАЛТИНГ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕС ПРОСТОРИ

*О.Бербенець, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Що таке консалтинг, управлінський консалтинг, кризовий менеджмент, оптимізація бізнесу? На жаль, навіть в 21-м столітті в Україні всі ці терміни викликають у керівників компаній складності з розумінням. В Україні консалтинг тільки зароджується, в той час як в США і Європі консалтинг відомий ще з 19-го століття.

У західних країнах управлінське консультування (management consulting) давно визнано важливою професійною службою, яка допомагає керівникам вирішувати поставлені перед їхніми організаціями практичні завдання, а також

засвоювати чужий досвід.

Сумно, але до сих пір багато власників компаній вважають за краще втратити бізнес, але не звертатися до професійних консультантів. І все тому, що вони не вірять, що є «розумники», здатні врятувати їх бізнес. Їм легше вірити в те, що «якщо вже Я не можу нічого зробити, то куди вже якомусь сторонньому фахівцю розібратися в моїх проблемах». Але правда в тому, що більшість сучасних українських бізнесменів ніколи не навчалися бізнесу, тому вони роблять значну кількість типових помилок, виправивши які, легко повернути прибутковість бізнесу.

Що ж робити в такій ситуації: невже змиритися і з боку спостерігати як бізнеси один за іншим йдуть на дно через невміле управління? Звичайно, ні: управлінський консалтинг повільно, але вірно розвивається, потрібно продовжувати переконувати ринок в корисності консалтингових послуг і тоді ефект не змусить себе чекати. А саме: буде зростання числа клієнтів, готових платити за розвиток і поліпшення показників своєї компанії і впровадження найсучасніших інструментів оптимізації бізнесу, просування бренду і продуктів на ринок, контролю над співробітниками і багато чого іншого.

Для розвитку консалтингу необхідно розвиватися у всіх напрямках і активно просувати свої послуги.

У консалтингу, як бізнесу, є як позитивні, так і негативні сторони.

До позитивних слід віднести:

- висока маржинальність (рентабельність бізнесу може сягати до 70-90 % від обороту компанії);

- відсутність витрат на засоби виробництва, можливість наймати персонал під проект і інші можливості скоротити витрати;

- широкі можливості для продажу різноманітних консалтингових продуктів;

- цікавий бізнес, основою якого є аналітичні здібності і досвід.

До негативних слід віднести:

- неготовність ринку платити великі гроші за збільшення свого прибутку;

- відсутність довіри до консультантів по причині новизни цього виду бізнесу для українських реалій;

- непрозорість процесу проведення тендерів у великих проектах.

За кордоном відомо безліч прикладів успіху, коли кращі в світі консультанти з управління рятували компанії, які стояли перед банкрутством або повертали до життя старіючі фірми. Вони створили міф про те, що консультування може вирішити будь-яку складну управлінську проблему. Однак існують управлінські проблеми, які з об'єктивних причин дозволити неможливо. Крім того, для досягнення успіху необхідно не тільки бажання керівництва підвищити ефективність роботи своєї організації, а й тісна співпраця, взаємодія між клієнтом і консультантом з управління. Клієнту необхідно знати, що без його активної участі консультанти з управління не можуть виробляти рішення, так як для цього потрібна вся сукупність інформації, яка є у розпорядженні тільки керівник консультованої організації.

ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНСАЛТИНГУ В РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

*І. Байдак, старший викладач
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

В сучасній економіці роль управлінського консультування пов'язана з суттю інтелектуального продукту, який створюється з метою покращення конкурентної позиції підприємств.

Сфера малого бізнесу через невеликі обсяги виробництва рідко знаходиться місце в фондомістких та наукомістких галузях, пов'язаних, як правило, з великими капіталовкладеннями. Відсутність необхідних коштів не дає їм можливості організувати власну службу маркетингу і дилерську мережу, проводити наукові дослідження та перспективні починання. Завдання керівників малих підприємств – послабити негативний вплив недоліків малого бізнесу на результати діяльності.

Управлінський консалтинг – спосіб послабити негативний вплив недоліків малого бізнесу на ефективність діяльності підприємства [1].

Фактори, які впливають на процес консалтингу малого бізнесу:

- компанія зазвичай фінансується за рахунок власних коштів;
- менеджер працює в тісному контакті з співробітниками підприємства;
- компанія діє в географічно обмеженому регіоні [2].

Управлінський консалтинг в малому бізнесі повинен володіти диференційованими підходами до підприємництва і забезпечувати взаємозв'язок всіх управлінських завдань. Він повинен бачити загальну картину підприємства для того, щоб забезпечити взаємозв'язок адміністративних і оперативних функцій. Основні проблеми малих підприємств зазвичай ділять на загальні і специфічні [3]

Проблеми загального характеру – це перш за все складності з доступом до кредитних ресурсів, відсутність кваліфікованої управлінської допомоги, слабе законодавство в сфері малого бізнесу, недостатнє стимулювання зі сторони системи оподаткування та ін.

До специфічних проблем малого підприємництва відносяться:

- труднощі у використанні сучасних інформаційних систем;
- складності з залученням висококваліфікованої робочої сили,;
- неможливість значних змін та збільшення асортименту товарів;
- відсутність напрацьованої системи маркетингу і т. п.

Перераховані проблеми зумовлюють необхідність використання консультування з питань дрібного бізнесу у всіх сферах консалтингу.

Сфера дрібного бізнесу є досить динамічною, тому активна участь консалтингу в діяльності малих підприємств здатна зробити істотний вплив на економічний розвиток всього суспільства.

Гостра потреба малого бізнесу в консалтинговій підтримці часто не може бути реалізована, тому що вартість якісного консалтингу занадто велика для нього. У свою чергу, консалтинг, як підприємницька структура, готовий надати

допомогу малому бізнесу, але практично унеможлиблює збереження мінімально допустимої рентабельності свого власного бізнесу. Однак незважаючи на всі ці труднощі, управлінське консультування в сфері малого бізнесу швидко розвивається [4].

Література:

1. Петрушенко М. М. Основи управлінського консультування: конспект лекцій. Суми: Сум. держ. ун-т, 2011. 65 с.
2. Маринко Г.И. Управленческий консалтинг: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2005.— 381 с
3. Тучик Т. Консалтинг по-українски // Финансовый директор. — 2008. — № 3.
4. Соколенко В. А. С47 Основи управлінського консультування : навч.-метод. посіб. / В. А. Соколенко, О. Ю. Лінькова. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – 216 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*В. Гаркавий, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Протягом практично всієї історії бізнесу, прагнучи максимально збільшити додану вартість, корпорації шукали ідеальну комбінацію оргструктури і стратегії. У ХІХ столітті, в епоху масового виробництва, компанії досягали істотної економії на масштабі, централізуючи свої ключові функції (операційну діяльність, продаж та фінанси). Через кілька десятиліть, з переорієнтацією стратегії на диверсифікацію бізнесу і вихід в нові регіони, такі корпорації, як General Motors і DuPont, створили підрозділи, в основу яких ліг продукт або регіон. Хоча при цьому довелося пожертвувати економією на масштабі, структури такого типу давали велику гнучкість і можливість краще адаптуватися до місцевих умов.

Однак у міру посилення конкурентної боротьби в останній чверті ХХ століття, коли вади обох моделей стали проявлятися дедалі очевиднішим, багато глобальні корпорації стали переходити до матричної структури в надії, що це дозволить їм отримати як економію на масштабі, так і необхідну гнучкість. Але координувати таке корпоративне пристрій було непросто. Менеджери, що функціонують на перетині матриці, виявлялися в ролі «слуги двох панів», що тягло за собою конфлікти інтересів і затримки виконання завдань. Реінжиніринг 1990-тих породив іншу модель, основою якої стали бізнес-процеси. І знову гостро постала проблема координації. Зрештою, «князівство» залишається таким, незалежно від того, чи є їм процес, функція або продукт. Пізніше з'явилися такі поняття, як «віртуальна» і «мережева» організації, суттю яких є подолання внутрішніх кордонів. Доводиться чути навіть про організації типу Velcro, здатних розкладатися і збиратися знову у відповідь на мінливі умови зовнішнього середовища. Як підкреслюють автори,

безперервний пошук нових організаційних форм обумовлений глибинними змінами природи конкуренції та економіки як такої.

Перевага залежить не стільки від ефективності управління матеріальними і фінансовими активами, а головним чином від здатності компанії співвіднести свої нематеріальні активи (серед іншого, це висококваліфіковані кадри, R & D і IT) до потреб клієнтів. Крім усього, багато компаній працюють в умовах територіальної роз'єднаності. Так, комп'ютерна фірма може виробляти комплектуючі в Китаї, збирати їх в Мексиці і обслуговувати покупців з центрів в Індії. Відповідно, потрібні нові організаційні моделі, які б дозволили інтегрувати діяльність розкиданих по всьому світу підрозділів і фірм-підрядників. Але, як відомо, реструктуризація поглинає чималі ресурси і часто створює нові проблеми, не менш серйозні, ніж ті, які було визнано вирішити.

Таким чином виникає питання: чи дійсно масштабна організаційна трансформація - найкращий шлях до мети, яку намагаються досягти компанії? На думку авторів, як правило, це немає так. «Такий висновок, який ми отримали, працюючи з сотнями компаній, - пишуть вони. - Набагато дієвішим підходом є вибір оргструктури, що працює без особливих конфліктів, а далі - конструювання кастомізованої стратегічної системи, яка б гармонізувала обрану структуру зі стратегією».

Свого часу компанії в основному поклалися на бюджетування як базову управлінську систему. В результаті короткострокові фінансові міркування превалювали над середньо- і довгостроковими стратегічними цілями. У 1980-1990-тих багато гравців взяли на озброєння систему загального управління якістю (TQM). Однак TQM-система, будучи інструментом удосконалення процесів, практично ніяк не поліпшила стан справ з реалізацією стратегії в масштабі всієї організації, оскільки, як і всі інші управлінські системи, носила переважно тактичний, а не стратегічний характер. В якості альтернативи автори пропонують підхід, який базується на збалансованій системі показників (Balanced Scorecard, BSC). Дана система дозволяє ідентифікувати і виміряти генерування корпоративної цінності на рівнях фінансів, клієнтів, процесів, а також навчання і розвитку.

Навіть диверсифіковані холдингові компанії можуть створювати цінність на рівні всієї організації, впроваджуючи ефективні процеси для розподілу ресурсів, корпоративного управління, придбання і інтегрування нових бізнес-структур, проведення переговорів із зовнішніми стейкхолдерами. Здійснюючи ці дії на належному рівні компанії, створюють фінансові синергії.

Ще один шлях до створення корпоративних синергій - формування відносин між різноплановими бізнес-структурами, з тим щоб запропонувати загальним клієнтам більш низькі ціни, більше зручностей або більш повні рішення, ніж ті, які пропонують конкуренти, які спеціалізуються на більш «вузьких» рішеннях. Синергетичний ефект цього типу також досягається, коли, наприклад, готельні мережі, банки або ресторани швидкого обслуговування послідовно надають однаково ціннісне пропозицію в своїх територіально роз'єднаних точках продажів.

Третій рівень системи збалансованих показників відноситься до корпоративних синергій, які досягаються при використанні декількох підрозділами загальних процесів (закупівля, виробництво, дистрибуція, дослідні роботи). Сьогодні такі Мегабанк, як Citigroup і Bank of America створюють економію на масштабі, інтегруючи і консолідуючи бек-офісні операції і комп'ютерні системи придбаних фінансових установ.

І, нарешті, корпорації можуть використовувати масштаб, щоб генерувати цінність на основі діяльності, пов'язаної з розвитком персоналу, а також з системами управління знаннями (ІТ-системи, які використовуються для збирання, зберігання, систематизації та поширення нових організаційних знань).

РОЗВИТОК ЛІДЕРСТВА В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

О. Лебеденко, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Основні підходи до управління людьми на державній службі мають сприяти забезпеченню стратегічного успіху та впевненого майбутнього для держави. Одним зі шляхів удосконалення управління людьми на державній службі є розвиток лідерства.

Питанню розвитку лідерів приділяється значна увага в багатьох країнах. Розвиток лідерів розглядається через призму найповнішого забезпечення відповідності національним інтересам держави.

Розвиток лідерства варто досліджувати в контексті визнання державної служби як привабливого, конкурентоспроможного місця праці, здатного залучати та утримувати найкращі кадри, найбільш кваліфікованих працівників. Держава має бути зацікавленою, щоб на державній службі працювали справжні професіонали, віддані своїй справі, із завдатками лідерів, готові служити громадськості та здатні працювати у складних умовах динамічного середовища.

Для багатьох країн є характерним використання управління на основі компетенцій, якими мають володіти керівники на державній службі. Компетенції являють собою здатність застосовувати на практиці певні знання та навички. Компетенції є комплексною характеристикою, яка описує вимоги щодо ефективної поведінки на посаді, що передбачає не лише знання та навички, а й дотримання певних цінностей та використання підходів, які державні службовці мають демонструвати при виконанні ними службових обов'язків для досягнення успішних результатів.

Документи, які визначають компетенції державних службовців, існують у більшості розвинених країн. Зокрема в ЄС такі документи існують як на наднаціональному рівні, так і на рівнях окремих країн-членів ЄС.

Узагальнивши дані, можна виділити наступні ключові компетенції лідерів в країнах-членах ЄС: професійний досвід, навички управління змінами, відкритість новим ідеям, стратегічне бачення, доброчесність, надійність, інноваційність, соціальні навички, мистецтво ведення переговорів та розвиток

комунікацій, орієнтація на результат, організаційні навички, дотримання етичних норм, дотримання принципу верховенства права, вміння приймати рішення та нести відповідальність за їх реалізацію тощо.

Вказані цінності та пріоритети відображаються документально. Вони можуть фіксуватися як в окремих документах, так і бути складовими загальних концептуальних документів. Такі документи є підґрунтям для формування стратегій управління людськими ресурсами та розвитку керівників на державній службі.

Компетенції розглядаються як ключові характеристики поведінки особи, яка очікується при виконанні нею службових обов'язків. Ці характеристики використовуються при плануванні, наборі, просуванні по службі державних службовців, оцінюванні результатів їх діяльності.

Компетенції лідерства, якими повинні володіти керівники не є сталими. Вони мають визначатися з урахуванням бачення майбутнього розвитку державної служби і передбачають можливість змін.

Виходячи з досвіду інших країн, можна зауважити, що стратегія лідерства має відповідати наступним критеріям:

- обґрунтовуватися з врахуванням викликів, які існують;
- враховувати наявну національну специфіку в публічному секторі;
- розроблятися виходячи з потреб уряду;
- передбачати сталий розвиток лідерства, зокрема, навчання та вдосконалення компетенцій лідерства, оскільки будь-яка успішна стратегія потребує тривалих зусиль.

Використовуючи компетенції проводять визначення потреб у навчанні. Оскільки описи компетенцій виступають стандартом бажаного майбутнього стану, їх застосовують для виявлення так званої «прогалини», тобто різниці між описаними компетенціями та поточним станом. При цьому слід орієнтуватися на вдосконалення діяльності. Пріоритетами мають виступати не особисті погляди і бажання службовців, а потреби, пов'язані з діяльністю на державній службі.

На основі опису компетенцій та потреб визначаються пріоритети у навчанні та розвитку. Відповідно до цього можуть встановлюватися загальнообов'язкові тренінги для усіх керівників на державній службі не залежно від терміну перебування на посаді.

Навчання дає лідерам розуміння того, як їхні особистісні риси та їхній стиль керівництва впливають на поведінку і результат діяльності інших. Навчання сприяє більш ефективному втіленню проєктів та впровадженню інновацій, а також ефективному зворотньому зв'язку, продуктивній співпраці, розкриттю повною мірою потенціалу інших.

Програми навчання та розвитку лідерства носять практично-орієнтований характер та зазвичай спираються на інтерактивні методики.

Крім тренінгів, заохочуються також інші форми розвитку державних службовців, зокрема: обмін досвідом, обговорення актуальних питань, надання індивідуальних консультацій, реалізації програм наставництва тощо.

Відповідальність за створення умов для розвитку лідерства покладається на державну службу. Важливо орієнтуватися при цьому на роботу з керівниками усіх рівнів, а не лише з вищим ешелоном влади для сприяння наступності, розвитку кар'єри та втілення єдиних принципів управління людськими ресурсами.

Розвиток лідерства є перспективним напрямом удосконалення управління людьми на державній службі, здатним забезпечити зміни на краще та сталий результат.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД В МЕТОДОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

*В. Мареніченко, к.н. з держ. упр., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Кадровий резерв формується зі спеціально відібраних співробітників організації для подальшого просування (найчастіше вертикальна, рідше – горизонтальна ротація).

Слід виділити кілька типів кадрового резерву:

1) В залежності від виду діяльності виділяють:

- резерв розвитку – фахівці та керівники, що готуються до роботи в рамках нового напрямку (диверсифікація виробництва, розробка нових товарів, послуг). Є два напрямки кар'єри – професійна або керівна;
- резерв функціонування – фахівці та керівники, яким слід гарантувати забезпечення ефективного функціонування організації. Напрямок – керівна кар'єра.

2) Кадровий резерв поділяють на внутрішній та зовнішній: Внутрішній резерв кадрів включає робітників організації та поділяється на:

- резерв управлінців (вертикальне, кар'єрне розташування) – формування із працівників, які здатні до вертикального просування в кар'єрі в організації;
- резерв оперативної групи – формування із працівників, які здатні в найближчий час зайняти керівну позицію;
- резерв стратегічної групи – формування із працівників, які потенційно спроможні до виконання керівних функцій;
- резерв ключових спеціалістів (горизонтальне проектування) – формування із працівників, що здатні проявити високий професіоналізм та унікальні знання, здатні до наставництва та ефективного просування горизонтально.

До зовнішнього кадрового резерву слід віднести випускників профільних навчальних закладів, які успішно пройшли практику в організаціях, кандидатів, які не прийшли за певних обставин на роботу в організацію на момент проведення переговорного процесу, враховується і база кандидатів, яка отримана в результаті моніторингу досягнень ключових спеціалістів в галузі.

Джерелом кадрового резерву на управлінські посади можуть бути позиції:

- керівників апаратів, дочірніх підприємств (установ);

- головних і провідних спеціалістів;
- фахівців, які мають необхідну освіту та позитивно зарекомендували себе у схожій діяльності;
- молодих фахівців, які успішно пройшли стажування.

Першим рівнем резерву кадрів є всі фахівці організації, наступним рівнем є заступники керівників різного рангу. Основним резервом є управлінці різних рангів.

Таким чином, до кадрового резерву слід відносити співробітників, які представляють собою ціннісний ресурс завдяки високому потенціалу, лояльності до організації, а також можливості у передачі досвіду, навичок та знань іншим працівникам. Кадровий резерв є «мотиваційним ядром» організації, основою її подальшого успішного розвитку.

Література:

1. Жовнірчик Я. Ф. Сучасна кадрова політика в органах державної влади та органах місцевого самоврядування/ Я.Ф. Жовнірчик // Інвестиції практика та досвід. —2017. — №12. — С.102-107.

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*О. Миронова, к.е.н., ст. викладач
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Здійснення кардинальних змін у діяльності сільськогосподарських підприємств неможливо без формування відповідних до ринкових умов моделей розвитку, що забезпечують комплексний розвиток бізнес-процесів підприємства.

У доступній нам літературі немає прикладів розробки моделей бізнес-процесів, що враховують особливості сільськогосподарського виробництва. Аграрне виробництво відрізняється складністю і специфічною своєрідністю. Складний комплекс природних і економічних умов виробництва визначає його організаційну структуру. Воно протікає в різноманітних погодних та ґрунтово-кліматичних умовах.

До загальних, властивим усій галузі сільського господарства особливостям слід віднести: мінливість, різнотипність виробництва та характеру кінцевої продукції; технологічний взаємозв'язок усіх операцій, що входять до складу процесу; непостійність співвідношення робіт, що виконуються, з їхньою складністю та видами протягом періоду виробництва; участь різних організацій у виробництві кінцевої продукції; роль клімату і ґрунтових умов.

При організації сільськогосподарського виробництва необхідно знати і уміти використовувати не тільки його принципи та економічні закони, але і закони розвитку природи. Тому бізнес-процеси повинні розроблятися з урахуванням біологічних особливостей видів, сортів рослин і порід тварин.

Це обумовлює ряд специфічних особливостей, властивих лише

сільськогосподарському виробництву:

- земля в сільському господарстві є головним і незамінним засобом виробництва, предметом праці є живі організми (рослини, тварини, мікроорганізми). Таким чином, економічний процес відтворення в сільському господарстві переплітається з біологічним. Це значно ускладнює розробку моделей бізнес-процесів в аграрній сфері;

- час виробництва в сільському господарстві складається з робочого періоду, протягом якого здійснюється процес праці, і часу, коли предмети праці зазнають впливу сил природи, тобто процес виробництва протікає під впливом фізичних, хімічних і біологічних процесів. Робочий період коротше часу виробництва. Розрив між ними, обумовлений природою продукту, викликає сезонність у використанні робочої сили і техніки, у надходженні продукції і коштів, а також у проведенні робіт по підготовці бізнесу-процесу;

- сільськогосподарське виробництво розосереджене в просторі, робочі місця віддалені від населених пунктів, що збільшує витрати на логістику. В промисловості, як правило, переміщається продукт, а засоби виробництва статичні. В рослинництві продукт статичний, а засоби виробництва переміщуються. Якщо в промисловості рухається предмет праці, а машини закріплені і нерухливі, то в сільському господарстві виконання основних робіт можливо тільки з переміщенням засобів праці і самого працівника, а предмети праці залишаються на місці до збирання врожаю;

- у землеробстві яскраво проявляється зв'язок продуктивності праці із ґрунтово-кліматичними умовами. Залежно від природних умов таж сама кількість землеробської праці може бути презентованою в більшій або меншій кількості споживчої вартості. Це припускає строгу спеціалізацію виробництва, впровадження таких культур і агрозаходів, які забезпечували б високу врожайність і ефективність при будь-якій погоді (посуха чи надлишок вологи);

- у сільському господарстві необхідна відома послідовність у виконанні технологічних операцій, тоді як виробництво продукції в промисловості може здійснюватися одночасно на різних стадіях;

- несвоєчасне виконання будь-якої операції у виробничому процесі промислового характеру, як правило, не спричиняє прямих втрат готової продукції, а лише подовжує строки виготовлення продукту, затримка ж у виконанні операцій у сільському господарстві приводить до безпосередніх втрат продукції і витраченого сукупного живого та уречевленого предмету праці протягом року;

- якщо в промисловості робітник, як правило, має вузьку спеціалізацію і виконує одну або кілька операцій по виробництві продукції на одному верстаті (або декількох того самого типу), то в рослинництві для виконання багатьох видів робіт виконавець повинен знати не одну машину або знаряддя. Тому спеціалізація працівників на виконанні окремих операцій має обмежений характер;

- на відміну від добувної промисловості, де сировина добувається, а обробна промисловість переробляє природні ресурси, у сільському

господарстві створюються і сировина, і продовольство.

- витрати праці сільськогосподарського виробництва не супроводжуються негайним створенням споживчої вартості. Продукцію рослинництва одержують один раз у рік або частинами, значна її кількість придатна для споживання людиною без додаткової переробки.

- предмет праці (молодняк тварин) надалі може переходити в основні засоби і, навпаки, основні засоби стають предметом праці (основне стадо на відгодівлі).

Зазначені особливості сільського господарства впливають не тільки на характер і форми організації виробництва, але і на концепцію та методологію підготовки моделей бізнес-процесів для підприємницьких структур в аграрній сфері. Принципово важливо, що початок і закінчення бізнес-процесу пов'язані в більшості процесів не з технічними, технологічними, економічними факторами, які контролюються особою, що ухвалює рішення, а з факторами об'єктивно невідконтрольними людині.

Слід враховувати і ту обставину, що в Україні формується системна уява про аграрне підприємство, що полегшує сприйняття концептуальних основ моделювання бізнес-процесів. Еволюція уяв про сутність і особливості управління сільським господарством в Україні має більш ніж піввікову історію.

Розробка, економічне обґрунтування та реалізація гнучких, адаптивних до мінливих умов зовнішнього конкурентного середовища організаційних систем управління неможливо без широкого застосування нових технологій, що використовують методи системного аналізу, і процесного підходу.

Так, згідно даній методиці, оцінка ефективності бізнес-процесів повинна здійснюватися в кілька взаємопов'язаних етапів.

На першому етапі проводиться класифікація бізнес-процесів за критерієм важливості для споживача з присвоєнням їм рангу в загальній системі підприємства.

На другому етапі проводиться опитування кожного класу споживачів для виявлення очікуваних показників якості та їх важливості.

Третій етап визначає показники задоволеності споживачів якістю бізнес-процесів шляхом з'ясування ступеня їх задоволеності за виявленими раніше показниками очікуваної якості.

На четвертому етапі проводиться виявлення пріоритетних областей, які вимагають змін.

Для побудови ефективної системи управління бізнес-процесами в аграрному підприємстві необхідно враховувати, насамперед: галузеві особливості, розміри організації, вплив макроекономічних факторів, а також наявність формалізованої стратегії і довгострокового планування.

АСПЕКТИ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Р. Миронова, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Сучасному зовнішньому середовищу, в якому працюють вітчизняні підприємства, властивий високий динамізм. Процеси ринкової трансформації в Україні та підвищення конкуренції викликають необхідність швидкого та гнучкого реагування підприємств на зміни у ринковому середовищі. За таких умов традиційні системи управління виробництвом не забезпечують адекватного реагування і вимагають застосування сучасних концепцій, методів та інструментів управління підприємством. В цьому аспекті набувають актуальності проблеми наукового узагальнення й аналізу методологічних питань управління підприємством.

Управління підприємством трансформується від управління окремими ресурсами (управління, орієнтоване на ресурси) і функціональними підрозділами (управління, орієнтоване на ринок) в управління, орієнтоване на вартість підприємства. Це зумовлено об'єктивною потребою підвищення результатів діяльності підприємства в сучасних та перспективних умовах на основі маркетингової складової, врахування інтересів широкого кола зацікавлених осіб та необхідності їх стимулювання. Аналіз поступових змін концепцій управління підприємством дозволив виокремити пріоритети управління:

1) управління, орієнтоване на ресурси, в основу якого покладено раціональне комбіноване використання наявних ресурсів (матеріальних, технічних, технологічних, кадрових, фінансових, інформаційних) у відповідності до можливостей підприємства. До ресурсного управління відноситься об'ємно-календарне планування (MPS), планування необхідних матеріалів (MRP), планування виробничих ресурсів (MRP II), планування виробничих потужностей (CRP), планування фінансових ресурсів (FRP), управління ресурсами підприємства (ERP);

2) управління, орієнтоване на ринок, передбачає на підставі координації внутрішніх функцій підприємства та раціонального використання його наявних ресурсів формування системи управління з акцентом на поведінку й потреби споживачів. До ринково-орієнтованого управління відноситься управління процесами взаємовідносин з клієнтами (CRM), управління ланцюгом поставок (SCM), синхронізоване планування ресурсів із замовленнями покупців (CSR), управління ресурсами та зовнішніми відносинами підприємства (ERP II);

3) управління, орієнтоване на вартість, метою якого є спроможність постійного генерування грошових коштів підприємства й зростання його вартості. До такого управління відноситься ефективне управління компетенціями (CPM), ефективне управління бізнесом (BPM), збалансована система показників (BSC), універсальна система показників діяльності (TPS).

Особливостями управління підприємством, що орієнтоване на ресурси, є:

- ретельне планування і контроль руху (надходження і використання) та наявності певних видів виробничих ресурсів;
- узгодженість наявних виробничих потужностей із замовленнями споживачів;
- інтеграція матеріальних і фінансових потоків в результаті діяльності підприємства в межах горизонту планування до одного року;
- спрямованість на підвищення продуктивності праці та недостатнє фокусування на потребах споживачів.

Управління, орієнтоване на ринок, концентрує увагу підприємства на кінцевому споживачеві, що в довгостроковій перспективі забезпечує:

- постійне підвищення економічних показників через збільшення кількості задоволених споживачів;
- надприбутки внаслідок швидкої реакції на зміни попиту споживачів;
- збільшення частки ринку та збереження конкурентних переваг шляхом надання споживачам більшої цінності ніж конкуренти.

Водночас погоджуємося з висновками, зробленими в роботі «Менеджмент, орієнтований на ринок» Ж.-Ж. Ламбеном: «1) орієнтовані на ринок компанії мають велику кількість задоволених споживачів й, отже, підвищений обсяг повторних покупок, і менші витрати на реалізацію продукції; 2) орієнтована на ринок фірма швидше реагує на зміни потреб, випускаючи нові чи вдосконалені товари, і тим самим дотримує баланс між цілями росту та прибутком; 3) орієнтована на ринок фірма надає споживачам більшу цінність, а тому для неї характерні знижена чутливість споживачів до ціни й більш висока прийнятна ціна; 4) орієнтованій на ринок фірмі простіше зберігати конкурентні переваги, збільшувати та підтримувати частку ринку».

Необхідності застосування вартісного підходу в управлінні спричинено:

- посиленням ролі активного фондового ринку, що викликано появою ринку корпоративного контролю;
- глобалізацією бізнесу і формуванням стратегічних альянсів;
- збільшенням числа приватних осіб, які володіють акціями;
- зростаючою роллю опціонів на акції як одного з елементів системи стимулювання топ-менеджерів;
- інвестуванням в нематеріальні активи, зокрема в кадровий та інформаційний капітали;
- створенням підприємства, орієнтованого насамперед на нематеріальні активи, зокрема знання і послуги;
- посиленням ролі пенсійних фондів на ринках капіталів;
- позитивним впливом не тільки на збільшення багатства акціонерів, але й економіку в цілому і всіх зацікавлених осіб в результатах функціонування підприємства.

Теоретичні засади вартісно-орієнтованого управління охоплюють формулювання економічної сутності, цілей, принципів, функцій та ключових чинників збільшення вартості підприємства. В науково-економічних

дослідженнях спостерігаються різні ознаки, які дозволяють розкрити сутність поняття «вартісно-орієнтоване управління». Аналіз підходів, пропонованих різними авторами, дозволив виділити основні позиції, що враховуються при визначенні вартісно-орієнтованого управління підприємством: вартісно-орієнтований процес; вартісно-орієнтована система; вартісно-орієнтовані дії; вартісно-орієнтовані розрахунки.

Вартісно-орієнтоване управління трактується як вартісно-орієнтований процес. В межах даного підходу науковці звертають увагу на те, що вартісно-орієнтоване управління підприємством повинно бути націлене на чинники формування вартості. Отже, відповідно до такої позиції, основним є усвідомлення менеджерами пріоритетного завдання при прийнятті управлінських рішень – постійного збільшення вартості підприємства з урахуванням інтересів всіх зацікавлених осіб.

Вартісно-орієнтоване управління підприємством представлено як вартісно-орієнтована система. Такий підхід передбачає використання вартості як економічної категорії на всіх рівнях управління підприємством у вигляді критерію результативності функціонування. Необхідно відзначити, що серед авторів, які досить ґрунтовно підходять до розгляду поняття “вартісно-орієнтоване управління”, основна відмінність полягає у ступені охоплення різних елементів системи та їх інтеграції з функціями управління.

Погляд на вартісно-орієнтоване управління підприємством як на вартісно-орієнтовані дії є досить цікавим. Можна стверджувати, що економічного успіху підприємство досягає в результаті здійснення певних дій:

- контактів з клієнтами для визначення асортименту продукції майбутнього виробництва;
- вибір вартісно-орієнтованих асортиментних позицій, ціна яких перевищує вартість витрачених на їх виробництво ресурсів, для формування стратегії підприємства. Виконання дій щодо реалізації такої стратегії забезпечить збільшення вартості підприємства.

Поряд з іншими підходами існує також позиція трактування вартісно-орієнтованого управління підприємством як вартісно-орієнтованих розрахунків. В межах даного підходу передбачено управління підприємством на підставі виваженої системи показників ефективності функціонування. При розробці системи та обґрунтуванні показників доцільно з'ясувати причино-наслідкові взаємозв'язки між показниками та застосовувати адекватні для підприємства методи розрахунку кожного, таким чином підкреслюючи значимість вибору моделі оцінки вартості підприємства.

Погоджуємось що сутністю дефініції «вартісно-орієнтоване управління» є упорядкована сукупність процесів прийняття ефективних рішень і управлінських дій, спрямованих на збільшення вартості підприємства з урахуванням інтересів широкого кола зацікавлених сторін. Цим підкреслено, по-перше, забезпечення постійного збільшення вартості підприємства, по-друге, забезпечення належного захисту легітимних інтересів власників та інших зацікавлених сторін у результатах діяльності підприємств.

Не зважаючи на існування відмінностей у трактуванні вартісно-орієнтованого управління, загальною позицією залишається те, що процеси та дії на всіх рівнях ієрархії спрямовані на збільшення вартості підприємства з орієнтацією на добробут власника.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ

*А. Плотницька, асистент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Поглянувши на світову практику, можна зробити висновок, що дорадча діяльність відіграє велику роль у забезпеченні ефективності виробництва сільськогосподарської продукції, а кадрове забезпечення є однією з найважливіших складових дорадчої діяльності, від якої великою мірою залежить успішне функціонування та перспектива розвитку агроконсалтингових формувань.

Інформаційний продукт, який надається дорадчими службами, що цілком задовольнив би споживача, можуть створити лише висококваліфіковані професіонали, тому майбутні консультанти-дорадники проходять ретельний відбір.

За оцінкою спеціалістів кадрових агенцій та керівників різних дорадчих служб та консалтингових фірм, цільовий сегмент ринку трудових ресурсів досить обмежений, незважаючи на численність випускників економічних вузів. Кількість потенційних співробітників обмежує відбір за професійними вимогами, віковим цензом, а також особистими характеристиками кандидатів.

Якість консалтингової послуги як інтелектуального продукту залежить від творчого особистого потенціалу консультантів, ефективності організації та мотивації праці. Отже головним фактором успіху роботи дорадчої служби є ефективна кадрова політика. Особливості побудування кадрової політики дорадчих служб пов'язані із набором, відбором і розстановкою кадрів, специфікою управління творчим, високоінтелектуальним персоналом для створення високопрофесійних фахівців, які б сприяли розвитку підприємства. Кадрова політика дорадчих служб повинна бути розрахована на тривалий період, має забезпечити індивідуальний підхід до працівників і мати чітку спрямованість на розвиток та вдосконалення людських ресурсів.

Процес формування кадрової політики дорадчих служб повинен проходити декілька етапів, таких як нормування, програмування та моніторинг діяльності консультантів. Метою нормування є узгодження принципів і цілей роботи консультанта з стратегією розвитку, цілями та принципами дорадчої служби. На етапі програмування метою формування кадрової політики є розробка програм та шляхів досягнення цілей оптимальної кадрової роботи, з урахуванням умов і можливої зміни ситуації. Головною ідеєю третього етапу є розробка процедур діагностики та прогнозування кадрової ситуації[1].

Кадрова політика дорадчих служб багато у чому залежить від

організаційної культури. Існують служби, що об'єднують окремих професійних консультантів, які не поєднані корпоративною метою і виконують консультаційні завдання в індивідуальному порядку. Однак найбільш успішними є фірми, які організують працю дорадників на основі співробітництва та формування команди для виконання єдиного сумісного проекту. Основними принципами кадрової політики успішної дорадчої служби мають бути: - демократичне управління, від якого залежить готовність до співробітництва; - дотримання рівності й послідовності; - розуміння людей та їх проблем.

Досвід роботи провідних консалтингових фірм свідчить про те, що їх головною конкурентною перевагою є унікальний кадровий потенціал та культура бізнесу. Головним завданням консалтингових фірм є сприяння зростанню професійної компетенції консультантів та розвитку їх навичок і вмінь.

Література:

1. Шаманська О.І. Формування кадрової політики дорадчих служб/ О.І. Макаренко : Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова, 2015. Т.20 Вип.4. – 136-140 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ В УКРАЇНІ ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

А. Пугач, д.н. держ. упр., професор

В. Кучеренко, аспірант

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Соціальним призначенням державної служби є створення умов для ефективної діяльності державних органів, орієнтування на оптимальне поєднання особистих, групових і державних інтересів, висловлювання і захист інтересів населення. Завданням цієї служби є забезпечення повсякденного каналу зв'язку держави та народу, та їх взаємодії [1].

Вихідними положеннями, які визначають сутність, зміст, організацію та діяльність інституту державної служби є принципи цієї служби. Відповідно до вітчизняного законодавства державна служба в Україні базується на таких принципах: верховенства права; законність; професіоналізм; патріотизм; добросовісність; ефективність; забезпечення рівного доступу до державної служби; політична неупередженість; прозорість; стабільність [2].

До основних моделей державної служби дослідники відносять: політичну; адміністративну; – ліберальну; – сервісну. Основними видами державної служби є: служба в органах законодавчої, виконавчої та судової влади; цивільна (в органах законодавчої, виконавчої влади); мілітаризована (воєнна) служба; спеціалізована (військова, дипломатична, митна, в правоохоронних органах та ін.) [3].

Згідно з оцінкою ключових показників ефективності державного управління, основними проблемами державної служби є такі: відсутність централізованої бази даних державних службовців, що ускладнює облік та

впровадження сучасних практик управління людськими ресурсами; офіційні підходи до визначення посадових обов'язків; відсутність методології оцінки та системи класифікації робочих місць, що призводить до дисбалансу заробітної плати; непрозорість структури заробітної плати, оскільки її змінна складова становить близько 50%.

Експерти пов'язують проблеми функціонування державного управління та управління людськими ресурсами в державному управлінні в Україні з певною роздробленістю та невизначеністю правового регулювання у цій галузі, відсутністю інформаційної системи, яка б дозволяла оперативну статистику управління людськими ресурсами, ефективну координацію державної політики, а також недостатній досвід у підборі персоналу на посади державного управління. Існуючі процедури конкурсного відбору на посади державного управління залишаються неповними та не базуються на високоякісних стандартизованих вимогах до рівня професійної компетентності претендентів на державні посади, включаючи відсутність чітких та прозорих процедур просування по службі. Більшість центральних органів виконавчої влади не використовують сучасні інструменти управління людськими ресурсами та професійного навчання. Незбалансована система заробітної плати призвела до нерівності в системі державного управління.

Сутність і зміст культури державного управління характеризується витонченістю системи державних органів, координацією владних відносин та якістю рішень та послуг державного управління. Відповідно, державній службі приділяється значна увага, яка вирізняється організаційно-технічними умовами та традиціями управління, професіоналізмом та етичними кодексами, рішеннями керівників та особистістю державного службовця, його професійними та індивідуальними особливостями, здатністю працювати грамотно, творчо та ініціативно [4].

Носієм управлінської культури виступають керівники державних установ, їх безпосередні заступники, помічники, радники, консультанти та ін. Управлінська культура по суті відображає процес і механізми прийняття рішень, способи послідовного виконання управлінських функцій. Так, в практиці сучасного менеджменту використовується механізм участі у прийнятті рішень, який втягує в процес співучасті не тільки рядових службовців, а й осіб, які перебувають за межами державного організації, тобто громадян, споживачів публічних послуг. Тим самим, адміністративна культура синтезує прояви професійної, корпоративної, організаційної та управлінської субкультур. Все це утворює унікальну суміш цінностей, норм, традицій, звичок тощо.

Наприклад, структура професійної культури державних службовців включає такі компоненти: культура державного управління, адміністративна культура, цінності державного управління, управлінська обізнаність; особливими цінностями державних службовців є: політичний нейтралітет, чесність, непідкупність, оволодіння новим управлінським та економічним мисленням, неухильне дотримання закону, якість, своєчасність та ефективність завдань; культура спілкування, а саме культура слухання, культура мовлення,

культура етичного спілкування; діловий етикет - дотримання етичних вимог до професії; культура ділових відносин; політична культура; правова культура; соціальна культура, загальнолюдські моральні цінності; морально-етичні регулятори; культура праці, культура робочого місця; культура трудових відносин; професійна поведінка: відповідальність за справу, чесність, порядність, доброзичливість, увага до людей, повага до закону, справедливість, об'єктивність, активність, готовність співпрацювати та надавати допомогу [5].

Таким чином, дослідження дозволяє зазначити, що організація та функціонування системи державної служби нерозривно пов'язані з питаннями адміністративної культури. Адміністративна культура вбирає в себе професійну, організаційну, управлінську субкультури. Удосконалення адміністративної культури відповідно до сучасних вимог, які висувуються до держави, органів державної влади, державної служби, передбачає підвищення вимог до рівня професіоналізму державних службовців, удосконалення організаційної та управлінської субкультур.

Література:

1. Державна служба в Україні. Види та правовий статус державних службовців. Адміністративне право. – Режим доступу : https://pidruchniki.com/12580908/pravo/derzhavna_sluzhba_ukrayini_vidi_pravoviy_status_derzhavnih_sluzhbovtiv.

2. Про державну службу : закон України № 889-VIII. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.

3. Державна служба і кадрова політика : наук. розробка / [авт. кол. : Р. В. Войтович, В. В. Карлова, А. П. Рачинський та ін.] ; за заг. ред. Р. В. Войтович. – К. : НАДУ, 2015. – 56 с.

4. Суший О. Культура державного управління: сутність, складові та тенденції розвитку / О. Суший // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. – 2012. – Вип. 4. – С. 38 – 47. – Режим доступу : <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2012-4-7.pdf>.

5. Тарасюк І. Становлення органів професійної культури посадових осіб публічної влади / І. Тарасюк // демократичне врядування. – 2016. - № 16/17. – Режим доступу : http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnyk16/fail/Tarasjuk.pdf.

АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ ВЛАДИ

*І. Застава, старший викладач
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Адміністративний менеджмент це особливий вид менеджменту в організаціях публічного управління. Менеджмент – широке поняття, яке поширюється на три сфери: процес (планування, рішення, здійснення, контроль); структуру (організація, розподіл), кадри (керівництво). Звідси основні функції менеджменту в органах державної влади: планування, контроль, координація, керівництво.

Призначення планування, як функції адміністративного менеджменту органу державної влади, полягає у встановленні впливу змін усіх чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на підвищення ефективності роботи й забезпечення сприятливих умов для нормального функціонування і розвитку органу державної влади.

Контроль є процесом забезпечення досягнення органом державної влади його місії та цілей. Контроль, як елемент зворотного зв'язку, може бути ефективним лише у випадку отримання та раціонального використання достовірної і своєчасної інформації про стан організаційної системи (або її підсистеми), на яку спрямовується вплив, визначення того, чи все у цій системі здійснюється у відповідності з наміченими цілями та принципами, отриманими розпорядженнями керівництва, вказівками вищестоящих організацій, законами.

Функція координації передбачає об'єднання і гармонізацію дій організаційних підсистем та працівників з метою досягнення цілей органу державної влади. Її головне завдання полягає у досягненні узгодженості в роботі всіх структурних підрозділів органу державної влади шляхом встановлення раціональних взаємозв'язків між ними.

Функція регулювання (керівництво) у системі адміністративного менеджменту органу державної влади є обов'язковим проявом: влади (як можливості впливати на поведінку працюючих), лідерства (як здатності впливати на окрему групу й особистість, вносячи зміни в їх поведінку, відносини, напрям діяльності) і підпорядкування (як складової частини повноважень, що виражається у праві конкретної особи, що займає посаду керівника в апараті управління, розпоряджатися ресурсами).

Системи менеджменту, характерні для державних організацій, називають адміністративними (від лат. *administratio* — управління, керівництво):

- управлінська діяльність державних органів, організаційна діяльність у сфері управління;
- органи виконавчої влади держави; урядовий апарат;
- посадові особи, керівний персонал певної установи;
- розпорядники, відповідальні упорядники чогось.

Для адміністративної діяльності в державному управлінні притаманні наступні технологічні операції: інформаційні, логіко-розумові, організаційні.

Адміністративній діяльності у сфері державного управління, як одному з видів управлінської діяльності, також притаманні всі її властивості адаптовані до умов державного управління. Елементи управлінської діяльності, властиві адміністративній діяльності, мають логічний зв'язок з управлінською категорією, що визначають такі її характеристики: з якою метою здійснюється адміністративна діяльність; що спричинило її здійснення; на що спрямовані її дії; який вид впливу вона здійснює.

ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

М. Сичова, к.е.н., доцент

В. Кучеренко, аспірант

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Завдання та функції державної служби визначають адміністративну культуру. Питання функцій державної служби знаходиться в площині таких фундаментальних понять як держава, функції держави, взаємовідносини держави та суспільства. Загальні світоглядні засади дослідження функціонування системи державної служби в країнах розвиненої демократії будуються у відповідності до бачення ролі держави у забезпеченні соціального партнерства, створенні гідних умов для життя людини та залучення її до всіх процесів життєдіяльності суспільства. В основі цих поглядів знаходиться теза про оновлене розуміння місця людини в суспільстві у цілому та в державі, як його головному політичному інституті, зокрема. Відповідно до цього науковці акцентують увагу на ролі держави як соціального арбітра, призначенні держави у забезпеченні прав і свобод людини, екологічної безпеки, технічного прогресу, здоров'я нації, безконфліктного існування суспільства, забезпечення гідного прожиткового рівня тощо [1, с. 135]. Сучасне бачення ролі держави знаходить свій вираз у зростаючому значенні питань громадянського суспільства, державно-громадського управління, відповідальності органів публічної влади, відкритості, демократії участі, соціальному партнерстві, соціальній активності людини, пошуку засобів розвитку та реалізації особистості в усіх сферах суспільного життя. Ці форми по суті формують середовище реалізації прав і свобод людини на засадах узгодження інтересів та взаємодії членів суспільства [2, с. 187].

Зміна поглядів на роль держави ілюструється намаганням дослідників у різні періоди розбудувати в науковому просторі вчення про традиційну, правову, соціальну державу, утвердженням ідей щодо розвитку держави «загального добробуту», «сервісної держави». Ці процеси нерозривно пов'язані із трансформацією поглядів на завдання та функції державної служби. Якщо раніше проблематика державно-суспільних відносин, її управлінський зміст, розглядалася здебільшого в межах проблематики державного управління, зокрема, питань державної служби, то сьогодні цей вимір не вичерпує усієї сукупності аспектів та багатогранності функцій публічної служби. Це знаходить своє відображення в активному розвитку теорії, ідей, концепцій публічного управління та публічної служби.

У науковій літературі, існує інший підхід до розгляду публічної служби, прихильники якого відзначають, що вона включає в себе здійснення завдань і функцій держави на політичних засадах, службу в громадських об'єднаннях, політичних партіях, рухах, службу в недержавних організаціях, службу в міжнародних організаціях, службу в державних органах та їх апараті, службу в

органах місцевого самоврядування [3, с. 115]. Така точка зору означає, що поняття «публічна служба» є ширшим за сукупність двох таких понять «державна служба» і «служба в органах місцевого самоврядування». За цією позицією воно охоплює діяльність усіх суб'єктів, які залучені до реалізації публічних цілей і завдань у будь-якій сфері.

Таким чином, в дослідженнях науковців, можна виділити два наступні аспекти: перший знаходить своє відображення в виборі термінології, коли автори під різними назвами розглядають однаковий зміст й поняття «державна служба» розглядається як повний відповідник, синонім поняття «публічна служба»; другий полягає в розширенні сфер здійснення публічної служби. Виділяючи відмінність державного службовця і службовців органів, що виконують публічні повноваження, зауважується, що вона полягає в наділенні державного службовця державно-владними повноваженнями. Разом із тим, межі цих відмінностей сьогодні змінюються, передусім, на основі збільшення впливу недержавного сектора на здійснення державно-владних повноважень, поширення практики делегування державою окремих повноважень з реалізації завдань і функцій держави.

Завданням, яке має бути вирішене в процесі змін системи державного управління, є застосування інноваційних методів управління, покликаних забезпечити більшу ефективність використання та розподілу суспільних благ. Під впливом цього відбувається зміна поглядів щодо завдань державної служби в реалізації функцій держави.

Література:

1. Москаленко С. О. Держава // Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. – К. : НАДУ, 2011. Т. 1 : Теорія державного управління. – 2011. – С. 134 – 136.

2. Бородін Є. І. Гуманізація системи професійного навчання публічних службовців: сутність та напрями розвитку / Є. І. Бородін, Т. М. Тарасенко // Гуманізація публічної служби в Україні: науково-практичні засади : колект. моногр. / С. М. Серьогін, Є. І. Бородін, Н. А. Липовська [та ін.]. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2015. – С. 186 – 194.

3. Дубенко С. Д. Державний службовець // Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. – К. : НАДУ, 2011. Т. 6 : Державна служба. – 2011. – С. 115 – 116.

ЕКОНОМІКА

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОЇ ОЦІНКИ ПРИРОДНО-ТЕХНОГЕННИХ КОМПЛЕКСІВ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ЇХ ПРОДУКТИВНОСТІ

*Т. Галаган, к.е.н., доцент кафедри економіки
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Світовий досвід свідчить про те, що найбільш доцільна економіко-екологічна рівновага в природі досягається при збереженні 50-70% її екосистем. До них входять і культурні сільськогосподарські рослини, які надійно захищають земельні угіддя від деградації та слугують важливим джерелом різноманітних високоякісних продуктів харчування для людей та сировини для промисловості.

На жаль, виробнича діяльність людини спровокувала погіршення і навіть руйнацію всього природного середовища. Наразі факти свідчать про те, що близько 15% густонаселеної території нашої держави перебуває в умовах екологічної кризи [1, 2]. Кількість викидів забруднюючих речовин становить 4119 тис. тонн в рік, що складає в середньому 58,5 кг на кожного мешканця України (за регіонами – 180,8 кг на кожного мешканця Дніпропетровської області) [3]. До того ж, висока розораність земель та інтенсивний видобуток корисних копалин наближають ґрунти до їх повної деградації і знищення. Особливо шкодить гірничодобувна промисловість, кар'єрні території якої вже розташовуються на сільськогосподарських землях, поряд з густонаселеними житловими масивами. Зрозуміло, що рекультивация деградованих земель та природно-техногенних комплексів життєво необхідна. Причому, реанімовані землі мають бути обов'язково повернені для подальшого використання в ту сферу економіки, в якій вони використовувалися до руйнації.

Така постановка питання не викликає жодних сумнівів. Навпаки, сучасність наполегливо вимагає проведення економіко-екологічних досліджень всіх земель, в тому числі і тих, що відновлюються після видобутку корисних копалин. Практика показала, що такі надзвичайно складні питання повинні вирішуватися з урахуванням багатьох складових. Зокрема, природних особливостей місцевості до її руйнації, часу формування та стану техногенних ландшафтів, властивостей гірських порід, що виходять на «денну» поверхню і створюють природно-техногенні комплекси. Саме такі дослідження повинні слугувати базисом для відновлення продуктивності деградованих і штучно створених ґрунтів та для розробки системного підходу до подальшого їх використання в певній сфері економічної діяльності людей.

Ще й дотепер залишаються не повністю дослідженими такі важливі економічні питання, як фактори формування причинно-наслідкових взаємозв'язків у системі «рекультивована земля – вкладення – вихід продукції – поліпшення екології». При цьому, потребують удосконалення, або, навіть, вимагають окремого дослідження економіко-екологічні і соціальні фактори, що

значно змінюють методи проведення ефективного відновлення порушених земель та їхньої оцінки як природно-антропічного ресурсу; методи визначення оптимального розміщення гірничорудних підприємств; нормативів витрат на рекультивацію природно-техногенних комплексів, що є основою для фінансування цього надзвичайно складного процесу; техніко-економічного обґрунтування збитків внаслідок відчуження сільськогосподарських угідь; визначення економічної ефективності витрат на рекультивацію та шляхів скорочення термінів їх окупності, причому з урахуванням поліпшення екологічного благополуччя місцевості і т.д.

На жаль, ще дотепер відсутня стратегія економіко-екологічного обґрунтування рекультивації природно-техногенних комплексів, їх використання та охорони. Нового наукового переосмислення вимагає і розробка теоретико-методологічних засад економіко-екологічної оцінки рекультивації та соціально-економічної значущості цього процесу.

Наукова значущість висвітлених проблем аргументується розпорядженням Кабінету Міністрів України від 22 жовтня 2014 р. №1024-р. «Про схвалення Концепції боротьби з деградацією земель та опустелюванням», а також матеріалами таких надзвичайно важливих міжнародних документів, як «Глобальний форум по навколишньому середовищу і розвитку з метою виживання» (Москва, 1990), «Програма дії», що ухвалена конференцією ООН (Ріо-де-Жанейро, 1993), Всесвітнього саміту зі сталого розвитку (Йоганнесбург, 2002). Саме на цьому зібранні було вирішено заснувати «Всесвітній день ґрунтів» (5 грудня), починаючи з 2006 року і визначено відповідний поштовий знак SOS to SOS – Save Our Soils to Sustain Our Society – «Збережемо наші ґрунти в ім'я сталості нашого суспільства». Знаменно, що Генеральною Асамблеєю ООН 2015 рік оголошено міжнародним роком ґрунтів.

Матеріалами цих надзвичайно важливих зібрань керується і Україна бо вони є узгодженою основою дій світової спільноти для досягнення взаємозв'язку економічної, екологічної й соціальної складових сталого розвитку людства. Отже, процес економіко-екологічної оцінки рекультивації природно-техногенних комплексів та відновлення їх родючості задля подальшого використання в певній сфері економіки органічно вписується в рішення названих документів.

Література:

1. Узбек І.Х., Галаган Т.І. Агроекологічна роль люцерни і еспарцету на рекультивованих землях. *Бюл. Ін-ту зерн. госп-ва*. 2007. № 31-32. С. 108-113.
2. Узбек І.Х., Галаган Т.І. Биогеоценологические системы техногенных ландшафтов. *Грунтознавство*. 2009. Т. 10, № 3-4. С. 22-28.
3. Статистичний збірник «Довкілля України 2019». Київ, 2020. 200 с.

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

О.Гончаренко, д.е.н., проф.

Т. Самілик, к.е.н, доц.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

В науковому дискурсі проблематика стимулювання економічного розвитку на інноваційних засадах залишається актуальною, хоча більшістю теоретичних шкіл аргументується його детермінованість розробкою і впровадженням інновацій, які прискорюють формування економіки знань, де інноваційні процеси та інноваційна діяльність є драйверами зростання продуктивності. Важливим є й характер та вид інновацій, які продукуються економікою та їх близькість до рівня світового технологічного розвитку. Наближеність до останнього дозволить перейти від імітування передових іноземних технологій, розробок і товарів до продукування власних інновацій. Складністю реалізації інноваційної політики є те, що вона носить переважно надбудовний характер. Якщо не працюють базисні інститути національної економіки і не реалізуються заходи фінансової, промислової, технологічної, наукової політики, то більш складна інноваційна «надбудова» національної економіки майже не досяжна. Вона не має суттєвих шансів на успіх в умовах, якщо фіскальна система орієнтується на відбирання, а не стимулювання; державний сектор наукових та дослідних робіт і розробок прагне до «виживання» і самозабезпечення; приватна наука і новації ігноруються; якщо домінує політика «дорогих грошей»; фінансово знекровлені виробничі структури; актуальні тільки короткострокові горизонти планування; нерозвинуті конкурентні відносини і гіпертрофований або майже недієдатний державний сектор в національній економіці.

Існуюче інституціональне та інфраструктурне забезпечення інноваційного розвитку не орієнтоване на активізацію інноваційного розвитку, як в аграрній сфері, так і в національній економіці взагалі. Найголовнішим проблемним аспектом на даному шляху є стан і дієвість базисних інститутів економіки, які не забезпечують відповідні умови для продукування і поширення інновацій. В даному аспекті запровадження різних інфраструктурних елементів, які орієнтуються на інноваційний процес та розвиток не призвели у вітчизняній економіці до суттєвих позитивних змін і зрушень.

При обґрунтуванні напрямів змін базисних інститутів важливо враховувати, що досягнення індикаторів зростання якості базисних інститутів та їх позитивного впливу на передумови інноваційного зростання вочевидь не досягне в короткостроковому періоді. Разом з тим, розмежування інституціональних змін, які орієнтовані на інноваційний розвиток і виділення серед них короткострокових, середньострокових і довгострокових сприятиме швидшому досягненню ключових індикаторів інституціональної ефективності.

Оцінка наявного стану і визначення якості базисних інститутів економіки та їх здатності відповідати умовам інноваційного розвитку доводить

необхідність їх модернізації. Напрями модернізаційних перетворень мають стосуватись усієї існуючої сукупності інститутів, які прямо чи опосередковано пов'язані з перспективами формування сприятливого середовища для забезпечення інноваційного процесу в національній економіці та агропромисловому виробництві.

Спрямування базисних інститутів на інноваційне зростання є ключовою умовою започаткування інноваційного процесу, але ж його реалізація потребує узгодженого впливу всього інституціонального механізму, який поєднує інституції і інститути всіх рівнів. Тобто, важливою є узгоджена дія всіх наявних елементів інституціонального забезпечення для формування інноваційного середовища, сприятливого для продукування й дифузії інновацій та підтримки безперервності інноваційного процесу.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОГО РИНКОВОГО ПРОСТОРУ ПІДПРИЄМСТВА

О. Масляєва., к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Аналіз рушійних сил підприємства полягає у визначенні того, що сприяє розвитку галузі, в якому напрямку він здійснюється, як будуть змінюватися ринкові умови (на рівні техніко-економічних показників, співвідношення попиту та пропозиції, складу покупців, інтенсивності конкурентної боротьби, продукції та способів її виготовлення й іншому).

Конкурентне середовище представлене значною кількістю самостійних (незалежних) підприємств, які прагнуть зміцнити свої конкурентні позиції, залучаючи покупців пропозицією кращих умов продажу порівняно з конкурентами, формується не тільки під впливом боротьби внутрішньогалузевих конкурентів.

Аналіз конкурентного середовища підприємства повинен встановити, які сили визначають ступінь інтенсивності конкурентної боротьби. До них можна віднести: розміри ринку; темпи зростання ринку та стадії життєвого циклу; потужності; перешкоди для входу на ринок або виходу з нього; ціна; рівень стандартизації товарів; швидкі технологічні зміни; вимоги до розміру необхідних капіталовкладень; вертикальна інтеграція; прибутковість галузі; економія на масштабах виробництва; швидке відновлення асортименту продукції.

Проаналізувати конкурентну структуру ринку дозволяє інформація про розподіл часток ринку між підприємствами. Для цього доцільно використовувати індекс Джині, коефіцієнт концентрації ринку та індекс Херфіндаля-Хіршмана, що характеризують перевагу на ринку того чи іншого підприємства.

Індекс Джині – показник концентрації фірм на ринку, характеризує нерівномірність розподілу ринкових часток між продавцями на ринку, і визначається як відсоткова доля розміру галузі, що припадає на відсоток

кількості діючих фірм:

$$G = \frac{Y^*}{N}$$

де Y^* – кумулятивний відсоток розміру галузевого ринку;

N – кумулятивний відсоток кількості фірм на галузевому ринку, що упорядковані від айменшої до найбільшої.

Показник приймає значення від 0 до 1. Чим більший індекс Джині, тем більша нерівномірність розподілу ринкових часток між продавцями, а значить і вищий рівень концентрації на ринку.

Коефіцієнт концентрації ринку (CR) являє собою процентне відношення всіх продажів товарів підприємствами з найбільшими частками на ринку до загального обсягу продажів і розраховується за формулою:

$$CR = \frac{\sum Q_k}{(\sum Q_k + \sum Q_j)},$$

де Q_k – обсяг продажів k -го великого підприємства;

Q_j – обсяг продажів j -го менш великого підприємства.

Індекс Херфіндала-Хіршмана (HHI) визначається як сума квадратів часток ринку кожного великого підприємства:

$$HHI = \sum D_k, \quad (2.2)$$

де D_k – частка k -го великого підприємства на ринку.

Індекс Херфіндала-Хіршмана трактується як найбільш адекватна характеристика інтенсивності конкуренції. Чим вище значення HHI , тим впливовіші найбільші підприємства

При цьому якщо виявиться, що величина $CR(3)$ перевищує 70%, а величина HHI – 2000, то можна говорити про високий ступінь концентрації ринку і про слабкий розвиток конкурентного середовища.

Якщо $CR(3)$ більше 45, але менше 70%, а HHI менше 2000, то спостерігається помірний ступінь концентрації ринку. Коли ж $CR(3)$ менше 45%, а HHI менше 1000, ринок характеризується слабким ступенем концентрації і його можна характеризувати як нормальний для конкуренції.

Ринок для підтримки нормальної ринкової конкуренції вважається безпечним, коли на ринку розглянутого товару і/або послуги є 10 і більше підприємств; 1 підприємство не займає більше 31% ринку; 2 підприємства не займають більше 44% ринку; 3 підприємства не займають більше 54% ринку, 4 підприємства не займають більше 63% ринку.

Оцінка конкурентного ринкового простору може бути проведена за такою методикою.

Першим етапом вивчення конкурентного середовища є визначення та оцінювання основних характеристик ринку продукту (послуги), на якому працює або планує діяти підприємство.

На другому етапі визначають конкурентні сили, що діють у галузі, та їх вплив на ситуацію в галузі.

На третьому етапі необхідно визначити фактори (або сили), що визначають рівень конкуренції на ринку та ознаки їх прояву, характер змін у структурі конкурентних сил.

На четвертому етапі визначають підприємства з найсильнішими та найслабшими конкурентними позиціями.

На п'ятому етапі доцільно спрогнозувати найбільш імовірні кроки стратегічних конкурентів.

На шостому етапі встановлюють ключові фактори успіху в конкурентній боротьбі.

На кінцевому етапі приймають остаточне рішення щодо привабливості галузі найближчим часом і в довгостроковій перспективі.

Література:

1. Адлер О.О. Економічна діагностика / О.О. Адлер. - Вінниця: ВНТУ, 2012 – 17с.

2. Тарасенко Т. В. Економічний аналіз : навчальний посібник / Тарасенко Т. В. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2004. – 344 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

*А.Сітковська, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Ефективність діяльності економічних суб'єктів можливо підвищити насамперед, за рахунок обґрунтування раціональних меж здійснення їх виробництва та розвитку, використання інтенсивних технологій аграрного виробництва, поліпшення рівня використання економічного потенціалу тощо. Аналіз ефективності здійснюють системою показників, які доцільно розраховувати за період не менше 3 років, за видами продукції, формами господарювання тощо. Економічний аналіз слід розпочати із дослідження виробничих показників діяльності аграрних підприємств

Продукція сільського господарства у секторі підприємств економіки за період 2010-2019 рр. зросла з 193000 млн. грн. до 449806,3 млн. грн., тобто на 75,2%. Це пояснюється прискореним зростанням цін на продукцію, а натуральні показники виробництва щороку зменшуються. За останні роки в структурі виробництва частка аграрних підприємств постійно зростає і на сьогодні становить 66,1% (в рослинництві – 69,9%, в тваринництві – 51,3%).

Наступним етапом проведення оцінки ефективності діяльності аграрних підприємств є вивчення витрат, які витрачають при виробництві продукції. В структурі витрат на виробництво продукції прямі матеріальні витрати займають найвищу питому вагу – 57,7%, інші прямі витрати – 21,3%, витрати на оплату праці – 6,4%, що є низьким показником для мотивації працівників до ефективної праці.

Економічну ефективність виробництва аграрних підприємствах розглянемо в табл. 1. За останнє десятиліття в аграрних підприємствах країни чистий прибуток зріс на 5,2 рази. Позитивною динамікою є зростання частки підприємств, які отримали в результаті своєї діяльності чистий прибуток, їх частка зросла з 69,6% у 2010 р. до 2019 р. до 83,4% (на 13,8 відсоткових

пункти). Відповідно на цей же розмір зменшилася частка збиткових підприємств, що є позитивною тенденцією.

Таблиця 1

Ефективність діяльності аграрних підприємств України

Показники	2010	2015	2017	2018	2019	2019 до 2010, %, +/-
Прибуток (збиток) до оподаткування, млн грн	17320,5	101996,1	68606,5	70770,2	90836,3	в 5,2 рази
Чистий прибуток, млн грн	17253,6	101912,2	68276,8	70461,8	90167,0	в 5,2 рази
Підприємства, які одержали (в %):						
чистий прибуток	69,6	88,9	86,7	86,7	83,4	+13,8 в.п.
чистий збиток	30,4	11,1	13,3	13,3	16,6	- 13,8 в.п.
Рівень рентабельності діяльності, %	17,5	30,4	16,5	14,2	16,1	- 1,4 в.п.
Рівень рентабельності операційної діяльності, %	24,5	43,0	23,2	18,9	19,3	- 5,2 в.п.

Однак ефективність виробництва знизилася в 2019 р. відносно 2010 року як по операційній діяльності так і в цілому підприємства на 1,4 в.п. так і на 5,2 в.п. відповідно. Отже, аналіз цифрових даних показує, що протягом 2010-2019 рр. рівень рентабельності діяльності в аграрних підприємствах характеризується як нестабільний в часі та такий, що має суттєво знизився за останні роки.

Ефективність діяльності аграрних підприємств, що функціонують в умовах динамічної ринкової економіки, суттєво залежить від їх можливостей вільного доступу до ринків збуту, наявності прозорих механізмів формування цін, встановлення паритетних відносин з організаціями оптової та роздрібною торгівлі, а також підприємствами, які переробляють сільськогосподарську сировину.

МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

С. Васильєв, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Сучасний етап розвитку світового господарства свідчить, що економічний стан будь-якої країни прямо залежить від ефективності використання її внутрішніх ресурсів та ступеню інтегрованості країни в світогосподарську систему.

Одним із найбільш важливих факторів інтеграції України до світового господарства є сталий розвиток експорту, що в сучасних економічних умовах залежить від здатності українських підприємств виробляти та реалізовувати товари, що відповідають вимогам світового ринку. Збільшення обсягів експорту є одним з основних рушіїв економічного зростання країни, оскільки його

структура визначає ефективність і конкурентоспроможність економіки.

На сучасному ж етапі у структурі українського експорту переважають продукція сировинного сектору та напівфабрикати, тоді як продукція машинобудування та високотехнологічних галузей займає відносно незначну частку. Такий стан експортних відносин є дуже небезпечним. І це підтвердила фінансово-економічна криза 2008-2009 рр., коли різке падіння попиту та цін на сировину спричинило значне зниження експорту продукції металургійної та хімічної галузей, що знизило надходження до бюджету і погіршило торговельний баланс країни.

Структура промислово розвинутих країн виглядає зовсім по-іншому ніж в Україні: в ній превалюють кінцеві продукти. Вивчення і використання досвіду високорозвинених країн світу дозволило би Україні перейти з ресурсовитратного виробництва до високотехнологічного. Це сприяло б поповненню державного бюджету, забезпеченню людей роботою і, відповідно, підвищенню їх життєвого рівня, дало б змогу Україні впевнено рухатись шляхом сталого розвитку економіки та інтегрування в систему світового господарства.

У разі переходу економіки України до ринкової економіки Україна опинилася у складній ситуації. В країні сформувалася клановоолігархічна економіка, яка базується на застарілих технологіях, було збережено структуру суспільного виробництва, орієнтовану на видобування та експорт ресурсів і продукції з низьким ступенем переробки. Варто зазначити, що така структура економіки є вкрай залежною від глобальної економічної кон'юнктури, і країна, яка експортує переважно ресурси і не інвестує в технологічну модернізацію, виступає донором економічного зростання для інших країн.

Пріоритетним напрямом державної політики України на сучасному етапі повинен стати перехід економіки на принципово новий шлях розвитку – інноваційний. Економіка, яка повною мірою використовує знання, заснована на них, має глобальний характер і орієнтована на глобальний ринок. Світовий досвід показує, що перехід на нову економіку вимагає забезпечення сприятливого інноваційного клімату в державі. Україна сьогодні знаходиться лише на першій сходинці інноваційної економіки, тому проблеми інноваційного розвитку держави набувають особливого значення, а їх вирішення є невідкладним завданням. Вагомою перевагою ж для України на цьому шляху є наявність могутнього наукового потенціалу.

Сталий розвиток в Україні може бути забезпечений тільки за умов найбільш ефективного використання всіх видів її ресурсів. Усе це, у свою чергу, сприятиме формуванню нової української економіки та суспільства і позиціонуванню України на світовій арені як повноправного, сильного, достойного суб'єкта.

СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ВІДТВОРЕННЯ ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

*С. Юрченко, старший викладач
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Законодавче визначення інвестиційної діяльності як сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій на наш погляд дещо спрощує трактування даного поняття й не повною мірою відображає його сутність. Джерелознавчий аналіз трактування вченими основних дефініцій у сфері інвестування показує на загальний підхід науковців до розуміння поняття інвестиційної діяльності як процесу вкладення капіталу з метою отримання прибутку. При цьому більшість науковців трактують поняття «інвестиційна діяльність» як комплекс заходів і дій фізичних та юридичних осіб, а також держави, спрямованих на вкладення власних і позичених коштів з метою отримання прибутку. Саме таке визначення сутності поняття «інвестиційна діяльність» максимально приближене до визначення, що надане в Законі України «Про інвестиційну діяльність», а саме – інвестиційна діяльність є сукупністю практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій. Окрім того, ми виявили наявність певних розбіжностей щодо опису сутності цієї діяльності через апарат пов'язаних понять та термінів. В науковій літературі існує безліч підходів до розкриття сутності та змісту поняття «інвестиційна діяльність» узагальнення яких надає змогу сформулювати авторське визначення цього поняття та констатувати, що це цілеспрямована діяльність, що полягає у сукупності низки дій та окремих операцій стосовно формування, залучення та використання інвестиційних ресурсів, а також пов'язаних з регулюванням процесу інвестування й руху внутрішніх і зовнішніх інвестиційних коштів та має на меті отримання прибутку чи досягнення певного соціального або іншого ефекту.

Щодо категорії «інвестиційний процес», то одні вчені, як зазначалося вище, практично ототожнюють це поняття з поняттям «інвестиційна діяльність» або розглядають його як механізми здійснення такої діяльності, інші описують інвестиційний процес як послідовність певних кроків чи комплекс практичних дій. При цьому ми вважаємо, що найбільш вдалим і повним є науковий підхід, який розглядає інвестиційний процес на макрорівні як форму нагромадження капіталу, якій притаманні усі ознаки системи, а саме: присутній суб'єкт (інвестор), об'єкт (об'єкт інвестицій), зв'язок між ними (отримання інвестиційного доходу), середовище, в якому вони функціонують (інвестиційне середовище). Та визначають, що – це безкінечний у просторі та безперервний у часі процес реалізації інвестиційних рішень, пов'язаний із залученням коштів, з метою досягнення цілей та максимального позитивного результату для учасників та інвестора. До цього визначення ми ще б додали такі характеристики інвестиційного процесу як упорядкованість та циклічність. Таким чином визначення поняття «інвестиційний процес» набуде наступного

виду – це безкінечний у просторі та безперервний у часі впорядкований за послідовністю дій і циклічний процес вироблення й реалізації інвестиційних рішень, що пов'язаний із залученням коштів, з метою досягнення цілей та максимального позитивного результату для всіх учасників.

Інвестиційний процес за своєю внутрішньою природою пов'язаний із ризиком втрати первісного капіталу або його частини, а також усієї або певної частки інвестиційного прибутку. І ми згодні зі застереженнями вчених, що вірогідність настання інвестиційного ризику значно вища, ніж підприємницького ризику в процесі операційної діяльності, що значно підвищує ціну інвестиційних ресурсів і потребує значних страхових витрат. Умови економічної та фінансової нестабільності й невизначеності призводять до негативних змін інвестиційного клімату – зниження інвестиційної активності інвесторів; втрати інвестиційної привабливості об'єктами інвестування внаслідок зростання інвестиційних ризиків; погіршення умов, що забезпечують інвестиційну стабільність в результаті порушення інвестиційної й інституційної рівноваги. Все це негативно впливає на швидкість та ефективність протікання інвестиційного процесу та може привести до не тільки до очікуваного позитивного результату, але й до неочікуваного – негативного.

Отже, інвестиційне забезпечення процесу відтворення технічних ресурсів у сільському господарстві – це такий перебіг інвестиційних процесів та інвестиційної діяльності у довготривалому періоді, який призводить спочатку до простого, а потім до розширеного й інноваційного відтворення технічних ресурсів, зміни їх кількісних і якісних характеристик та переходу до такого техніко-технологічного стану сільськогосподарського виробництва, що забезпечуватиме йому здатність протидіяти негативному впливу внутрішніх та зовнішніх чинників на результати фінансово-економічної діяльності.

Оскільки поняття «інвестиційна діяльність», «інвестиційний процес» та «інвестиційне забезпечення», трактуються науковцями неоднозначно, то в межах нашого дослідження, керуючись принципом «управління за цілями оцінювання за результатами», вважаємо за доцільне розглядати їх системно як певну тріаду взаємопов'язаних складових, що характеризує ці поняття як явище, як процес та як результат, які є ефективними за численних умов, але в першу чергу за наявності сприятливого інвестиційного клімату. Інвестиційна діяльність, інвестиційний процес та інвестиційне забезпечення є не лише логічно взаємопов'язаними, але й взаємозалежними поняттями, оскільки всі види матеріальних та фінансових цінностей, що вкладаються набувають статусу реальних інвестицій лише у процесі їх практичного здійснення. У цілому інвестиційне забезпечення розвитку сільського господарства варто розглядати як сукупність різноманітних умов, ресурсів, фінансово-економічних та інституційних механізмів, які забезпечують перебіг інвестиційних процесів на довготривалій період і призводять до зміни кількісних, якісних і структурних характеристик галузі, її переходу у новий якісний стан, що формує здатність протидіяти об'єктивним і суб'єктивним викликам та загрозам, негативному впливу зовнішнього середовища.

ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*І. Вініченко, д.е.н., професор
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Процес інвестування є однією з узагальнюючих характеристик соціально-економічної ситуації в Україні. Для економіки країни важливе значення має стабілізація і розвиток виробництва і на цій основі збільшення обсягу інвестицій у економічно привабливі галузі. Однією з проблем інвестиційної політики є визначення найефективніших і пріоритетних сфер вкладення інвестицій. На сучасному етапі розвитку національної економіки інвестиції повинні бути спрямовані в ті сфери й галузі, у яких створена та функціонує ринкова інфраструктура, а головною передумовою залучення інвестицій є економічна та правова стабільність у регіонах, розміри місцевих ринків.

Відносно сутності досліджуваного поняття й показників його характеристики, то в економічній літературі немає єдиної наукової думки, і його орієнтовані в основному на реальні проекти. Деякі економісти переконані, що вивчення інвестиційної привабливості окремих галузей та регіонів не має перспективи через те, що ці угруповання в своїй більшості не наділені функціями суб'єктів господарювання. Тому вони пропонують основну увагу концентрувати на розробці показників і методик проведення аналізу окремих підприємств. В даному разі не можна з цим погодитися. Поділяємо висновки науковців, які вважають, що інвестиційна привабливість об'єкта формується в комплексі показників внутрішнього характеру і зовнішнього середовища [1]. Врахування зовнішнього середовища передбачає вивчення макроекономічних тенденцій розвитку регіону, сировинної бази, демографічних факторів, соціально-економічної та екологічної ситуації.

Деякі автори пропонують для оцінки інвестиційної привабливості підприємства використовувати коефіцієнтний аналіз: показники платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, дохідності підприємства [2]. Інші автори пропонують проводити поетапний аналіз інвестиційної привабливості підприємства: насамперед, виявлення стадій життєвого циклу підприємства, далі аналіз показників діяльності підприємства в динаміці, останнім етапом у визначенні привабливості підприємства пропонується проведення деталізованого фінансового аналізу діяльності підприємства [3].

Аналіз інвестиційної привабливості аграрних підприємства пропонуємо проводити в такій послідовності. *На першому етапі* формується загальне уявлення про підприємство. Необхідно виявити й оцінити всі умови, що можуть вплинути на повернення інвестицій. Якщо висновок про інвестиційну привабливість підприємства буде позитивним, можна перейти *до другого етапу* – вивчення фінансового стану підприємства. Інвестиційна привабливість гарантується надійністю фінансового стану й має з ним багато спільного. *Третім етапом* оцінювання інвестиційної привабливості є аналіз фінансових

результатів. З метою виявлення умов і можливостей для одержання організацією прибутку, що є найважливішим фінансовим показником, проводиться аналіз фінансових результатів діяльності. *Четвертим етапом* оцінювання інвестиційної привабливості є оцінювання інвестиційного ризику. Це зумовлено тим, що основна мета інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів полягає в збільшенні доходу від інвестиційної діяльності при мінімальному рівні ризику інвестиційних вкладень. Інвестиційний ризик являє собою ймовірність виникнення фінансових втрат у вигляді зниження капіталу або втрати доходу, прибутку через невизначеність умов інвестиційної діяльності. Останнім *п'ятим етапом* оцінювання інвестиційної привабливості підприємства є дослідження ступеня активності інноваційної діяльності, оскільки саме вона дає змогу створювати нові методи виробництва й управління, нові види продукції, що забезпечують більш високу продуктивність праці при менших витратах.

Запропонований порядок проведення аналізу й оцінювання інвестиційної привабливості аграрних підприємств дає можливість установити ступінь привабливості вкладень в об'єкт, використовуючи для цього оцінку його ділової репутації, фінансового стану, фінансових результатів роботи, рівнів інвестиційного ризику й активності інноваційної діяльності. Застосування на практиці викладених рекомендацій підвищить об'єктивність оцінки інвестиційної привабливості, дасть змогу збільшити надходження необхідних підприємству коштів.

Література:

1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга-Н, Ника-центр, 2001. – 448 с.
2. Зінчук Т.О. Екологічні пріоритети інноваційної політики в АПК / Т.О. Зінчук // Вісн. Сумського держ. аграр. ун-ту. Сер. Економіка та менеджмент. – Суми, 2001. – Вип. 2. – С. 113-116.
3. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність підприємств: методологічні та методичні засади / О.М. Ястремська. – Х.: ХДЕУ, 2004. – 472 с.

МАРКЕТИНГ

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА СИСТЕМНІСТЬ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОГО АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

*І.Білоткач, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

За своєю сутністю ринок органічного агропромислового виробництва це ефективне поєднання систем органічного сільського господарства та системи просування отриманої продукції до кінцевого споживача в якій застосовується сертифікована система всіх дотичних напрямів діяльності, що використовують енерго- та ресурсоощадливі технології і базуються на мінімальному використанні механічного оброблення ґрунту та синтетичних речовин, виключенні з процесів виробництва, транспортування та реалізації генетично модифікованих організмів, та мають на меті забезпечення суспільства здоровими й якісними продуктами харчування, а також покращення стану довкілля.

Основою ефективної інституціональної системи регулювання розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції є нормативно-правові акти що врегламентовують визначений напрям діяльності.

Верховною Радою України був прийнятий новий Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (№ 2496-VIII, набрав чинності 02 серпня 2018 р., вступив в дію з 02 серпня 2019 р.).

В розвиток прийнятого Закону розроблено прийнято 12 нормативно-правових актів з яких 3 Постанови Кабінету Міністрів України та 9 наказів різного рівня:

- Постанова Кабінету Міністрів України від 23 жовтня 2019 року № 970 «Про затвердження порядку (детальних правил) органічного виробництва та обліку органічної продукції» в якій відповідно до частини другої статті 13 вищезазначеного Закону України визначено детальні правила органічного виробництва та обігу органічної продукції таких галузей органічного виробництва: органічне рослинництво (зокрема насінництво та розсадництво); органічне тваринництво (зокрема птахівництво, бджільництво); органічне грибівництво (зокрема вирощування органічних дріжджів); органічна аквакультура; виробництво органічних морських водоростей; виробництво органічних харчових продуктів (зокрема органічне виноробство); виробництво органічних кормів; заготівля органічних об'єктів рослинного світу;

- Постанова Кабінету Міністрів України від 12 лютого 2020 року № 87 «Порядок ведення Державного реєстру операторів, що здійснюють виробництво продукції відповідно до вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, Державного реєстру органів сертифікації у сфері органічного виробництва та обігу органічної

продукції, Державного реєстру органічного насіння і садивного матеріалу». Відповідний документ упорядковує: реєстр операторів органічного ринку, що формується на підставі інформації органів сертифікації та/або реалізацію органічного насіння та/або садивного матеріалу; Реєстр органів сертифікації формується на підставі заявки підприємств, установ та організацій, які пройшли акредитацію в НААУ; Реєстр органічного насіння і садивного матеріалу формується на підставі інформації від оператора, який здійснює виробництво

Також врегламентована Форма заявки на внесення до Державного реєстру органів сертифікації у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції (наказ Мінекономіки від 30.01.2020 № 109, зареєстрований в Мін'юсті 14.02.2020 за № 173/34456);

Порядок підтвердження спеціальних знань інспектора з органічного виробництва та(або) обігу органічної продукції у сфері органічного виробництва (наказ Мінагрополітики від 19.03.2019 №143 зареєстрований в Мін'юсті 09.04.2019 за № 375/33346);

Порядок розгляду апеляцій на рішення органів сертифікації (наказ Мінекономіки від 17.06.2020 № 1141 зареєстрований в Мін'юсті 19.08.2020 № 805/35088).

На теперішній час проходять громадське обговорення наступні нормативні акти:

- проект постанови КМУ «Про затвердження Порядку сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції»;

- проект наказу Мінекономіки «Про затвердження вимог до матеріально-технічної бази та інших об'єктів інфраструктури, необхідних для виконання функцій із сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції»;

- проект наказу Мінекономіки щодо затвердження порядку звітування органів сертифікації Мінекономіки та Держпродспоживслужбі про видані ними сертифікати;

- проект наказу Мінекономіки про затвердження порядку, періодичності декларування та подання зведених матеріалів органами сертифікації до Мінекономіки щодо обсягів органічної продукції, що вводиться в обіг.

Для вдосконалення розвитку сільського господарства на регіональному рівні, зокрема у Дніпропетровській області потрібно детально розробити заходи адміністративно-економічного регулювання щодо можливості ефективного розвитку органічного агровиробництва яке є важливою передумовою формування продовольчої безпеки країни, економічного зростання національної економіки та підвищення конкурентоспроможності сільського господарства і якості життя сільського населення, зокрема за рахунок популяризації органічного виробництва та вдосконалення інституціонального та інституційного механізмів формуючих чинників.

Кінцева мета наданих пропозицій передбачає:

Покращення якості життя всіх мешканців Дніпропетровської області через

збільшення в структурі їх харчування якісних та безпечних продуктів вироблених на основі органічних технологій;

Збільшення вмотивованості агровиробників до виробництва та реалізації органічної сільськогосподарської продукції;

Збільшення спроможності сільськогосподарських підприємств у виробництві та реалізації органічної продукції;

Покращення продуктивності та конкурентоспроможності продукції аграрного сектору;

Покращення стану екосистеми Дніпропетровської області за рахунок поліпшення якісних характеристик ґрунтів земельних ділянок що використовуються для виробництва сільськогосподарської продукції і як наслідок до покращення якості підземних вод.

Розвиток галузі органічного бджільництва на території Дніпропетровської області для отримання якісної продукції бджільництва.

Література:

1. Саблук П. Т. Розвиток інституцій удосконалення механізму реформування аграрного сектору економіки / П. Т. Саблук // Економіка АПК. — 2010. — № 10. — С. 3-10.

2. Заєць В. Законодавче регулювання та державна підтримка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://drive.google.com/drive/u/3/folders/14bNB8bmAVDYaY3tWNJCOrukfVCuh_rQ2.

3. Білоткач І. А. Інституціональне забезпечення розвитку інфраструктури ринку органічної сільськогосподарської продукції. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 3. С. 12–20.

ВПЛИВ БРЕНДУ НА МОДИФІКУВАННЯ ЗМІСТУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

І. Абрамович, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Процес впровадження бренд-менеджменту в управлінську діяльність вітчизняних підприємств з урахуванням того, що в сучасному конкурентному середовищі триває боротьба брендів, а не товарів, за їхнє місце у свідомості споживачів, відбувається доволі повільно. Підприємства насамперед зосереджені на вирішенні проблем стратегічного розвитку, пов'язаних з ефективним використанням матеріальних активів, а формування потенціалу стратегічного розвитку за рахунок бренда як нематеріального активу підприємства залишається поза їхньою увагою. Таке становище зумовлене певними проблемами соціально-економічного характеру, відсутністю досвіду та недостатнім науково-методичним забезпеченням бренд-менеджменту з урахуванням особливостей ринкової економіки в Україні.

Розвиток брендингу тісно пов'язаний з маркетинговою діяльністю. Тому вся робота маркетологів повинна бути спрямована на створення і просування

продукції (товарів або послуг), необхідної споживачам. У сучасних умовах часто спостерігається неузгодженість маркетингової діяльності з процесом розробки комплексу маркетингу. Це призводить до того, що в бренді не відображені особливості продукції, оскільки організація процесу розвитку торгової марки зосереджена в руках фахівців з маркетингу. Наслідком такого підходу до процесу розвитку торгової марки є те, що ціннісні орієнтації бренду формуються на останніх етапах виготовлення продукції, і це не дозволяє реалізувати потенціал прибутковості торгової марки. При впровадженні інноваційної продукції необхідно, щоб новинка створювалася в повній відповідності з характером бренду. Нові розробки повинні зміцнювати позиції торгової марки, а для цього необхідно здійснювати постійний аналіз і координацію зусиль між фахівцями з виготовлення продукції і іміджмейкерами торгової марки (бренд-менеджерами). Формування стратегій управління брендом товару доцільно проводити у розрізі основних елементів: формування стратегій управління товарним портфелем підприємства; товарними марками товарів, що реалізує підприємство; ціновою політикою підприємства; методами збуту та засобами мерчандайзингу; сервісною підтримкою. Такий підхід дозволить всім учасникам процесу передбачити результат впливу інновацій на торговельну марку, і навпаки. Ринок вимагає серйозної розробки підходів, досліджень, обробки і аналізу інформації про бренди інших компаній. У практичній діяльності використовується багато методів маркетингових досліджень - вони покликані допомогти компанії розробити марочну стратегію. Так як функціональний комплекс, що випускається змінюється в залежності від платоспроможного попиту і способу життя кожної категорії покупців, фахівці з маркетингу та бренд-менеджери повинні враховувати можливості будь-якого потенційного споживача. Тому, виходячи на ринок, необхідно пропонувати не товар, а засіб вирішення проблеми покупця. Саме в цьому і має полягати суть основної маркетингової діяльності в розвитку бренду. Найуспішнішим вважається бренд, створений для кожного різновиду товару, що дає можливість виокремити такий товар, який має посідати певну позицію на ринку. Основна складність використання цього виду бренду полягає в тому, що товар має унікальні характеристики, і належить певній товарній лінії чи її діапазону.

МІСЦЕ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

М. Багорка, д.е.н., професор

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

В. Писаренко, д.е.н., професор

Полтавський державний аграрний університет

Сучасні умови ринкової економіки характеризуються високим ступенем нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища, збільшенням впливу його факторів на економіку та управління підприємствами. Наявність численних факторів кризових явищ, частота та руйнівний характер їх прояву у діяльності підприємств обумовлюють необхідність формування і використання

на підприємствах системи антикризового управління. У сучасних умовах динамічності та невизначеності спостерігається тенденція до неефективного використання традиційних методів менеджменту. Вони не дають реального ефекту, оскільки орієнтовані на підприємства, які нормально функціонують на ринку. За умов, яким притаманні не тільки тимчасові труднощі в діяльності більшості підприємств, але й стан глибокої кризи, звичайні інструменти менеджменту вже не допомагають. Тому наразі актуальною проблемою є пошук і впровадження у широку практику таких форм і методів управління, використання яких дозволило б не доводити справу до кризового стану, а сприяло б підготовці та реалізації програми оздоровлення підприємства.

Сутність антикризового управління підприємством полягає в забезпеченні таких умов функціонування підприємства, коли фінансові, виробничі, маркетингові, кадрові та інші труднощі не мають постійного характеру і досить швидко вирішуються за допомогою спеціальних заходів.

Маркетинг як функція управління виражається в тому, що маркетингова діяльність аналізується і планується, як будь-які управлінські рішення й так само зорієнтована на прикладну діяльність. Як філософія бізнесу органічно доповнює мислення підприємців й управлінського персоналу та всіх працівників збутових підрозділів на виявлення і найефективніше задоволення потреб споживачів. формування маркетингу в системі управління підприємством передбачає наявність знань із основ потреб ринку, процесів виробництва, фінансово-господарських операцій, соціально-економічних принципів управління підприємством.

Маркетингові заходи являють собою комплекс заходів, які передбачають збір і аналіз інформації з метою дослідження ринків збуту продукції та виявлення факторів попиту споживача для мінімізації ризику при прийнятті стратегічних рішень в ході господарської діяльності підприємства. Роль маркетингових заходів суттєво зростає для підприємства кризовий період. Пов'язано це з тим, що саме в цей період потрібні ефективні маркетингові заходи, що сприятимуть підтримці попиту продукції чи послуг, пошуку нових ринкових ніш, модернізації продуктової політики, зміни або розширенню вектора діяльності та інше [1, с. 75; 2, с. 96].

Антикризове управління досягається проведенням єдиної політики, системою заходів правового, організаційного і технічного характеру щодо усунення загроз життєво важливим інтересам підприємства і підтримання їх стійкого функціонування та розвитку. Цей специфічний вид управління підприємств наразі перебуває у стадії формування і представлений на практиці окремими розрізненими заходами з подолання наслідків прояву різного роду кризових явищ.

Маркетинг в антикризовому управлінні є не просто однією з підсистем підприємства, а основою, яка забезпечує стійкість роботи всіх інших його підрозділів.

В умовах кризи організації або для її запобігання використовуються ті ж інструменти маркетингу, що і в стабільних умовах, але при цьому змінюються

цілі та задачі маркетингових заходів, які набувають нових специфічних рис.

Цілі маркетингових заходів повинні бути узгоджені з метою загальної стратегії організації. Для антикризового управління цілями маркетингових заходів можуть бути: пошук нових ринкових можливостей, підтримка рівня продажів, збереження частки ринку, збереження частки лояльних покупців і інші. Цілі маркетингових заходів в умовах антикризового управління динамічніші і більш підвладні коригуванню [2, с. 96].

Завдання маркетингових заходів також відрізняються в залежності від стану нестабільності, та від того, як змінюються умови функціонування організації. Для подолання (попередження) кризи на підприємстві розробляється комплексна антикризова програма, яка дає можливість об'єднати різнопланові заходи.

Маркетинг як функціональна підсистема управління підприємством відіграє ключову роль в системі його антикризового управління, а маркетингова політика служить базою для стратегічного планування всіх аспектів діяльності підприємства.

Література:

1. Натрус К. С., Хамініч С. Ю. Антикризовий маркетинг як складова стратегічного управління. *Економічний вісник університету*. 2016. Вип. 31(1). С. 72-79.

2. Журенко О. В., Дергалюк Б. В. Антикризовий маркетинг та етапи його реалізації в організації. *Розвиток соціально-економічних систем в сучасних умовах* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 2-3 лютого 2018 року). Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2018. С. 94-96.

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

*Л. Безугла, к. н. держ. упр., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Протягом 30 років ХХ століття територія Дніпропетровської області була однією з найбільш закритих в Україні. В умовах сталого розвитку, зміна суспільної парадигми дозволяє створити нові можливості для позиціонування області як туристичного, територіально-привабливого регіону, забезпечивши використання промоційних ресурсів для формування позитивного іміджу регіональних територій, підвищення їх конкурентоспроможності на туристичному ринку, а також диверсифікації економіки.

Розвиток екологічного туризму як перспективного вектору підвищення привабливості регіональних територій та самозайнятості населення Дніпропетровської області дозволить зменшити залежність адміністративно-територіальних одиниць від економічного стану великих містоутворюючих підприємств та асиметрію у розвитку між окремими територіями області. Поширення екологічного туризму в регіонах викликає багато змін у різних сферах, зокрема, це стосується змін у користуванні землею, функціонуванні

об'єктів інфраструктури, структурі зайнятості населення. Такі зміни пов'язані з перетіканням капіталу з міста в село. Урбанізаційні процеси мають різні напрями, які пов'язані між собою і є взаємозалежними, а саме: економічний, просторовий, демографічний, культурний. Туристична урбанізація охоплює найчастіше привабливі природні території та по різному проходить в окремих зонах, що залежить від інтенсивності туристичних потоків. Туристично-рекреаційні фактори є найважливішими для формування туристичних потоків, оскільки саме вони створюють їх неповторність і привабливість для туристів. Тому приплив туристів до певного туристичного регіону підвищується за наявності більшої кількості природно-рекреаційних об'єктів. Поганий природно-екологічний стан, слабка реклама та політична нестабільність у регіоні можуть негативно впливати на приїзд туристів, незважаючи на наявність рекреаційних ресурсів. Є цілий перелік чинників, найбільш важливими серед яких слід зазначити наявність різноманітних природних рекреаційних ресурсів, помірні кліматичні умови, відносно чисте навколишнє середовище, багаті історично-культурні ресурси, наявність відповідної інфраструктури, надлишок людських ресурсів.

Для проведення економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості територій пропонуємо виконувати наступні завдання:

- зберігати, відновлювати та підтримувати у привабливому вигляді природні ресурси та історико-культурні пам'ятки країни як основну притягальну силу для туриста;
- якісно розвивати туристичну інфраструктуру;
- стимулювати розвиток суміжних з туризмом галузей економіки регіону, у тому числі у сфері туристичної анімації, що у кінцевому результаті призведе до розвитку туристичної інфраструктури;
- покращувати якість довкілля у межах туристичних територій;
- добросовісно та своєчасно інформувати про туристичні регіони;
- проводити промозаходи, використовуючи наукові здобутки з регіонального маркетингу;
- створювати навчальні центри для підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, включаючи закордонні стажування;
- надавати належну фінансову підтримку для утримання туристичної інфраструктури зі сторони об'єднаних територіальних громад;
- підтримувати економічний та політичний імідж туристичного регіону.

ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ В КООПЕРАТИВАХ

Р.Безус, д.е.н., професор

Л.Крючко к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Кооперація дозволяє вирішити багато проблем окремих підприємств. Кооперативи мають довгий історичний досвід як в Україні, так і за кордоном,

але в науковій літературі не позначені основні чинники, необхідні для організації їх ефективної маркетингової діяльності.

Класично маркетингова діяльність розглядається за чотирма напрямками: товарна, цінова, політики розподілу продукції і її просування. Однак, так як кооперативні організації - це найчастіше ланка між самостійними підприємцями і інструментом (кооперативом) для вирішення їх виробничих потреб, то маркетинг кооперативів - це щось більше, ніж класичні «4Р».

Першим і ключовим елементом будь-якого маркетингового комплексу є продукт. Робота, запропонована організацією співробітнику – внутрішній продукт. Розробка внутрішнього продукту (роботи) включає в себе наступні елементи [1]: підбір відповідного персоналу; ефективне внутрішнє навчання; правильний розподіл повноважень і обов'язків; створення умов роботи в команді.

В умовах сучасної трансформації економіки все більшої уваги набувають інноваційні підходи до управління кооперативом та його ринковою діяльністю. З кінця XX сторіччя набуває особливого інтересу внутрішній маркетинг, який останнім часом викликає все більше суперечностей серед теоретиків та практиків маркетингу.

Внутрішній маркетинг (internal marketing) в літературних джерелах іноді ототожнюється з такими поняттями, як внутрішньофірмовий, внутрішньокорпоративний чи внутрішньоринковий маркетинг і розглядається як одна з функцій маркетингу послуг [2].

На нашу думку, в самому загальному вигляді, внутрішній маркетинг можна представити як комплекс маркетингових заходів, що здійснюється при формуванні у співпраці з головними цілями та місіями підприємства.

Внутрішній маркетинг, створений для постійного вдосконалення діяльності підприємства за декількома напрямками:

- мотивація співробітників на високому рівні якості обслуговування клієнтів;
- пошук та залучення нових висококваліфікованих співробітників;
- постійне підвищення професійних вмінь та навичок персоналу;
- оптимізація процесу взаємодії членів підприємства.

Отже, для ефективної діяльності та управління кооперативом, необхідне підключення не тільки зовнішнього маркетингу, спрямованого на задоволення потреб споживчого ринку (ринку b2c), але також необхідна організація внутрішнього маркетингу, орієнтованого на створення комфортного середовища для пайовиків кооперативу, щоб вони хотіли бути в його складі, працювати і користуватися його послугами.

Товарна політика кооперативу включає преференції, товари, роботи і послуги для учасників кооперації; а також товарну пропозицію, створені цим кооперативом, з певним рівнем якості і сервісу, марочним знаком, унікальними властивостями кооперативного продукту і т. п.

Цінова політика створює привабливу вартість участі в кооперативі і включає управління ціною стратегією позиціонування кооперативної

продукції на оптовому і роздрібному ринках. Політика розподілу продукції кооперативної організації включає рух товару і збут продукції кооперативу, а також управління самим кооперативом, забезпечення роботи його виробничою інфраструктурою і виробничих ділянок. Система стимулювання включає акції покупцям і стимули пайовикам. Так, знання системи факторів маркетингової діяльності кооперативних організацій допоможе правильно управляти кооперативами.

Формування і розвиток систем управління внутрішнім маркетингом на підприємстві в сучасних умовах є необхідною умовою для досягнення цілей підприємства. Успішність функціонування кооперативу показує, що без системного застосування ними інструментів внутрішнього маркетингу неможливо ефективно вирішити проблему підвищення їх конкурентоспроможності. Отже, успішне функціонування внутрішнього маркетингу залежить від усвідомлення кожним співробітником власних функцій у процесі постановки і подальшого здійснення внутрішнього маркетингу, тому підприємство, яке неухильно збирається використати переваги сучасного маркетингового підходу, мусить зробити акцент на активізації творчого та інноваційного потенціалу, та постійно докладати зусилля для покращання внутрішньо - корпоративного клімату в підприємстві та професійної узгодженості між його членами.

Література:

1. Flipo, J-P. Service firms: interdependence of external and internal marketing strategies// Journal of European Marketing, 1986, Vol. 20 No. 8, pp. 5–14.
2. Lings I. N. Balancing internal and external market orientations. // Journal of Marketing Management. – 1999. – Vol. 15, (4). – P. 239–263.

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Т. Ільченко, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Одним із найактуальніших завдань у сучасних реаліях української аграрної економіки стає створення умов для підвищення інноваційної активності підприємств агропромислового комплексу.

Однак, результати емпіричних досліджень свідчать про недостатньо ефективне використання маркетингових інструментів в інноваційній діяльності підприємств агропромислового комплексу. Так, на підставі опитування 226 керівників і фахівців аграрних підприємств Сумської області виявлено, що повний комплекс маркетингу системно здійснюють лише 20,3% підприємств. Для 46,8% характерними є окремі ситуаційні маркетингові перетворення. Решта (32,9%) або не здійснює маркетингової діяльності взагалі, або вона має епізодичний чи формальний характер [1, с. 66].

При цьому варто зазначити, що інноваційні маркетингові інструменти

мають застосовуватися у поєднанні з традиційними, зокрема з комунікаційною політикою (включає інструменти, що забезпечують зв'язок виробника з ринком: реклама на бігбордах; створення інтернет-магазинів) та стратегією збуту продукції (полягає в оптимальному виборі каналів збуту, виходячи з їх ефективності та спроможності до адаптації).

Разом з тим, в сучасних умовах господарювання аграрних підприємств виникає нагальна необхідність у значному посиленні ролі й значення інформаційно-комунікаційних та інноваційних технологій. Необхідність застосування інноваційних елементів маркетингу в агропромисловому комплексі обумовлено рядом чинників:

- неефективність неформальних мереж маркетингової інформації;
- нестабільність цінової структури на сільськогосподарську продукцію;
- наявність різних типів товарів і способів їх продажу;
- наявність віддалених ринків збуту.

Тому на основі узагальнення теоретичних і прикладних досліджень нами визначено основні переваги застосування інформаційно-комунікаційних технологій як важливого маркетингового інструменту в інноваційній діяльності аграрних підприємств:

1. Скорочення витрат на транспортування та логістичну діяльність.

Аграрні підприємства та фермерські господарства отримують інформацію за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, що дозволяє їм не відвідувати ринок. Це, в свою чергу, надає можливість координації дій з іншими місцевими фермерами, зокрема в частині спільної доставки продукції на віддалені ринки. Крім цього, спостерігається більш ефективне використання складів, пакувальних, транспортувальних і переробних можливостей; удосконалений моніторинг і координація фрахтових транспортних операцій, включаючи збір продукції, доставку та страхування; швидке реагування на будь-які перебої у ланцюгах постачання; відмова від посередницьких послуг.

2. Удосконалення планування та ціноутворення.

Полягає у: підвищенні ефективності переговорів (використовуючи інформаційно-комунікаційні технології, агропідприємства підвищують ефективність переговорів з торговельними компаніями, оскільки вони володіють інформацією щодо рівня цін на багатьох ринках); більш обґрунтованому маркетинговому плануванні, яке базується на інформації про ринкові ціни, та включає можливість швидкої переорієнтації на інші ринки, використання послуг інших транспортно-логістичних компаній тощо.

3. Полегшення доступу до виробничих ресурсів.

Застосування засобів інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє аграрним підприємствам поліпшити застосування вхідних ресурсів та/або використовувати якісніші ресурси. Вони можуть обирати постачальників, отримувати ресурси за більш дешевою ціною, а також краще їх використовувати у виробничому процесі за допомогою цифрових та інноваційних технологій.

4. Розширення доступу до інформації про ринки та комерційних

партнерів.

Налагодження безпосереднього співробітництва з комерційними компаніями та іншими аграрними підприємствами.

5. Активізація інноваційного партнерства.

Отже, на даний час пріоритетним напрямом функціонування аграрних підприємств визнано активізацію інноваційної діяльності. Встановлено, що це, перш за все, потребує формування якісно нової системи маркетингового забезпечення інноваційного розвитку сільськогосподарських виробників, упровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій і використання інструментів цифрового маркетингу [2, с. 464].

Література:

1. Зайцев Ю.О. Інноваційна маркетингова діяльність в системі управління конкурентоспроможністю суб'єктів агробізнесу / Ю.О. Зайцев // Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2017. - № 3. С. 64-71.

2. Ільченко Т.В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств / Т.В. Ільченко // Бізнес інформ. 2020. - № 10. С. 460-468. URL:https://www.business-nform.net/export_pdf/business-inform-2020-10_0-pages-460_468.pdf

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ Й ОЦІНКИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

*Н. Юрченко, к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

У сучасному ринковому середовищі невід'ємною умовою для кожного підприємства, в тому числі і сільськогосподарського, стало формування збутової політики. Однак більшість власників підприємств не володіють інформацією щодо сучасних методик її формування й оцінки. Це приводить до неготовності менеджменту підприємств до швидкої переорієнтації на ринкові умови та неспроможності адаптувати сільськогосподарські підприємства до сучасних ринкових умов. Слід зауважити, що саме сільськогосподарські підприємства мають низку інших проблем, пов'язаних із формуванням ринкових інституцій, маркетинговим аналізом ринку, запровадження системи передбачення цін на ринку.

Оцінювання збутової політики залежить від рівня методичного та інформаційного забезпечення, об'єктивності кількісних, кількісно-якісних і якісних параметрів, а результативність - від рівня організації збутової політики та управління системою збуту. Однак слід зазначити, що підприємства, які займаються виробництвом сільськогосподарської продукції, мають певну низку особливостей, що прямо та опосередковано впливають на збутову політику підприємства, тому потребують їх урахування під час створення системи збуту (табл. 1).

Отже, можна позначити, що є безліч особливостей, які мають як прямий, так і опосередкований вплив на збутову політику сільськогосподарського

підприємства. Наведені вище особливості вказують на те, що під час організації збутової політики сільськогосподарських підприємств слід враховувати специфічні особливості цього виду діяльності. Загалом можна зробити висновок, що збутова політика підприємства - це замкнена низка процесів, які спрямовані на реалізацію продукції, яка виготовляється на підприємстві, та забезпечують принесення максимальних прибутків за мінімальних затрат.

Таблиця 1

Економічні особливості сільського господарства, що мають прямий та опосередкований вплив на збутову політику підприємств

Особливості	
Прямого впливу	Непрямого впливу
Залежність обсягів виробництва продукції від погодних умов. Саме це коливання обсягів виробництва приводить до нестабільного формування товарообігу на підприємстві. Також неможливо передбачити загальні обсяги продукції, тому важко спрогнозувати його збут.	Велика конкуренція, значний рівень доходів у галузі, швидке використання сировини.
Досконало налагоджену збутову діяльність мають лише підприємства з великими обсягами, які можуть виробляти досить багато продукції та поставляти великими партіями.	Еластичність ринку, панує висока замінність продуктів.
Усі сільськогосподарські підприємства значним чином залежать від ефективного функціонування постачальницької сировини та матеріально-технічних ресурсів, а також вчасного збуту виготовленої продукції. Оскільки більшість виготовленої продукції має досить короткий термін реалізації, а деколи він взагалі скорочується до декількох днів.	Колівання та залежність від природних умов.
Важливу роль відіграє наявність складів на підприємстві та правильна організація їх роботи.	X
Велике значення мають екологічні норми, які передбачають просторове розміщення сільськогосподарських підприємств, що збільшує вартість витрат на транспортування продукції.	X
Цей вид підприємств характеризується великим впливом ризиків, тому вони потребують досить великого бюджетування ризиків та їх передбачення.	X

Збутова політика сільськогосподарських підприємств має формуватися на основі найприбутковіших видів діяльності для кожного підприємства, тобто на основі продукції, яка би стала основою для розроблення стратегії товарного асортименту.

Ефективність збутової політики сільськогосподарського підприємства визначається на основі інформації про рівень витрат на її організацію і функціонування та величини результативних економічних показників. До основних напрямків здійснення збутової політики відносяться заходи із розробки та впровадження технологій збуту для усіх видів продукції, дослідження ринкової ситуації та вирішення можливих проблем на ньому, формування організаційного механізму збуту на підприємстві.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ ТА ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ

І. Кадирус, к.е.н., доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Запровадження ринкових форм господарювання зумовлює розвиток конкуренції як невід'ємного елементу ринку, що забезпечує підвищення якості товарів і послуг, сприяє розширенню їх асортименту, зниженню цін з метою збільшення кількості споживачів, розширення частки ринку, і, відповідно, одержання максимального прибутку.

Сучасний фінансовий ринок характеризується швидким реагуванням банків–конкурентів на інновації, передовий досвід негайно розповсюджується, а вдалий продукт повторюється за лідером [1, с. 58].

Банківська конкуренція – це суперництво між учасниками ринку банківських послуг, який характеризується високим рівнем конкуренції. Сферою прояву банківської конкуренції є ринок банківських послуг, що являє собою специфічну сферу економічних відносин та певною мірою стосується практично всіх елементів ринкової системи, а саме ринків: засобів виробництва; предметів споживання; праці; інформаційних продуктів; нерухомості; фінансового тощо [2, с. 112].

Сфера банківської конкуренції досить специфічна та різноманітна. Слід зазначити, що поняття банківської конкуренції умовне, оскільки на ринку банківських продуктів та послуг конкурують не лише банки. В залежності від складу суб'єктів, що конкурують між собою виділяють три рівні банківської конкуренції [3, с. 22]:

1. Конкуренція між комерційними банками, рівень якої визначається передусім співвідношенням між універсальними і спеціалізованими банками. Чим вищий рівень спеціалізації в банківській сфері, тим нижчий рівень конкуренції. Оскільки, визначальною тенденцією в банківській сфері є зростання універсальних банків, то цілком логічним буде висновок про загострення конкуренції на цьому рівні.

2. Конкуренція комерційних банків з небанківськими кредитно-фінансовими установами, до яких належать ломбарди, пенсійні фонди, інвестиційні фонди, установи кредитної кооперації тощо.

3. Конкуренція комерційних банків з нефінансовими організаціями (з відділеннями зв'язку у сфері грошових переказів, з торговими підприємствами,

що реалізують товари в кредит, з структурами, що емітують і обслуговують платіжні картки тощо).

Посилення конкуренції між банками відбувається під впливом таких факторів: однорідність банківських продуктів та послуг; боротьба за вільні дешеві ресурси, що змушує комерційні банки доводити перед клієнтами свою конкурентоспроможність та якість управління; обмеженість чинного інструментарію банківських послуг, що змушує банки конкурувати у сфері визначення ціни на банківські продукти та послуги.

Основними показниками конкурентоспроможності комерційного банку є: імідж банку; величина статутного капіталу та активів; стійкість клієнтури; спектр і якість послуг; наявність філіальної мережі, її розташування; рівень менеджменту; ефективна реклама; кваліфікація працівників, досвід роботи; фінансовий стан банку; рівень автоматизації; вартість послуг тощо [4, с. 36].

Оцінювання конкурентоспроможності комерційного банку проводиться шляхом порівняння важливих показників його діяльності з аналогічними показниками банків-конкурентів. Метою такого оцінювання є виявлення слабких сторін в діяльності банку. Це дозволяє визначити маркетингову стратегію розвитку банку на перспективу, використати його конкурентні переваги та ліквідувати виявлені недоліки.

Методики щодо оцінювання конкурентоспроможності комерційного банку змінюються від відносно простих, які використовуються при обмежених фінансових ресурсах та *недостатності* достовірної *інформації*, до складних, використання яких, потребує значних витрат і наявності кваліфікованого персоналу.

Найбільш поширеними у світовій практиці методами оцінки конкурентоспроможності комерційного банку є наступні: методика RATE, методика CAMELS, метод «інформаційного спостереження», метод банківського скорингу та інші. Кожен із зазначених методів має як свої переваги, так і недоліки. Саме тому, для найбільш точних результатів оцінювання конкурентоспроможності банку доцільно застосовувати декілька методик.

Література:

1. Маркетинг у банках: навч. посібник Р.М. Безус, Л.М. Курбацька, І.Г.Кадирус, А.С. Донських, Д.В. Воловик. – Дніпро: Журфонд, 2019. – 320 с.
2. Карминский А.М. Современные тенденции банковских инноваций / А.М. Карминский, О.Р. Жданова // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2013. – № 2. – С. 106–118.
3. Заруба Ю.О. Конкурентоспроможність комерційного банку / Ю.О. Заруба // Фінанси України. – 2001. – № 2. – С. 22–23.
4. Золотарьова О.В. Конкурентоспроможність банку: зміст, фактори впливу та перспективні методи оцінювання / О.В. Золотарьова, С.О. Гура // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 3. – С. 34-37.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

*С.Кобернюк, к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Протягом останнього року суспільні тренди зазнали відчутної трансформації внаслідок впливу наслідків всесвітньої пандемії. Нестабільність ринкового середовища, зміна життєвих пріоритетів, дистанціювання в роботі та особистому житті, економія коштів, підвищений рівень стресу – ключові виклики, швидкість і характер реакції на які визначає успіх нинішньої підприємницької діяльності.

Завжди сприйнятлива сфера комунікацій змінювалася в умовах фізичної та соціальної ізоляції, змушуючи клієнтів відшукувати альтернативні способи оцінки споживчих властивостей товарів і послуг, здійснення покупок, а бізнес – винаходити і впроваджувати в життя радикально нові способи взаємодії з цільовою аудиторією на ринку. Вміння зазирнути вперед, передбачити майбутнє, побудувати відповідні стратегію і тактику, запропонувати найзручніші форми обміну інформацією та продуктової логістики вбачаються основними задачами сучасних компаній.

Люди стали звикати жити набагато більш відокремленим життям, працювати і спілкуватися віртуально. У багатьох споживачів раніше спостерігався синдром FOMO (Fear of missing out або «Страх щось пропустити»), який гнав їх до центрів міст, в театри, ресторани, бари, на лекції, виставки та концерти, та він раптом поступився місцем фобії виходу з дому FOGO (Fear of Going Out або «Страх виходити з дому»). Бренди швидко відреагували на цю тенденцію, запропонували більше способів купити продукт, не виходячи на вулицю. Стали швидко поширюватися нові мережеві і AR-технології, що дозволяють людям проводити час зі своїми друзями онлайн [1].

Коли комерційні компанії, суспільна організація, владні органи, приватні підприємці хочуть встановити ефективну комунікацію зі своєю цільовою аудиторією, їм доводиться конкурувати не тільки з іншими подібними суб'єктами, але й з усім інформаційним потоком. Здатність бути особливим, цікавим, захоплюючим, небайдужим, зрозумілим для «клієнта» може бути забезпечена за рахунок не просто привернення уваги, а шляхом «перемоги за увагу» над іншими поширювачами інформації. Серед важливих трендів сучасних комунікацій варто наголосити на зростаючому впливі мікроінфлуенсерів, яким, на черзі з блогерами-мільйонниками, все більше довіряють споживачі, оскільки вони ближчі і зрозуміліші, порівнюючи з приватними компаніями, ЗМІ, державою.

Враховуючи тенденції та зміни споживацьких вподобань, побажання та відгуки стейкхолдерів, відомі бренди вже зараз прагнуть робити все більше, для того, аби стати «кращими». Так, АТ «Укрзалізниця» обмірковує перспективи встановлення розеток і USB біля кожного крісла, нових систем

кондиціонування та відеоспостереження.

Компанія «Кернел» (виробник соняшникової олії торговельних марок «Щедрий дар», «Стожар», «Чумак» та ін.) формує пул внутрішніх адвокатів бренду, які стануть зовнішніми інфлуенсерами і будуть регулярно «ефірити» про підприємство на особистих сторінках в соцмережах. Планується, що критична маса позитивного контенту, згенерованого співробітниками, зможе перекривати періодичний негатив, який з'являється в соцмережах.

Логістична мережа «Нова пошта» ставить перед собою завдання стати «суперсервісною» за рахунок масштабного використання e-commerce, розважального контенту, емоційних технологій, нового рівня діджиталізації в цілому, розвитку локальних виробництв, колаборації.

Менеджмент національно мобільного оператора «Київстар» зосереджує зусилля на реалізації важливих соціальних проєктів, які відповідають запитам клієнтів, пов'язані з бізнесом, відображають місію і цінності компанії, залучають співробітників і позитивно впливаю на репутацію. Подібним прикладом є реалізація програми «Смартфон для батьків» – серії відео-уроків для дорослого покоління громадян з розвитку їх діджитал-навичок [2].

Протягом декількох років споживачі збільшували контакт з технологіями, використовуючи різні пристрої в своїх будинках і на тілі. Пандемія прискорила цю тенденцію, і багато хто став купувати ще більше підключених пристроїв. Слушно передбачати, що найближчими роками зв'язок з технологіями стане глибшим, завдяки швидкому впровадженню 5G і нових видів розробок, особливо в області фітнесу та моніторингу здоров'я. Буде зростати модель надання послуг з передплати. Сьогодні здається звичайним мати підписку на розваги, а завтра стане нормальним мати підписки, які зберігають здоров'я.

Соціальні мережі дають можливість кожній людині написати, що він думає з того чи іншого приводу. У найближче десятиліття очікується більш високий рівень залучення компаній в соціальні історії. Прозорість і чіткість позиції стає важлива як ніколи. Споживачі будуть все менш терпимі до байдужості бізнесів. Компанії не обов'язково виступати публічно з кожного буденного питання, головне – мати послідовну і етично прийнятну позицію, а для цього потрібно починати вчитися розмовляти з споживачами напругу, інколи ігноруючи зусилля PR-менеджерів, спіч-райтерів та імідж-мейкерів.

Сьогодні в українських бізнесів, влади, громадських організацій з'являється людський вимір. Лідери і власники компаній, керівники, CEO, провідні фахівці, маркетинг-директори стали виступати публічно, зніматися на відео, вести свої сторінки з соціальних мережах. Така поведінка відновлює інститут репутації на персоналізованій основі. Позитивна репутація дозволяє створити стійкий, процвітаючий, соціально-відповідальний і навіть, більше того, соціально утворюючий і розвиваючий клімат, в якому споживачі перетворюються в партнерів з розвитку підприємництва та суспільства в цілому [1].

Вказані тренди визначають ступінь трансформації суспільних цінностей, характер реакції споживачів на зміни сьогодення, а бізнесу – на нові ринкові

запити. Важливим завданням сучасного підприємця є формування та використання на практиці системи індикаторів споживчої поведінки, які дозволяють оперативно реагувати на динамічні потреби ринку, генерувати ефективний контент і використовувати найбільш вдалі поєднання каналів комунікацій у зростаючому їх різноманітті.

Література:

1. 5 социальных тенденций: что определит поведение брендов на следующее десятилетие / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mmr.ua/show/5-soczialnyh-tendenczij-hto-opredelit-povedenie-brendov-na-sleduyushhee-desyatiletie>

2. Маркетинг-тренды и коммуникация новых реалий: как прошла X-Ray Marketing Conference / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mmr.ua/show/marketing-trendy-i-kommunikacziya-novyh-realij-kak-proshla-x-ray-marketing-conference>

МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

О.Кравець, старший викладач

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Важливим напрямком маркетингової діяльності підприємств олійно-жирового підкомплексу є комплексне дослідження ринку, його учасників, сегментів галузевої структури.

Одним із небагатьох структурних елементів національної економіки, які не знижують ефективність діяльності та протягом тривалого періоду часу демонструють позитивну динаміку свого розвитку є олійно-жировий підкомплекс АПК України. Останніми роками підприємства підкомплексу суттєво збільшили обсяги виробництва олійно-жирової продукції, підвищили економічну ефективність виробництва та розширили асортимент. Стабільний зростаючий попит та експортна орієнтованість в основних сегментах олійно-жирової продукції дозволяє вітчизняним підприємствам впевнено формувати маркетингові стратегії розвитку. Оскільки світова кон'юнктура олійно-жирового ринку, вподобання та смаки споживачів змінюються перед суб'єктами ринку постають нові виклики, які мають бути вирішені завдяки маркетингово-орієнтованій інвестиційній та інноваційній діяльності [2].

Оновні тенденції розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності заключаються у прагненні виробників олійно-жирової продукції постачати харчовій промисловості рецептури рослинних олій та жирів з поліпшеним харчовим профілем; інноваційні процеси у виробництві сировини та її переробці в олійно-жировому підкомплексі характеризуються суттєвим врахуванням зростання обсягів витрат на виробництво продукції.

Реформування виробництва та технологічні інновації, зазвичай, не можуть бути легко досягнуті без значних інвестицій з боку виробників та споживачів харчових рослинних олій у технологічне обладнання, дослідження

та розробку продуктів, пакування продуктів, тестування безпеки та якості продукції, тестування стабільності постачання сировини тощо [2].

Потенційні інноваційні рішення можуть також включати в себе використання твердих жирів, використання антиоксидантів, використання високоолеїнових олій, зміну технологічних процесів та адаптації їх у виробництві олії, а також технологічна адаптація на рівні застосування споживачами олії. Суттєвого інвестування потребує переробка олій та жирів та технологічне реформування підприємств олійно-жирового підкомплексу. Також потребує вирішення проблема підтримки гнучкості в адаптації виробничих процесів як для виробників рослинних олій та жирів, так і для кінцевих споживачів [1].

Вітчизняні учасники олійного ринку при формуванні інвестиційно-інноваційної стратегії мають врахувати глобальні тенденції розвитку світового олійно-жирового підкомплексу, показати свою здатність не тільки підтримувати традиційні провідні позиції у ринкових нішах олійної сировини рослинного походження та соняшnikової олії, але й зробити кардинальний крок до проникнення у поки ще дійсно інноваційний ринок високоолеїнових харчових рослинних олій, інвестуючи у нові продукти, такі як високоолеїнові соняшnikова, ріпакова чи соєва олії.

Література:

1. Ільків Л.А. Ефективність виробництва високоолеїнового соняшника в Україні / Л.А. Ільків // Молодий вчений, 2017. — № 11 (51). — С. 1171 — 1173.

2. Красняк О. П., Довгань Ю. В. Маркетингова оцінка напрямів інвестиційно-інноваційної активності підприємств олійно-жирового підкомплексу./ О.П.Красняк, Ю.В. Довгань //Інвестиції: практика та досвід, 2018. -№ 12. С. 42–46.

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Л. Курбацька, к.е.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Стратегію виробничого підприємства визначають як процес, який передбачає визначення його головних цілей та завдань на довгострокову перспективу, встановлення вектору дій і розподілу ресурсів підприємства, що необхідні для досягнення цих цілей [1].

У сучасних умовах кожна компанія має певний інтерес в наявності ефективно функціонуючої системи менеджменту. Зокрема, їй необхідно знати, як проводити оцінку власних можливостей та розробляти перспективні напрямки щодо подальшого функціонування на цільовому ринку, впроваджувати ефективний комплекс маркетингу і вдало реалізовувати маркетингові стратегії.

Вибір цільового ринку на якому буде діяти підприємство - це стратегічне рішення, яке потрібно приймати базуючись на результатах оцінки ринкового

середовища. З огляду на це, маркетингова стратегія є довгостроковою, вона визначає напрям розвитку підприємства та являє собою план по досягнення його цілей. В той же час, вибір стратегії здійснюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, а стратегічні цілі можуть бути реалізовані за допомогою різних способів та засобів.

Для розробки маркетингової стратегії, визначення цілей та їх реалізації першочергово потрібно провести необхідні маркетингові дослідження, оцінити поточну ситуацію та перспективи розвитку. Маркетингові дослідження можуть бути проведені в різному форматі – кабінетні, польові, опитування, фокус-групи, експерименти. Результатами досліджень має бути інформація про обсяги цільових ринків, рівень попиту та проблеми, які виникають у споживачів, кількість основних конкурентів та їх характеристика, тенденції в галузі та перспективи.

Завдання маркетингової стратегії – трансформувати можливості підприємства відповідно до умов зовнішнього середовища. Важливо розуміти, що стратегія має бути обрана відповідно до вимог кожного з цільових ринків зважаючи на особливі характеристики товару, і в той же час сприяти досягненню цілей підприємства.

Відбір стратегічного напрямку залежить від ринкової ситуації в якій підприємство функціонує. При розробці як короткострокових, так і довгострокових маркетингових планів необхідно обирати таку стратегію, яка буде відповідати ринковим умовам і одночасно забезпечувати підприємствам бажаний рівень рентабельності та прибутковості [2].

Отже, ключова роль стратегічного маркетингу полягає в знаходженні правильних рішень для повного задоволення споживчих потреб, формуванні конкурентних переваг при використанні сукупності відповідних маркетингових інструментів. Грамотно прийняте маркетингове рішення дасть змогу підприємству уникнути впливу несприятливих зовнішніх умов.

Література:

1. Крєвенс Д. Стратегический маркетинг. [Текст]: учеб./ Д. Крєвенс; пер. с англ. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2003. – 752 с.
2. Мельник Д.Л. Маркетингова стратегія підприємства / Д.Л. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету, 2009. – № 3. – Т. 1. – с. 213-219.

ЗМІСТ

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

<i>Халатур С.</i>	
Аспекти управління грошовими потоками аграрних підприємств	3
<i>Качула С.</i>	
Фінансове прогнозування та його роль у забезпеченні фінансової безпеки країни.....	4
<i>Павленко О.</i>	
Функціонування сучасного ринку агрострахування України в умовах сталого розвитку	5
<i>Олійник О.</i>	
Проектне фінансування вітчизняного агробізнесу	7
<i>Олійник А.</i>	
Проектний менеджмент в агробізнесі – перспектива розвитку сільськогосподарської галузі	9
<i>Олійник Т.</i>	
Економічна безпека – чинник стабілізації розвитку суб'єктів підприємництва.	10
<i>Зубко О.</i>	
Принципи механізму управління конкурентоспроможності галузі рибництва.	11
<i>Ясинська Д., Добровольська О.</i>	
Золоте правило моральності та залоте правило накопичення боргу: співвідношення та взаємозв'язок	13
<i>Дуброва Н.</i>	
Фінансовий аналітик – професія майбутнього.....	15
<i>Масюк Ю.</i>	
Економічний зміст страхування кредитних ризиків	16

ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

<i>Павлова Г.</i>	
Узагальнення облікових даних в залежності від умов забезпечення економічної безпеки бізнесу.....	18
<i>Васільєва Л., Морозова О.</i>	
Фактори ризику, що впливають на показники економічної діяльності підприємства.....	20
<i>Бардадим М., Погорєлова Т.</i>	
Пріоритетні напрямки підвищення рівня економічної безпеки сільськогосподарських підприємств	23
<i>Чернецька О.</i>	
Джерела облікової інформації для потреб оптимізації кадрової складової економічної безпеки підприємства	24
<i>Погорєлова Т., Чепець О.</i>	
Основні складові інформаційного забезпечення економічної безпеки	

підприємства	26
<i>Якубенко Ю.</i>	
Внутрішній контроль заробітної плати як функція управління підприємством.	27
<i>Губарик О., Саванчук Т.</i>	
Податковий облік у банках.....	28
<i>Чепець О., Бардадим М.</i>	
Напрями удосконалення обліку доходів туристичної діяльності.....	30
<i>Міньковська А.</i>	
Оподаткування об'єднань співвласників багатоквартирного будинку	32
<i>Ткаченко О.</i>	
Впровадження управлінського обліку на підприємстваї України.....	33

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ

<i>Карамушка О.</i>	
Дистаційна освіта в Україні: аспекти застосування online – платформ.....	35
<i>Мороз С.</i>	
Вдосконалення мережних комунікацій аграрних підприємств засобами хмарних сервісів.....	36
<i>Samarets N.</i>	
Innovative technologies of modern agrarian management.....	37
<i>Vasylieva N.</i>	
Optimal portfolio models for growing cereals and oilseeds.....	39
<i>Білоткач О.</i>	
Інформаційні технології в агробізнесі.....	40
<i>Дмитрієва В.</i>	
Використання засобів онлайн технологій у підготовці фахівців електронного бізнесу в ДДАЕУ.....	41
<i>Нужна С.</i>	
QR – коди як один з елементів інформатизації процесу навчання.....	43
<i>Шрамко І.</i>	
Використання системи управління бізнес процесами ADONIS аграрними підприємствами України.....	45

МЕНЕДЖМЕНТ І ПРАВО

<i>Горобець Н.</i>	
Методи управління стратегічними змінами в аграрних підприємствах.....	46
<i>Пальчик І.</i>	
Застосування логістичних принципів управління виробничо – господарською діяльністю підприємства.....	47
<i>Пастернак Л.</i>	
Правові засади обмеження монополізму та сприяння змагальності у сфері господарювання.....	49
<i>Коломоєць Ю.</i>	
Еволюція корпоративної етики	52

<i>Савенко О.</i> Стиль управління як основний інструмент формування сприятливого клімату на підприємстві.....	53
<i>Тропін В.</i> Про окремі аспекти неприбутковості сільськогосподарських кооперативів.....	55
<i>Шпортюк Н.</i> Проблемні питання вдосконалення аграрної політики	57

МЕНЕДЖМЕНТУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

<i>Мельник Л.</i> Аграрні підприємства України в контексті розмірів земельних угідь.....	58
<i>Байдак І.</i> Управлінське консультування: сутність та значення в розвитку підприємств...59	
<i>Бербенець О.</i> Управлінський консалтинг в українському бізнес просторі.....	61
<i>Байдак І.</i> Значення управлінського консалтингу в розвитку малих підприємств.....	63
<i>Гаркавий В.</i> Особливості впровадження нової стратегії на підприємстві.....	64
<i>Лебеденко О.</i> Розвиток лідерства в державному управлінні.....	66
<i>Мареніченко В.</i> Системний підхід в методології формування кадрового резерву в публічному управлінні.....	68
<i>Миронова О.</i> Особливості бізнес – моделей сільськогосподарських підприємств.....	69
<i>Миронова Р.</i> Аспекти вартісно – орієнтованого управління підприємством.....	72
<i>Плотницька А.</i> Основи формування кадрової політики дорадчих служб.....	75
<i>Пугач А., Кучеренко В.</i> Організація державної служби в Україні та основні складові адміністративної культури.....	76
<i>Застава І.</i> Адміністративний менеджмент в державних органах влади.....	78
<i>Сичова М., Кучеренко В.</i> Завдання та функції державної служби як основа формування адміністративної культури державних службовців.....	80

ЕКОНОМІКА

<i>Галаган Т.</i> Стратегічні напрями економіко – екологічної оцінки природно – техногенних комплексів та відновлення їх продуктивності.....	82
---	----

<i>Гончаренко О., Самілик Т.</i> Інституціональні детермінанти реалізації інноваційного розвитку.....	84
<i>Масляєва О.</i> Особливості оцінки конкурентного ринкового простору підприємства	85
<i>Сітковська А.</i> Ефективність діяльності аграрних підприємств в Україні	87
<i>Васильєв С.</i> Місце України у глобальному економічному просторі.....	88
<i>Юрченко С.</i> Сутність інвестиційного забезпечення процесу відтворення технічних ресурсів в сільському господарстві	90
<i>Вініченко І.</i> Оцінювання інвестиційної привабливості підприємства	92

МАРКЕТИНГ

<i>Білоткач І.</i> Інституціональна системність регулювання розвитку ринку органічного агропромислового виробництва	94
<i>Абрамович І.</i> Вплив бренду на модифікування змісту маркетингової стратегії підприємства.....	96
<i>Багорко М., Писаренко В.</i> Місце маркетингових заходів в системі антикризового управління	97
<i>Безугла Л.</i> Туристична привабливість сільських територій.....	99
<i>Безус Р., Крючко Л.</i> Внутрішній маркетинг в кооперативах.....	100
<i>Ільченко Т.</i> Переваги застосування інформаційно – комунікаційних технологій в інноваційній діяльності аграрних підприємств.....	102
<i>Юрченко Н.</i> Методичні підходи до формування й оцінки збутової політики в аграрному секторі.....	104
<i>Кадирус І.</i> Конкурентоспроможність банківських продуктів і послуг та її визначення....	106
<i>Кобернюк С.</i> Сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій.....	108
<i>Кравець О.</i> Маркетингова оцінка інноваційної діяльності підприємств олійно – жирового підкомплексу.....	110
<i>Курбацька Л.</i> Маркетингова стратегія як інструмент розвитку підприємства	111