

**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»**

25.02-28.02.2020 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 25.02-28.02.2020 р. : – Дніпро : Друкарня «Стандарт» (ПП Бойко В.В.), 2020. – 156 с.

Матеріали подано в авторській редакції.

Висловлені у виданні думки належать виключно авторам.

ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

ТРАНСАКЦІЙНІ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ

Г. Павлова, д.е.н., професор

І. Приходько, д.держ.упр., професор

Витрати як об'єкт фінансового обліку обмежені нормативно-правовим регулюванням. У зв'язку з цим актуальною проблемою є розгляд можливостей визнання трансакційних витрат у площині Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку. Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства встановлені П(С)БО №16 «Витрати». Згідно з НП(С)БО №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які спричиняють зменшення власного капіталу [1].

Аналіз законодавчої бази, що визначає умови, принципи та способи визнання і формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства, свідчить: в сучасній обліковій системі присутня інформація про окремі елементи трансакційних витрат. Проте, інформаційної бази про загальну сукупність трансакційних витрат немає, що ускладнює управління трансакційними витратами. Крім того, однією з умов визнання витрат в бухгалтерському обліку є їх достовірна оцінка із застосуванням єдиного грошового вимірника - національної валюти (гривня).

Методика узагальнення інформації про витрати підприємства в системі рахунків бухгалтерського обліку визначається Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств, установ і організацій №291. Інформація про трансакційні витрати розпорошена по рахунках та субрахунках бухгалтерського обліку. Слід зазначити, що трансакційні витрати як витрати ринкової взаємодії господарюючих суб'єктів більшою мірою характеризують рівень підготовки виробництва продукції (робіт, послуг), ніж сам процес виробництва. Витрати, що безпосередньо не відносяться до створюваної продукції (робіт, послуг), і які більшою мірою пов'язані з підготовкою і організацією виробництва, не включаються до складу собівартості продукції (робіт, послуг). Такі витрати, які не можливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені, є непрямими і покриваються за рахунок прибутку підприємства. Врахування окремих елементів трансакційних витрат частково ведеться у складі витрат діяльності в розрізі трьох видів: адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат. Для обліку цих витрат призначений 9 клас рахунків, а саме: рахунки 92 «Адміністративні витрати», 93

«Витрати на збут» та 94 «Інші витрати операційної діяльності», між якими і відбувається розподіл трансакційних. Крім того, трансакційні витрати виникають не лише в процесі операційної діяльності, але можуть бути у складі фінансової події, наприклад, як дострокове повернення основної суми кредитів, позик, погашення зобов'язань, які бралися в ході укладання певних контрактів, чи у складі інвестиційної діяльності в процесі придбання необоротних активів, доцільність придбання яких можна прив'язати до витрат взаємодії з певними партнерами.

Варто відмітити, що крім деяких статей накладних витрат до трансакційних витрат включаються також витрати на виправлення браку (безкоштовний ремонт бракованої продукції або заміна її на нову) та виплата штрафів за продаж бракованої продукції, які входять до складу виробничої собівартості. Зазначені витрати належать до трансакційних витрат вимірювання, які зумовлені неналежною перевіркою якості продукції підприємства, що підлягає реалізації.

Дані про трансакційні витрати не знаходять свого прямого відображення у фінансовій звітності (лише опосередковано у складі витрат звітного періоду), так як відсутня процедура узагальнення інформації про них.

Оскільки в межах інформаційного простору фінансового обліку трансакційні витрати не відстежуються, це перешкоджає проводити аналіз та оцінку динаміки цієї категорії витрат за складовими або в загальній структурі витрат підприємства, простежити причинно-наслідковий взаємозв'язок між величиною трансакційних витрат і зміною розміру прибутку.

Проте система обліку передбачає наявність можливості розробки методологічних засад формування в бухгалтерському обліку інформації про трансакційні витрати підприємства.

Виділення в обліку трансакційних витрат та їх аналіз необхідні тому, що вони дисперсно розсіяні між різними підрозділами і службами, підприємства, а їх сума залишається невідомою для апарату управління, хоча в собівартості продукції вони можуть сягати до 20 %[2]

Отже, врахування окремих елементів трансакційних витрат частково ведеться на рахунках витрат діяльності підприємства, проте їх широка номенклатура залишається поза увагою управлінського персоналу.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «загальні вимоги до фінансової звітності» затверджено Наказом Міністерства фінансів України 07.02.2013 № 73. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n17>.

2. Склярук Т.В. Аналізування впливу трансакційних витрат на ефективність виробничо-господарської діяльності суб'єкта ринку – [http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/VNULP/Ekonomika/2009_640/27.pdf]

РИЗИК МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Н. Бондарчук, д.держ упр., професор

В сучасних умовах розвиток методик ризик-менеджменту та їх застосування є не менш важливим для українських компаній, ніж для іноземних. Вітчизняні бізнес-моделі знаходяться на значно нижчому рівні розвитку. Однак у вітчизняній економіці є перевага, яка полягає в тому, що українські підприємства можуть використовувати закордонний досвід і отримувати результати за значно менші проміжки часу, ніж це зайняло у зарубіжних колег.

Економічні межі ризику визначаються, з одного боку тим, якою мірою підприємець, як керівник господарюючого суб'єкта, готовий піти на ризик за умови якщо ресурси, якими він розпоряджається, відповідають цілям, завданням розвитку підприємства. До таких параметрів, які впливають на межі ризику, можна віднести стійкість виробництва і реалізації продукції, прибутковість бізнесу, платоспроможність, ефективний контроль. З іншого боку, підприємець може піти на ризик, якщо він впевнений, що має контроль над ресурсами господарюючого суб'єкта.

Важливою метою аналізу ризиків є спрямування ресурсів, призначених на запобігання збиткам, у сферу найбільшого ризику («ризик-загрози»). Аналіз повинен також виявити ті сфери, які можуть дати певні вигоди, якщо їх уважно в подальшому вивчити.

Будь-який процес оцінки ризиків та ризик-менеджменту поділяється на наступні етапи:

1. Прогнозування існуючих та можливих ризиків підприємства. Завдяки цьому етапу мінімізується один з видів ризиків - ризики нестачі часу на прийняття рішення і реакції на ризик [2].

2. В ході аналізу ризику збираються знання, якими володіють різні структурні одиниці підприємства, після чого проводиться діагностика факторів ризику і вибираються спеціальні методики для їх мінімізації.

3. Далі потрібно визначитися з стратегією реакції і поведінки щодо виявлених ризиків. Безумовно, управління ризиком спрямоване на мінімізацію збитків, тому витрати на реакцію повинні бути економічно обґрунтованими. Це означає, що на антикризові заходи можна витратити не більше коштів, ніж сума самих витрат, які викликані ризиками. Саме тому необхідний аналіз того, яким ризикам варто протистояти, а які варто ігнорувати.

4. Заключним етапом є створення організаційного механізму для управління ризиком.

Слід відразу ж сказати, що ризик-менеджмент не дозволяє усунути всі ризики. Наприклад, фінансування заходів на усунення непрогнозованих і неконтрольованих ризиків не є логічним, оскільки в результаті проблеми вони можуть виникнути внаслідок зовсім інших подій. Однак, прибуткове функціонування підприємства приречене на неефективність без якісного ставлення до ризиків і ризик-менеджменту.

Література

1. Кричевський М. Л. Фінансові ризики: навч. Посібник.. М .: КноРус, 2012. С. 167.
2. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения. М .: ИНФРА-М, 2013. - С. 302.

ПОСЛІДОВНІСТЬ ДІЙ ЩОДО ФОРМУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Л. Васильєва, д.держ.упр., професор

В умовах ринкової економіки важливішим із завдань підприємства є розвиток його основного капіталу. Основні засоби, нематеріальні активи та інші необоротні матеріальні активи, які входять до його складу, в процесі використання амортизуються і, внаслідок цього, формуються кошти для фінансування їхнього відтворення. Але цей процес не може відбуватися стихійно, а підлягає регулюванню шляхом формування та реалізації амортизаційної політики.

Амортизаційна політика та амортизація зокрема відіграють низку функцій на підприємстві. На основі амортизаційної політики держави підприємства формують і реалізують власну амортизаційну політику. На кожному етапі реалізації амортизаційної політики перед нею стоять конкретні завдання, які окрім основного завдання - формування амортизаційних коштів для відшкодування зносу основного капіталу - можуть вміщувати й такі, як мінімізація податкових платежів або короткострокове поповнення обігових коштів [1].

Обираючи амортизаційну політику, потрібно дотримуватись певної послідовності дій щодо її формування:

- по-перше, чітко визначити стратегію діяльності підприємства;
- по-друге, керуючись п.144 ПКУ [2] визначити об'єкти нарахування амортизації. Умовою віднесення об'єкту до основних засобів є очікуваний термін їх корисної експлуатації, який повинен перевищувати один рік або операційний цикл, якщо він відрізняється від року;
- по-третє, визначитись з класифікацією груп основних засобів у відповідності до п.145.1 ПКУ [2];
- по-четверте, встановити у відповідності до п.14.1.19 ПКУ [2] вартість основних засобів, що підлягає амортизації. При цьому підприємство має самостійно визначити ліквідаційну вартість об'єкта основних засобів, виходячи з припущення про можливу суму коштів, яку підприємство сподівається отримати від реалізації або ліквідації об'єкта основних засобів по закінченню строку його корисного використання;
- по-п'яте, встановити критеріїв визначення очікуваного терміну корисного використання основних засобів. Відомо, що важливими моментами при формуванні амортизаційної політики на підприємствах, яким оперує норма

пп.14.1.138 ПКУ [2] є очікуваний термін корисного використання (експлуатації).

Для нарахування амортизації у П(С)БО 7 варто розробити компетентний підхід, який мав би на меті нарахування амортизації на кожен частину об'єкта основних засобів окремо, якщо ці окремі частини об'єкта мають різний термін експлуатації, що впливає на строки їх зношення. На практиці вплив на вибір методу амортизації здійснюють такі чинники:

- 1) простота методу та можливість його застосування;
- 2) вплив на собівартість продукції та вартість ресурсів;
- 3) наявність корпоративної політики у сфері нарахування амортизації.

У літературі не існує єдиної думки щодо найкориснішого або найдоцільнішого з методів. Тому у питанні вибору методу нарахування амортизації пропонуємо виходити з двох позицій:

1) принцип обачності (найбільше принципу обачності відповідає метод зменшення залишкової вартості, за яким нараховується найбільша сума амортизації в перші роки використання об'єкта);

2) очікуваний спосіб отримання економічних вигід від використання об'єктів.

Крім того з метою нарахування зносу досить важливим вважається встановлення відповідно терміну корисного використання предмета, що б ніяк не впливав на викривлення даних в ключових моментах у звітності. Подібні питання відмінності терміну корисного використання імовірна, якщо однотипні предмети застосовують в різних фірмах. Тому вважаємо доцільним законодавчо встановити мінімальну межу корисного використання різних видів основних засобів та відмовитись від регулювання цих питань в податковому обліку, це зробить неможливим заниження терміну використання основних засобів підприємства [52]

Література

1. Левченко Н.М. Амортизація, як складова стратегії діяльності підприємства / Н.М. Левченко, І.О. Воробйова // Інноваційна економіка. – 2014. – №56. – С. 102-107.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

А. Корсун, к.е.н., доцент

На сьогоднішній день в ринкових умовах стратегічна орієнтація діяльності підприємства є важливою передумовою його функціонування. Однак стратегічне управління повинно стосуватися всіх напрямів діяльності підприємства, зокрема й самої фінансово-економічної безпеки, попри тому, що в умовах нестабільності соціально-економічного та політичного середовища належне керування безпекою ускладнене низкою проблем, передусім таких, як

нестабільність економіки та її державного регулювання, недосконалість правового середовища, значна тінізація ринку і тиск з боку більш потужних конкурентів, прояви рейдерства та недостатність фінансового забезпечення.

За цих обставин при стратегічному управлінні підприємством обов'язково потрібно враховувати:

- періодичність розвитку та особливості перебудови вітчизняної економіки, від чого залежить вибір інструментів, методик та моделей безпеки підприємства;

- потребу використання системного, ситуаційного та цільового підходів при виборі стратегічних пріоритетів розвитку, що в умовах невизначеності зовнішнього середовища дозволяє окреслити перспективи розвитку з врахуванням ризиків;

- перевірені практикою методи, інструменти і моделі стратегічного управління [1].

При стратегічному плануванні повинен здійснюватися аналіз як внутрішніх можливостей організації, так і зовнішніх конкурентних сил та пошук шляхів використання зовнішніх можливостей з урахуванням самої специфіки організації.

Загальними принципами раціональної організації є: універсальність, безперервність, пропорціональність, паралельність, спеціалізацію, оперативність, гнучкість, інформативність та інші.

Щоб відбулося виконання фінансово-економічної стратегії підприємства необхідно: 1) адаптувати систему до зовнішнього середовища; 2) ранжувати показники, завдання та інші фактор за їх важливістю та ефективністю для раціонального розподілу ресурсів та забезпечення пропорціональності компонентів системи; 3) забезпечити зіставлення управлінських рішень по рівню якості, об'єму, ступеню невизначеності ситуації; 4) забезпечити сприйнятливість управління до змін у зовнішньому середовищі та в структурі системи; 5) стимулювати досягнення запланованих результатів; 6) забезпечувати прямоочність, пропорціональність та безперервність як управлінських так і виробничих процесів підприємства; 7) забезпечити раціональне поєднання різних методів управління персоналом [2].

Для забезпечення якості виходу системи стратегічного управління фінансово-економічної безпеки необхідно забезпечити на високому рівні якість планів та процесів по їх реалізації.

По організації реалізації стратегічних планів в коло питань входять розробка, узгодження та затвердження програми заходів, організація обліку та контролю їх виконання, мотивація виконання планів в установленні терміни, необхідної якості та з оптимальними затратами.

По розробці та реалізації стратегічних планів всі види діяльності супроводжує мотивація, а саме: розробку самої концепції, інформаційне забезпечення, дослідження ринку, стимулювання підвищення конкурентоспроможності фірми, організація розробки стратегії підприємства.

Контроль за порядком реалізації стратегії виступає завершальним етапом

моделі стратегічного управління. Він необхідний для виявлення проблем на ранніх стадіях. В теорії управління контроль складається з послідовних елементів: визначення органів контролю та механізмів його застосування; визначення стандартів і норм для забезпечення об'єктивності оцінок; встановлення правильності виконання робіт, передбачених планами різного типу; порівняння досягнутих параметрів робіт з встановленими стандартами та нормами; прийняття коригуючих заходів.

Якісний аспект вимагає оцінки показників контролю з позицій розкриття їх сутності, а кількісний вимагає певної квантифікації оцінок. Вибір показників для стратегічного контролю є сам по собі завданням стратегічного значення, так як від цього буде залежати оцінка успішності виконання стратегії. Тому дуже важливо вибрати для контролю такі показники індикатори, які б однозначно характеризували ситуацію, що складається в процесі реалізації стратегії.

Отже, стратегічне управління фінансово-економічною безпекою слід розглядати як процес управління стратегічним плануванням та розробленою стратегією забезпечення фінансової та економічної безпеки, а також планування розподілу ресурсів в умовах постійної нестабільності зовнішнього середовища та адаптації, захисту його від впливу загроз, ризиків і досягнення безпечного функціонування.

Література:

1. Дикань В. Л. Стратегічне управління [текст] : навч. посіб. / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
2. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник. / І.П. Мойсеєнко, О.М. Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.

ТУРОПЕРАТОРИ ТА ТУРАГЕНТИ – ПЛАТНИКИ ПОДАТКІВ ТА ЗБОРІВ

А. Мінковська, ст.викладач

Різноманітність систем і ставок оподаткування, які можуть використовувати суб'єкти туристичного ринку (туроператори і турагенти), ставить перед ними непросте завдання правильного вибору. Від раціонального вибору системи оподаткування залежить оптимальність використання оборотних активів суб'єкта турдіяльності і зрештою його фінансовий стан. Туроператорами можуть бути лише юридичні особи, які обирають для себе одну з таких систем оподаткування: загальна система (сплата податку на прибуток) або спрощена система. При виборі загальної системи оподаткування туроператори, при наявності об'єкта оподаткування, стають платниками: - податку на прибуток; - податку на додану вартість; - єдиного соціального внеску; - податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки; - земельного податку; - збір за спеціальне використання води; - інших податків та

зборів. При виборі спеціального режиму оподаткування – єдиного податку, туроператор може перебувати, при врахуванні встановлених податковим законодавством обмежень, на третій групі платників. Платники єдиного податку звільняються від обов'язку нарахування та сплати таких податків та зборів: податку на прибуток; земельного податку, крім податку за земельні ділянки, що не використовуються ними для провадження господарської діяльності та інших передбачених п. 297.1 ст. 297 Податкового кодексу.

Турагентами можуть бути і юридичні особи, і підприємці. Турагенти-підприємці, що працюють за загальною системою оподаткування, обкладаються ПДФО за правилами ст. 177 ПК. На практиці багато турагентів віддають перевагу бути платниками єдиного податку. Зокрема, за бажання працювати за спрощеною системою оподаткування громадянин може реєструватися і входити до 2 та 3 груп. Однак, на думку спеціалістів, найбільш прийнятним варіантом для турагентів є робота на єдиному податку в 2-й групі. При виборі системи оподаткування актуальним є визначення обсягів доходу від туристичної діяльності, а саме - продажу туристичного продукту та туристичної послуги.

Варто зазначити, що виробничо-обслуговуюча діяльність туроператорів передбачає: формування (комплектацію) турів; просування турів; гуртову реалізацію турів; забезпечення обслуговування туристів у межах програми туру; контроль та оперативний супровід турів; відповідальність за виконання робіт.

Підприємства-туроператори найчастіше організовують зв'язок із споживачами через турагентів. Останні на договірній основі отримують від туроператорів права на реалізацію сформованого турпродукту.

Туристичне підприємство може бути одночасно і туроператором, і турагентом.

За характером здійснюваних операцій турагент - це роздрібний продавець. Класичний турагент не створює своїх власних туристичних продуктів, а займається їх перепродажем. Він реалізує послуги кінцевим споживачам - туристам для їхнього особистого використання. Турагенти виконують дві головні функції: надання інформаційних послуг; збут туристичних послуг. Слід зауважити, що з метою оподаткування податком на додану вартість, туристичний продукт, як комплекс туристичних послуг, розглядається як єдина послуга.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Т. Мачак, старший викладач

На сьогоднішній день, малий бізнес є невід'ємною частиною ринкової економіки України, без якого важко уявити розвиток соціально-економічної системи держави. В більшості розвинених країн, малі підприємства займають вагомому частку у структурі всієї економіки. Тому, зростання економіки нашої держави, створення її конкурентного середовища, забезпечення ефективної зайнятості населення - це першочергові питання, які необхідно вирішити для

створення необхідних умов підвищення активності та розвитку малих підприємств. Поряд з цим виникають актуальні проблеми оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності.

Проблеми побудови ефективної системи оподаткування для суб'єктів малого підприємництва розглядали такі дослідники, як: Л. Бабич, Ф.Бутинець, О. Василик, В. Вишневський, А. Гальчинський, В. Геєць, І. Д'яконова, Ю. Ємченко, А. Соколовська, П. Друкера.

Малі, підприємства можуть самостійно обрати як загальну систему оподаткування так і спрощену систему, як альтернативний варіант. Головною ідеєю альтернативної системи оподаткування є спрощення документального ведення обліку, звітності та спрощення сплати податків, тобто, заміна багатьох податків єдиним. Суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на групи платників єдиного податку.

1 група: річний ліміт доходу - до 1000000 гривень; ставка - до 10% розміру прожиткового мінімуму, (2020 році- до 210,20 грн.);

2 група ЄП: річний ліміт доходу - до 5000000 гривень; ставка – до 20% мінімальної зарплати (2020 році - до 944,60 грн.);

3 група ЄП: річний ліміт доходу - до 7000000 ; ставка - 3% (платники ПДВ) та 5% (НЕ платники ПДВ) від обороту; ліміту кількості найманих працівників немає.

4 група ЄП — це сільськогосподарські товаровиробники — юридичні особи незалежно від організаційно-правової форми, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 %.

Крім зазначених лімітів доходу у підприємців діє ліміт для незастосування касових апаратів.

З ухвалою державного бюджету рівень податкового навантаження збільшився внаслідок підвищення мінімальної заробітної (4723 грн) плати та прожиткового мінімуму (2102грн) для підприємців як на загальній так і на спрощеній системі оподаткування.

Мінімальна сума ЄСВ, який підприємці мають сплачувати за місяць із 2020 року становить 1039,06 грн (4723 x 22%). Максимальна база нарахування ЄСВ дорівнює 15 розмірам мінімальної зарплати (п. 4 ч. 1 ст. 1 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування" від 08.07.2010 р. № 2464-VI).

Отже, максимальний страховий внесок у 2020 році становить 15585,90 грн. (4723 x 15 x 22%). Таку суму ЄСВ має сплатити ФОП у разі, коли сума отриманого ним доходу (чистого доходу) у розрахунку на місяць складе 70845 грн і більше.

Отже, стимулювання підприємницької діяльності через створення сприятливих умов її оподаткування є першочерговим завданням економіки України. Подальше спрощення системи обліку та сплати податків призведе до збільшення бізнес активності та само зайнятості населення, що в свою чергу

збільшити надходження до бюджету, зменшити безробіття та зменшити соціальне навантаження на державу.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

О. Губарик., к.е.н., доцент

Т. Саванчук, к.е.н., доцент

Експертні та кількісні методи зазвичай використовуються для оцінки фінансово-економічної безпеки банків, але кількісні методи частіше використовуються для розуміння ситуації. Методика оцінки може бути використана для оцінки рівня фінансової безпеки за допомогою кількісних методів. Основою цієї методики є підрахунок кількості балів, який робиться на основі фінансових коефіцієнтів та показників.

Кожен банк у ході своєї діяльності намагається відшукати межу між прибутковістю та ризиком, які безпосередньо об'єднані між собою. У такому випадку, усвідомлено приймаючи великі ризик, банк має намір отримати істотний дохід. Але необхідно брати до уваги, то що дуже великі ризики, навіть при значному прибутку, роблять банківську установу залежною від безлічі чинників. У результаті це може послужити причиною до його неплатоспроможності та, у майбутньому до банкрутства. У той же час отримання малих розмірів доходу, що допустимо при невисокому ступені ризику, ставить під сумнів раціональність роботи цього суб'єкта ринкової економіки, так як дохід вважається основною ознакою продуктивності діяльності.

Оскільки фінансова безпека банку визначається рівнем його безпеки та ступенем ефективності його діяльності, то існує дві групи показників, що є основою для побудови методології оцінки фінансової безпеки банку:

- показники, що характеризують ефективність роботи банку;
- показники, що характеризують рівень його безпеки та здатність протистояти кризам.

У таблиці 1. представлено перелік показників ефективності, який необхідно використовувати в методиці, а також їх розрахунок і коротка характеристика. Один з ключових показників, що визначають результати діяльності банку, вважається відношення прибутку до активів. Застосування даного показника є раціональним, так як всі інші показники щодо управління активами вважаються другорядними щодо прибутку активів. Крім цього, дані показники в основному формуються політикою та стратегією управління активами банку. Загалом, з позиції певного банку жодна корисна інформація не в силах бути надана через особливості його діяльності.

Ще одним значущим показником, що визначає результативність діяльності банку, вважається ступінь його маржі, в такому випадку є відмінність серед ставками позики та депозитами. Даний коефіцієнт по суті визначає можливості банку, його вміння реалізовувати прибуткову діяльність.

Таблиця 1

Показники ефективності діяльності банку

| Показник | Розрахунок | Економічний зміст |
|--|--|--|
| Рентабельність Активів | Чистий прибуток/ Активи | Результативність діяльності керівництва банку. Віддача зарезервованих коштів. |
| Рівень відсоткової маржі | Середній відсоток за кредитами - середня відсоткова ставка за депозитами | Визначає результативність відсоткової політики. |
| Ефективність роботи банку | Дохід /Витрати | Загальна ефективність роботи банківського інституту. Його вміння генерувати дохід. |
| Ефективність операцій з відсотковими коштами | Відсотковий дохід / Відсоткові витрати | Урівноваженість відсоткових операцій банку. |
| Ефективність комісійної діяльності | Комісійні доходи / комісійні витрати | Уміння банку отримувати дохід на наданні послуг. |
| Прибуток на одного працівника | Чистий прибуток/ кількість працівників | Ефективність роботи працівників банку. Чим вище значення тим краще. |

Порівняння цього показника із середнім значенням у банківській системі та значеннями конкурентів визначає рівень потенційної конкурентоспроможності банку. Значне зниження маржі за короткий проміжок часу негативно впливає на рівень фінансової безпеки банку. На думку деяких авторів, відсоткова маржа повинна бути не менше 4-5%.

Наступним комплектом показників, у відсутності яких, неможливо зробити аргументований та обдуманий висновок щодо рівня фінансово-економічної захищеності банку, вважаються показники безпеки. Перелік, обчислення та їх остаточні властивості наведені в таблиці 2.

Показник ліквідності являє собою вміння банку вчасно виплачувати власні зобов'язання. Для фінансової безпеки банку необхідно мати миттєвий коефіцієнт ліквідності, так як безпосередньо можливість швидкого закриття поточних зобов'язань формує передумови для стабільної діяльності банківської установи. Незначні ознаки нездатності банку здійснювати власні зобов'язання можуть спровокувати паніку серед вкладників, що, у свою чергу, може стати причиною банкрутства банку.

Ступінь фінансової захищеності також залежить від якості активів банку. Велика частина банків у Україні вважаються універсальними кредитними установами, з цієї причини їх головна робота - це фінансування фізичних та юридичних осіб. Тому важливою ознакою вважається відношення поганих позик до загальної вартості кредитного портфелю. В умовах банківської системи України даний коефіцієнт вважається особливо важливим, так як він здатний на перших стадіях попереджати про зменшення фінансової безпеки.

Таблиця 2

Показники, що характеризують рівень захищеності банку

| Показник | Розрахунок | Економічний зміст |
|--|--|---|
| Ліквідність | Високоліквідні активи/Поточні пасиви | Вміння банку вчасно здійснювати свої зобов'язання за допомогою високоліквідних активів. |
| Рівень проблемних кредитів | Прострочені кредити / кредитний портфель*100 | Визначає якість кредитного портфеля. Ступінь простроченої заборгованості в ньому. |
| Коефіцієнт кредитних ризиків | Сума прострочених кредитів/ Сума запасів під кредити | Рівень відшкодування запасами можливих збитків від кредитних операцій. |
| Коефіцієнт співвідношення кредитів і зобов'язань | Кредити/Зобов'язання | Визначає рівень кредитної діяльності банку. |

Коефіцієнт кредитного ризику вважається допоміжним показником для оцінки наявності необхідних запасів для відшкодування можливих витрат за поганими позиками. У випадку, якщо значення даного коефіцієнта перевищує одиницю, це говорить про погіршення рівня економічної безпеки банківської установи, так як в цьому випадку масове закриття позик може послужити причиною до збитків та послужити причиною до банкрутства банку.

Одним з важливих показників ступеня захищеності банку вважається відповідність кредитів і зобов'язань. Він характеризує агресивність кредитної політики та ступінь кредитної стабільності банку. Тип кредитної політики, яку виконує банк, безпосередньо впливає на рівень його економічної захищеності.

Оптимальний діапазон цього фактору - 0,53-0,9. Якщо значення нижче 0,53, банківська установа може не мати можливості заробити достатньо грошей для виконання своїх зобов'язань перед вкладниками та кредиторами банку. Якщо значення вище 0,9, в цій ситуації практично всі кошти, зібрані банком, використовуються для кредитування. Так як кредитування вважається ризиковою операцією, ступінь економічної безпеки зменшується.

ПОТЕНЦІЙНІ ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Т. Погорелова, к.е.н., доцент

Забезпечення економічної безпеки підприємства вимагає прийняття ефективних рішень, пов'язаних з виявленням, обліком і знаходженням способів запобігання виявлених загроз. Одні загрози можна передбачити, інші виникають раптово. Загрози, які виникають в певних умовах, відомі з досвіду

попередньої економічної діяльності можна передбачити. Загрози, що виникли по причини спонтанних лих, стихійних явищ передбачити не можна, але необхідно фінансово враховувати можливість їх виникнення.

Особливості господарської діяльності підприємства, що визначають прояв загроз економічного характеру, відображають функціональні складові в структурі економічної безпеки: фінансову, інтелектуальну і кадрову, технологічну, політико-правову, екологічну, інформаційну, силову.

Для сучасного підприємства можна виділити наступні потенційні загрози:

- 1) Умисне або фіктивне банкрутство підприємств.
- 2) Невідповідність у використанні обсягів надходження на підприємство матеріальних ресурсів.
- 3) Складна адаптація до інновацій в процесі реструктуризації.
- 4) Звуження ринку збуту продукції.
- 5) Фінансова нестабільність.
- 6) Недобросовісність вітчизняних ділових партнерів.
- 7) Політична нестабільність в суспільстві.
- 9) Криміналізація різних секторів економіки.
- 10) Недобросовісність ділових зарубіжних партнерів.
- 11) Промислове шпигунство чи інші форми посягань на комерційну таємницю.
- 12) Бідність населення, так як саме вона представляє серйозну загрозу розвитку підприємств.
- 13) Руїнування потенціалу підприємства (виробничого, технологічного, науково-технічного і кадрового), як головного чинника його життєдіяльності та можливостей.

Пропонуємо виділити основні причини поточної неблагополуччя багатьох підприємств (Рис. 1), які безпосередньо впливають на рівень економічної безпеки підприємства в цілому.

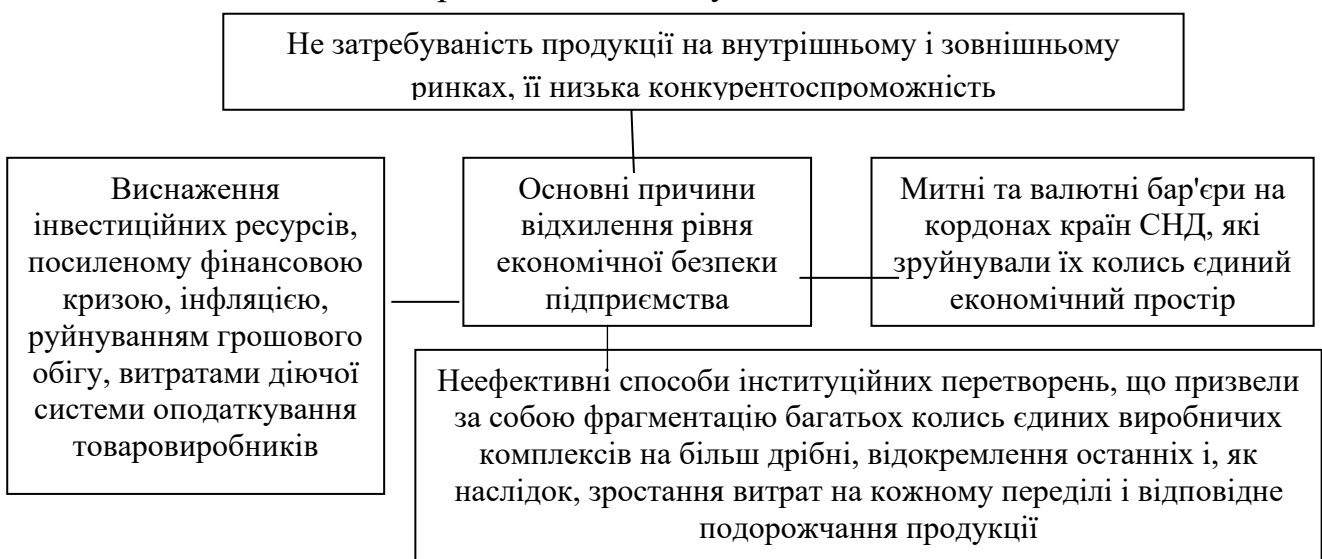


Рис. 1 Основні причини відхилення рівня економічної безпеки підприємства

Провівши аналіз різних напрямків фінансової діяльності підприємства, можна спрогнозувати загрози економічній безпеці підприємства на довгостроковий період. Розгляд та аналіз потенційних загроз економічній безпеці підприємства дасть можливість виробити стратегію розвитку підприємства.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Ю. Якубенко, к.е.н., доцент

Забезпечення нормальної виробничо-господарської діяльності підприємств є найважливішим аспектом забезпечення фінансово-економічної безпеки галузі та регіону в цілому і, отже, процес забезпечення фінансово-економічної безпеки видається нам, як сукупність заходів щодо забезпечення рівня платоспроможності підприємств, ліквідності їх оборотних коштів, підвищення якості планування і здійснення фінансово-господарської діяльності підприємств в усіх напрямках стратегічного і оперативного планування, і управління, в тому числі в питаннях технологічного, інформаційного та кадрового потенціалів, з метою максимізації прибутку і підвищення рівня рентабельності діяльності, що, в кінцевому підсумку, є неодмінною умовою зростання прибутковості.

Забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств необхідно розглядати як процес прогнозування і запобігання всебічних збитків від негативних впливів на їх економічну безпеку з різних аспектів фінансово-господарської діяльності. Ефективний результат роботи підприємств по забезпеченню прибутковості і стійкості діяльності, може бути, досягнутий саме за рахунок прогнозування та своєчасного запобігання збитків, які вочевидь становлять загрозу фінансово-економічній безпеці.

Одним з найважливіших факторів забезпечення ефективності функціонування системи економічної безпеки підприємств є оптимізація витрат фінансових ресурсів на її забезпечення.

Роль системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств, в відповідності зі сформованою стандартною думкою, - «ліквідація» і «викорінення» загроз стабільної господарської діяльності суб'єкта в сучасних соціально-економічних умовах не може розглядатися як прийнятна. З точки зору витрат і вигод, тут доводиться задуматися, що несе підприємствам великі втрати - загрози економічній безпеці.

Завдання, які стоять перед системою забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств не є новими, проте в сучасних, перманентних соціально-економічних і політичних умовах вимагають принципово інших підходів до їх вирішення.

Для граничного стримування загроз фінансово-економічній безпеці підприємств необхідні граничні витрати. Інакше кажучи, чим вище рівень забезпечення економічної безпеки підприємств, тим більше економічний тиск

відчуває їх фінансовий потенціал, на який в повному обсязі лягає не тільки фінансове забезпечення заходів щодо стабілізації окремих складових фінансово-економічної безпеки, але утримання персоналу, задіяного на забезпеченні реалізації розроблених заходів, але і значні матеріальні витрати на його технічне оснащення. Не можна скидати з рахунків і психологічний фактор, який має прямий вплив на продуктивність праці працівників підприємств, змушених переносити масу процедур, спрямованих на реалізацію заходів щодо запобігання потенційно можливих загроз фінансово-економічній безпеці.

Розглядаючи дану проблему теоретично, абсолютно всім загрозам фінансово-економічної безпеки можливо запобігти, таким чином можливість виникнення збитків фінансового стану підприємств буде ліквідована, якщо всі наявні корпоративні ресурси будуть спрямовані виключно на забезпечення фінансово-економічної безпеки.

Теоретично, з іншого боку, підприємства можуть взагалі відмовитися від фінансування заходів щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки, але в такому випадку неминуче зростуть втрати, що призведе до зниження прибутку, або в гіршому випадку, до банкрутства конкретного підприємства, а це неодмінно веде до негативних змін значень індикаторів економічної безпеки промисловості.

Будь-які крайнощі в питанні забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств небажані. Принцип оптимізації поведінки в даному випадку вимагає, щоб мінімізувалися сукупні витрати на забезпечення фінансово-економічної безпеки, що включають і втрати від неможливості уникнення загроз фінансово-економічній безпеці, і витрати підприємств на запобігання як потенційно можливих, так і реально існуючих загроз своєму фінансовому потенціалу.

При впровадженні заходів щодо оптимізації витрат на забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств передбачається досягнення наступних результатів:

- зміна величини собівартості продукції;
- поліпшення фінансового результату діяльності;
- зміна величини прибутку підприємств;
- передбачається збільшення прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства;
- передбачається вирішення проблеми відшкодування втрат підприємствам від можливих збитків, за рахунок формування компенсаційного потенціалу, що дозволяє адекватно реагувати на критичні ситуації.

Реалізація пропозицій щодо оптимізації витрат підприємств на забезпечення фінансово-економічної безпеки створить більш сприятливі умови функціонування, що, забезпечить підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств, і буде сприяти підвищенню економічного потенціалу галузі економіки в цілому.

Таким чином, впровадження комплексної системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств, дозволяє прогнозувати загрози

фінансово-економічній безпеці та оперативно регулювати обсяги і структуру витрат на забезпечення фінансово-економічної безпеки, дозволить якісно впливати на загальний фінансовий стан конкретного підприємства, що, в кінцевому підсумку, самим позитивним чином відобразиться на оздоровленні економіки, за допомогою збільшення частки сукупного податкового вилучення, зарахованого в регіональний бюджет.

РРО: АНАЛІЗ НОВОВВЕДЕНЬ 2020 РОКУ

О. Чернецька, к.е.н., доцент

Детінізація та боротьба з контрабандою РРО, підвищення контролю за сферою розрахунків – так законотворці назвали мету нещодавніх нововведень з касовими апаратами [1]. Верховною радою прийняті закони щодо обов'язкового впровадження касових апаратів для підприємців. Через карантин було перенесено ключові дати обов'язкового введення РРО.

До 1 серпня 2020 року необхідно застосовувати реєстратори розрахункових операцій фізичним особам-підприємцям:

- ФОП 2-4 груп єдиного податку з оборотом понад 1 млн. грн.;

- ФОП 2-4 груп єдиного податку, незалежно від обороту, при окремих видах діяльності, зокрема реалізації технічно складних побутових товарів, які підлягають гарантійному ремонту, продажу лікарських засобів, виробів медичного призначення [2].

З 1 серпня 2020р. до 1 січня 2021р. до перелічених вище видів діяльності додається надання платних послуг у сфері охорони здоров'я.

З 1 січня по 31 березня 2021р. обов'язковим для застосування РРО є діяльність ФОПів, пов'язана із:

- реалізацією товарів (надання послуг) через Інтернет;

- реалізацією технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту;

- реалізацією лікарських засобів, виробів медичного призначення та надання платних послуг у сфері охорони здоров'я;

- реалізацією ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння;

- роздрібною торгівлею вживаними товарами в магазинах (група 47.79 КВЕД);

- діяльністю ресторанів, кафе, ресторанів швидкого обслуговування, якщо така діяльність є іншою, ніж визначена пунктом 11 статті 9 Закону "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг";

- діяльністю туристичних агентств, туристичних операторів;

- діяльністю готелів і подібних засобів тимчасового розміщення (група 55.10 КВЕД);

- реалізацією текстилю (крім реалізації за готівкові кошти на

ринках), деталей та приладдя для автотранспортних засобів відповідно до переліку, що затверджується Кабміном [3].

З 1 квітня 2021 застосовують всі ФОПи, окрім:

-тих, хто провадить діяльність на 1й групі єдиного податку

-тих, хто проводить розрахунки виключно у безготівковій формі. В даному випадку, слід зазначити, що приймання платежів платіжними картками вважається розрахунковою готівковою операцією, що вимагає застосування РРО в обов'язковому порядку.

- тих, хто здійснює торгівлю на ринку, окрім торварів, що підлягають гарантійному обслуговуванню

- тих, хто здійснює торгівлю на ринку продуктами власного підсобного виробництва

Одним із нововведень є введення поняття програмного РРО. Програмний реєстратор розрахункових операцій - програмний, програмно-апаратний або програмно-технічний комплекс у вигляді технологічного та / або програмного рішення, що використовується на будь-якому пристрої, в якому фіскальні функції реалізовані через фіскальний сервер контролюючого органу, і який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажу товарів (наданні послуг), операцій з торгівлі валютою за готівку та / або реєстрації кількості проданих товарів (надані них по луг), операції з приймання готівки для подальшого переказу та ін. В зв'язку з карантинном можливістю використовувати програмний РРО зявиться з 01 серпня 2020р. Передбачається, що функцію програмного РРО зможуть виконувати мобільні пристрої - смартфони, планшети і т.д. Для забезпечення роботи програмного РРО також знадобиться постійне безперервне підключення до Інтернет-мережі і цифровий підпис, в т.ч. цифровий підпис касира. Програмний РРО дозволить генерувати електронні чеки і передавати інформацію за операціями на сервер ДПС.

Також однією з новацій слід зазначити введення поняття «кешбек». Якщо підприємець видав покупцеві повністю, або частково не фіскалізований чек (чек, який не був зареєстрований на сервері Державної податкової служби) на один, або кілька товарів, кожен з яких дорожче 850 грн, покупець може написати скаргу в Податкову. Якщо в результаті перевірки ДПС цей факт підтвердиться, підприємець заплатить штраф в розмірі 150% від вартості товару, проданого не по чеку. Частина штрафу в грошовій формі отримає покупець, частину – державний бюджет. В зв'язку з карантинном запровадження процедури «кешбек» перенесено на 1 січня 2021 року.

Отже, нововведення щодо використання РРО мають бути враховані суб'єктами підприємництва при провадженні своєї діяльності.

Література:

1. РРО 2020 / URL:<https://intelserv.net.ua/news/material/id/817>

2. РРО для ФЛП с 2020 года, когда применять, как работать, и о которых штрафах нужно знать / URL: <http://www.buhuslugi.com.ua/ua/publikatsiji/788-rro-dlya-fop-z-2020roku-koli-zastosovuvati-yak-pratsyuvati-ta-pro-yaki-shtrafi-potribno-znati.html>

3.Строки запровадження нових правил використання РРО перенесено через карантин / URL: https://biz.ligazakon.net/ua/news/193992_stroki-zaprovadzhennya-novikh-pravil-vikoristannya-rro-pereneseno-cherez-karantin

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УСТАНОВАХ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

О. Атамас, к.е.н., доцент

Реформування вітчизняної системи охорони здоров'я потребує всебічного обліково-аналітичного забезпечення суб'єктів медицини.

Бюджетні медичні заклади належать до установ, що провадять свою діяльність за фінансовим забезпеченням, отриманим згідно кошторису (кошти із загального та спеціального фондів Державного й місцевих бюджетів). Слід визнати, що в системі бухгалтерського обліку бюджетних установ саме облік медикаментів є однією з найскладніших і найвідповідальніших ділянок, яка вимагає скрупульозності, відповідальності та значних затрат робочого часу в силу значної кількості об'єктів обліку.

Після запровадження НП(С)БОДС, згідно рекомендацій МФБ та Стратегією модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі, змінилися і деякі принципи обліку. Зокрема, щодо запасів. Згідно НП(С)БОДС 123 «Запаси», яке визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси і розкриття відповідної інформації у фінансовій звітності міститься ряд нових понять, які ідентифікують ці активи.

Облік лікарських засобів у бюджетних медичних установах урегульовано Методрекомендаціями № 635 від 09.09.2014 р. Основні зміни, які суттєво впливають на організації і ведення обліку:

- місця відповідального зберігання лікарських засобів та медичних виробів може бути не лише на складі, у відділенні та на постах, а й у кабінетах;
- забезпечення дотримання правил ведення обліку лікарських засобів та медичних виробів на складі, в інших місцях зберігання запасів у строки, встановлені керівником закладу охорони здоров'я;
- матеріально відповідальні особи подають усі первинні документи з надходження та вибуття лікарських засобів і медичних виробів до бухгалтерської служби у визначений строк [1].

Також в Методрекомендації № 635 було остаточно визначено порядок визнання, первісної оцінки та вибуття лікарських засобів. А саме:

- лікарські засоби та медичні вироби визнаються активом, якщо їх вартість можна достовірно визначити, існує ймовірність отримання майбутніх економічних вигід, пов'язаних з їх використанням, та/або вони мають потенціал корисності;
- заклади охорони здоров'я мають дотримуватися загального правила списання запасів: розпорядчим документом про облікову політику установи обрати метод оцінки їх вибуття (лише один) з наведених: (ідентифікованої

собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО));

- виявлені в результаті інвентаризації надлишки лікарських засобів можна оприбутковувати за чистою вартістю реалізації запасів (якщо вони реалізуються, або в оцінці можливого використання запасів, якщо вони використовуються самим закладом охорони здоров'я);

- нестачі лікарських засобів у межах норм природного убутку, виявлених у результаті інвентаризації, списуються за розпорядженням керівника на витрати [1].

Від дотримання методологічних та методичних аспектів обліку запасів, зокрема лікарських засобів в бюджетних медичних установах, залежить порядок формування окремих витрат установи, а також порядок відображення даних у звітності, яка є підставою для контролю використання бюджетних коштів.

Література:

1. Методичні рекомендації ведення обліку лікарських засобів та медичних виробів у закладах охорони здоров'я. Наказ МОЗ від 09 вересня 2014 року № 635 (у редакції наказу МОЗ від 24 червня 2019 року № 1428).

ПОРІВНЯННЯ П(С)БО 15 «ДОХІД» ТА МСБО 18 «ДОХІД»: СПІЛЬНІ ТА ВІДМІННІ РИСИ

О. Ткаченко, к.е.н. доцент

Фінансовий результат кожного підприємства залежить від суми доходів, які воно отримує в процесі своєї діяльності. Отже, виникає необхідність порівняння національного положення бухгалтерського обліку (П(С)БО) та міжнародного стандарту бухгалтерського обліку (МСБО) «Дохід». Для формування інформації про доходи підприємства та її розкриття у фінансовій звітності в національному бухгалтерському обліку застосовують П(С)БО 15 «Дохід», а у зарубіжному – МСБО 18 «Дохід». Порівнюючи основні положення цих стандартів можна сказати, що структура МСБО 18 є значно ширшою, ніж П(С)БО 15 та існують також відмінності у змісті даних положень.

Згідно з МСБО 18, дохід – це валове надходження економічних вигід протягом періоду, що виникає у ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників власного капіталу.

Критерії визнання доходу збігаються за обома стандартами та передбачають ймовірне надходження економічних вигід. У МСБО 18 та П(С)БО 15 зазначено, що не визнаються доходами: суми податків і обов'язкових платежів, які підлягають перерахуванню до бюджету й позабюджетних фондів; суми надходжень за договором комісії, агентським та іншим аналогічним договором на користь комітету. У П(С)БО 15 «Дохід» не визнаються також суми попередньої оплати праці, авансів у рахунок оплати продукції (товарів, робіт, послуг); сума завдатку або в погашення позики, якщо

це передбачено відповідним договором; надходження від первинного розміщення цінних паперів.

Згідно національних стандартів доходи класифікуються за такими групами: 1) дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); 2) інші операційні доходи; 3) фінансові доходи; 4) інші доходи; 5) надзвичайні доходи.

У МСБО 18 «Дохід» класифікація доходів не наводиться, однак визначені наступні види доходів: 1) дохід від реалізації; 2) дохід від надання послуг; 3) відсотки, роялті, дивіденди.

Спільною рисою П(С)БО та МСБО «Дохід» є те, що як в національному, так і в міжнародному обліку дохід має оцінюватись за справедливою вартістю. Справедлива вартість – це сума, за якою можна обміняти актив або погасити заборгованість в операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. В МСБО 18 «Дохід» також зазначається, що справедлива вартість отриманої компенсації визначається шляхом дисконтування всіх майбутніх надходжень з використанням умовної ставки відсотка, яка буде найточніше визначена з двох наведених ставок: 1) домінуючої ставки на подібний інструмент емітента з подібною кредитною ставкою; 2) ставка відсотка, яка дисконтує номінальну суму компенсації інструменту до поточної грошової ціни реалізації продукції.

Отже, з вище проведеного порівняння можна зробити висновок, що П(С)БО 15 «Дохід» та МСБО 18 «Дохід» має досить значну кількість спільних рис, а саме: визнання доходів, оцінка та їх відображення, які трактуються подібно в обох стандартах. Однак, виявлений і ряд відмінностей, які є досить несуттєвими, а саме: класифікація та об'єм висвітлення деяких із питань є різними. Дані порівняння дають змогу зробити висновок, що в МСБО більш конкретизовано певні положення, але й національний стандарт містить моменти, які, зокрема, зумовлені національними особливостями обліку. Міжнародні стандарти не тільки узагальнюють накопичений досвід різних країн, але й активно впливають на розвиток національної системи бухгалтерського обліку. Аналіз змісту НП(С)БО свідчить про необхідність їх постійного розвитку та удосконалення відповідно до змін, що відбуваються в економіці країни.

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

С. Юрченко, ст. викладач

В умовах сьогодення для сталого розвитку агропромислового виробництва виникає необхідність застосування інноваційних фінансово-організаційних механізмів, що спроможні забезпечити підвищення ефективності використання наявного ресурсного потенціалу на основі збільшення частки високотехнологічних та наукоємних виробництв, а також

зростання інвестиційно-інноваційної активності аграрних підприємств та створення замкнених, орієнтованих на створення готової до споживання продукції, ланцюгів виробництва. Одним з найбільш ефективних шляхів досягнення цієї мети є зміна архітекtonіки (організаційно-структурного каркасу) формування й використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств на засадах як застосування кластерного підходу організації агропромислового виробництва, який «...дозволяє поєднати науково-технологічний, інноваційний та виробничий потенціали аграрних підприємств, сприяє створенню принципово нового класу виробничих систем, що об'єднуюватимуть ресурси та компетенції, недоступні для окремих підприємств», так удосконалення форм і методів реалізації інвестиційної політики шляхом створення потужних інвестиційних хабів (вузлів, центрів) в межах новостворених територіальних громад, в т.ч. шляхом залучення внутрішніх інвестиційних ресурсів.

Протягом останніх років у розвинених країнах світу усвідомлюється необхідність формування нової агропромислової політики, заснованої на поєднанні активної ролі держави та ринкових механізмів, а також пошуку найбільш ефективних інструментів та механізмів державного впливу на розвиток агропромислового комплексу. Наразі однією з ефективних інноваційних форм реалізації державної політики сталого розвитку аграрного сектору економіки є застосування кластерного підходу, суттєвою перевагою якого перед традиційним секторальним підходом є його комплексність. Кластеризація дозволяє досягати цілей не лише у сфері формування та розвитку агропромислових кластерів, але й цілей інших видів державної політики - інвестиційної, інноваційної, соціальної, забезпечуючи досягнення найбільшого синергетичного ефекту у стимулюванні економічного зростання. При цьому зауважимо, що на відміну від загальноприйнятого визначення, коли під агропромисловим кластером розуміють «...мережу географічно локалізованих взаємопов'язаних агропромислових підприємств, обслуговуючих галузей та органів державного управління, що координують їхню діяльність, об'єднаних в єдину самоорганізовану виробничу систему, що формують замкнений виробничий ланцюг, у рамках якого створюється додана вартість та кінцева агропромислова продукція». Ми ж розуміємо під дефініцією «агропромисловий кластер» систему взаємопов'язаних та взаємозалежних аграрних, переробних, обслуговуючих, науково-навчальних, управлінсько-дорадчих та інших підприємств, установ та організацій, які розміщені на певній території (область, район, територіальна громада) та функціонують з метою забезпечення сталого соціально-економічного розвитку цієї території й підвищення рівня життя її населення. При цьому справедливим є твердження дослідників й прихильників кластеризації економіки, що така форма організації соціально-виробничих відносин здатна забезпечити синергетичний ефект: коли спільні зусилля усіх учасників кластеру дають набагато кращих результат, аніж сума результатів, що отримані кожним підприємством чи організацією, якщо вони діють розрізнено. Також, вважаємо, що кластеризація має відбуватися шляхом

як горизонтальної, так і вертикальної інтеграції з утворенням кластерних об'єднань різного рівня, що можна поділити за територіальною ознакою на кластер у межах територіальної громади – територіальний кластер; кластер у межах адміністративного району – районний кластер; кластер у межах адміністративної області – регіональний кластер; за галузевою ознакою: агропромисловий кластер; промислових кластер; будівельний кластер тощо. З метою забезпечення рівних можливостей ефективної взаємодії всіх учасників кластеру не залежно від територіального рівня вони мають бути вертикально інтегровані в межах своєї галузевої приналежності. Таким чином агропромисловий кластер територіальної громади буде вписаний як підсистема в систему агропромислового кластеру регіону й матиме можливість у повній мірі взаємодіяти з обслуговуючими, управлінсько-дорадчими, інноваційними та іншими підприємствами, установами та організаціями.

ОБЛІКОВА ІНФОРМАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

М. Бардадим, к.е.н.,

Облікова інформація є основною в процесі управління суб'єктом господарювання і безпосередньо пов'язана з об'єктом управління. Оскільки за її допомогою здійснюється попередній, поточний і подальший контроль за об'єктом, а також зв'язок із економічним середовищем, в якому функціонує суб'єкт господарювання. В системі обліку інформація формується відповідно до ієрархічності рівнів управління, де кожному рівню управління відповідає адекватний рівень обліку як системи створення інформації необхідної для прийняття управлінських рішень. Так, набуття інформацією великого значення для системи управління вирішує питання стратегічного розвитку господарюючих суб'єктів, проте збільшення її обсягів не гарантує якості. Це зумовлює необхідність дослідити поняття якості облікової інформації, яка справляє прямий вплив на систему управління. Облікову систему зазвичай розглядають як складову системи управлінського процесу. Розвиток інформаційних динамічних процесів вимагає створення і розвитку інформатизації, переходу до нового, багатомірного розуміння інформаційних процесів, соціальної ролі інформаційного ресурсу. Облік як обов'язковий елемент управління передбачає дію системи обліку за принципом багатоваріантності – з метою забезпечення координації, взаємодії і узгодження окремих елементів управління та досягнення стратегічних цілей. В системі бухгалтерського обліку структурно впорядковані всі її структурні частини та визначена їх функціональна залежність і взаємодія. Так, виділяють такі рівні системи обліку, як регулювання, управління, контроль та практичне застосування. Перша сфера охоплює державний і галузевий рівні, а друга – різні форми підприємств та їх підрозділи. У середині кожної сфери і між ними циркулює потік інформації. Причому сфера управління і контролю надає так звану «ідеальну» економічну інформацію у вигляді інструкцій і нормативів, а практична сфера – «реальну» звітну інформацію про доходи, витрати,

результати, ресурси та капітал. Обліковий процес формування облікової інформації суб'єкта господарювання також базується на трьох етапах: – первинний облік, який включає процес документування та оцінки господарських явищ і процесів; – поточний облік, де відбувається процес облікової реєстрації господарських операцій на бухгалтерських рахунках та в облікових регістрах; – підсумковий облік, який узагальнює дані поточного обліку в бухгалтерській звітності. Компоненти системи діють взаємозалежно за визначеними зв'язками. Завдяки зворотним зв'язкам у системі можуть відбуватися процеси цілеспрямованої діяльності й управління. Саме зворотний зв'язок забезпечує відносну стійкість системи, дає змогу формувати повторювані процеси. Отже, для потреб управління необхідна система обліку, яка забезпечує координацію, взаємозв'язок і погодження окремих елементів управління з метою досягнення основних цілей і стратегій, тому функції системи обліку свідчать про його багатовимірність. З точки зору управління, система обліку в цілому виконує завдання впорядкування вхідної та вихідної інформації. Тобто певні види обліку виділяються відповідно до аспектів організації управління – технічний, технологічний, економічний, організаційний, соціальний, правовий та ін. Організація бухгалтерського обліку на підприємстві здійснюється з урахуванням економічних взаємозв'язків між структурними підрозділами підприємства та відповідних інформаційних потоків. Систематизована облікова інформація дає змогу оперативно реагувати на зміну умов зовнішнього середовища й проведення всебічного аналізу результатів діяльності підприємства. Отже, для обліку інформаційна функція є найважливішим засобом забезпечення управління, а всі інші функції, які досліджувалися вченими, є похідними від неї. Водночас науковцями наголошується увага на достовірності і значимості облікової інформації для акцентування її корисності зацікавленим особам. Достовірність інформації проявляється у повному відображенні господарських процесів суб'єкта господарювання, що легко можна перевірити, і служить інтересам конкретної особи.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АУТСОРСІНГУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

О. Чепець, к.е.н., доцент

На сьогоднішній день ринок бухгалтерського аутсорсингу в Україні тільки формується і ведення бухгалтерського обліку у формі бухгалтерського аутсорсингу стає все більш і більш популярним. Термін «аутсорсинг» увійшов у наші реалії зовсім нещодавно. Аутсорсинг (від англ. Outsourcing (outer-sourcing) використання зовнішнього джерела) — передача організацією на підставі договору певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується у цій галузі.

Окремою складовою аутсорсингу бізнес-процесів та одним із способів бухгалтерського забезпечення є аутсорсинг бухгалтерії, під яким розуміють винесення функцій, пов'язаних з організацією, веденням бухгалтерського

обліку та складанням звітності на підприємстві за межі компанії, передачу їх для виконання аутсорсеру. Іншими словами, це коли підприємство передає виконання функцій своєї бухгалтерії іншій організації.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» надає право керівникам самостійно вибирати форму організації ведення бухгалтерського обліку. Однією з таких форм, передбачених ст. 8 цього Закону є «... ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією або аудиторською фірмою», тобто бухгалтерський аутсорсинг.

У практиці використовують різні варіанти аутсорсингу. Це, як повний аутсорсинг, тобто ведення всієї бухгалтерії, так і передача в аутсорсинг функцій по окремим ділянкам. Важливо відмітити, що не слід плутати аутсорсинг бухгалтерії із залученням позаштатного бухгалтера. Аутсорсингу притаманна, головним чином, передача регулярних функцій.

На думку західних економістів, найбільше зростання аутсорсингу як виду оптимізації діяльності підприємства, що розвивається надзвичайно динамічно, проявляє аутсорсинг бізнес-процесів саме у сфері фінансів та бухгалтерського обліку. У Європі та США розвиток ринку бухгалтерського аутсорсингу дозволяє компаніям спокійно займатися основною діяльністю, віддаючи податкову звітність та інші сегменти бухгалтерського обліку професіоналам. Так у Європі послугами аутсорсерів користується 86 % компаній малого та середнього бізнесу, в США — 92 %, в Ізраїлі — 96 %. І ті, і ті передають у першу чергу на аутсорсинг такі функції, як розрахунок заробітної плати і податки. Активно розвивається цей напрямок і в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, де лідерами в наданні послуг є Індія та Китай. В Україні ж початковий етап розвитку бухгалтерського аутсорсингу припав на середину 1990-х рр. І зародився він у недрах аудиту, коли аудитори зіткнулися з потребами клієнтів не тільки в аудиторських перевірках, але й у зовнішній допомозі в організації всіх видів обліку. Все зазначене підкреслює актуальність даного виду діяльності і для вітчизняних підприємств.

Переваги передачі бухгалтерії на аутсорсинг очевидні і в першу чергу це якість надання послуг. Так як у спеціалізованій компанії працює команда бухгалтерів, ведення документації і складання звітності проходить багаторівневий контроль. До того ж бухгалтерська компанія, крім того, що несе матеріальну відповідальність у випадку нарахування пені або штрафу, відповідає перед клієнтом і своєю репутацією. І, якщо матеріальні ризики аутсорсер страхує, репутацію застрахувати неможливо. Таким чином, якість наданої послуги важлива, в першу чергу, для самої бухгалтерської компанії. Працюючи із штатним бухгалтером, підприємство самостійно несе ризики — бухгалтер за помилки, що призвели до штрафних санкцій, відповідає, у крайньому випадку, премією або зарплатою. Іншим аспектом є те, що у випадку, коли по тій чи тій причині підприємство не влаштовує бухгалтера, що веде підприємство, аутсорсер запропонує іншого. Якщо підприємство не влаштовує бухгалтерська компанія в цілому, то перейти на обслуговування до іншого аутсорсера не так важко. З-поміж моментів, які стримують розвиток

цього напрямку у бізнес-середовищі в Україні, можна виділити кілька основних. По-перше, це стереотипи мислення власника і керівника, які вважають, що бухгалтер завжди повинен бути поруч з ними. По-друге, хвилювання про те, що бухгалтерська компанія не збереже у таємниці фінансову інформацію свого клієнта. Хоча загальновідомо, що чесність у відносинах залежить не від того, який бухгалтер — власний чи запрошений — обслуговує компанію, а від порядності конкретної людини. І, по-третє, остереження, що сторонній бухгалтер не у змозі врахувати специфіку конкретного виду діяльності. У бухгалтерській компанії кожен співробітник спеціалізується у певній галузі бухгалтерії, веде підприємство з різними видами діяльності, і його досвід, знання і кваліфікація набагато більші, ніж у бухгалтера, що веде одне підприємство. Отже, на даний момент очевидним є той факт, що бухгалтерський аутсорсинг є галуззю, що розвивається в Україні. Тим не менше, стійкий попит вже формується. Передусім, за рахунок компаній малого бізнесу, які нараховують у штаті кілька чоловік, підприємств, які не мають постійного офісу, з невеликим документообігом.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ

INTERNET SOURCES OF INFORMATION ON AGRICULTURAL DEVELOPMENT IN UKRIANE

N. Vasylieva, Dr.S. (Economics), Professor

Agriculture is the paramount sector of Ukrainian economy. It provides food security and so far maintains over 10% of the national GDP. In view of globalization Ukrainian agricultural results ought to be open for the international community as well as for the domestic producers and consumers. The basic information source for such purposes is the State Statistics Service of Ukraine. It has an official bilingual web site presenting the checked data in both Ukrainian and English versions (<http://ukrstat.gov.ua/>). It is quite popular according to the current over 11.3 million site visitors. Site map covers options concerning the Service activity, its publications, releases, applied methodology and classifications, legislation basis, links with government portals, population census and international statistical institutions as well as search and post boxes.

Agriculture, forestry and fishing embedded in a combined section. Principles of transparency and availability of the relevant statistical information are implemented by uploading free yearbooks in pdf, doc, or xls-formats for 2008-2018 including: Agriculture of Ukraine; Balances and consumption of the main food products by the population of Ukraine; Crop production of Ukraine; Animal production of Ukraine; Aggregate agricultural characteristics of rural households; Main indicators of agricultural activity of households in rural area; and so on.

To reveal dynamics over the national farming the State Statistics Service of

Ukraine presents express-releases about planted and harvested areas by kind of agricultural crops, their yields and production volumes, applied synthetic and organic fertilizers, use of pesticides, quantities of producing animals and their yields, absolute and indexed prices for agricultural products, expenses and profitability of farming, labor productivity in agricultural enterprises and so on. Such data follows the world trends with regard to up-to-date and fair information maintenance of agricultural development.

Analogous sets of indicators portray agricultural results in 24 Ukrainian regions. Besides, they have their own area bodies of State Statistics. To say the truth, regional main departments of statistics have similar shortcomings. They do not provide English data and propose ordering paid statistical yearbooks. Nevertheless, regional sites (like <http://dneprstat.gov.ua/>) contain the monthly indicators of crop productions by types of agricultural holdings and districts, sown areas under cereals and oilseeds, applications of fertilizers and pesticides, numbers of agricultural animals, figures on production and processing of meat, milk and eggs by types of agricultural holdings and districts, monthly dynamics of prices for basic kinds of products typical for a local farming.

Governmental online assistance of agricultural development is concentrated at the official site of the Ministry for Development Economy, Trade and Agriculture of Ukraine (<http://www.me.gov.ua/?lang=en-GB>) with a redirection to the bilingual Information and Analytical Portal of AIC (<https://minagro.gov.ua/>). It outlines project collaboration with the governmental bodies of Canada, EU, Germany, and the USA, especially on arranging market of agricultural land. There are consulting services about starting own agribusiness or making profitable investments in the agrarian sphere, obtaining subsidies, entering exporters' pool and organic production. It encourages farmers to take part in Ukrainian and International exhibitions, cooperation, and rural development. This contemporary web-resource was created by Kyiv KitSoft IT-company under Creative Commons Attribution 4.0 International license. Sure enough, its useful product meets the modern requirements to online maintenance of agricultural development in the global information environment.

СТАН ТА РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. Білоткач, аспірантка

Інвестиційна привабливість - це сукупність факторів, а саме соціальних, екологічних та економічних, що забезпечують функціонування регіону та стабільність інвестиційної діяльності існуючих, потенційних інвесторів, але бажане не завжди відповідає дійсності.

Оцінюючи інвестиційну привабливість конкретного регіону, рейтингові агенції враховують не лише природний та виробничий потенціал, наявність робочих та фінансових ресурсів, а й (як правило, в результаті опитувань) оцінки політичної ситуації в регіоні, рівня корупції чиновників, судовий захист

підприємництва на території тощо.

На нашу думку, інвестиційна привабливість є сукупною характеристикою певних територіальних умов країни, що включає оцінку рівня розвитку правових рамок, інвестиційної інфраструктури, людського капіталу, фінансової спроможності, що суттєво впливає на формування прибутковості та інвестиційних ризиків.

Державне регулювання інвестиційної діяльності спрямоване на управління не лише державними інвестиціями, а й регулювання умов інвестиційної діяльності та контроль за діями всіх інвесторів та учасників інвестиційного процесу.

Сучасна Україна має мало конкурентних позицій на світових ринках у сфері інвестицій. Глибокий спад промислового виробництва в цілому та галузей, заснованих на знаннях, зокрема, призводить до деградації та деіндустріалізації національної економіки.

Реальні інвестиції – це вкладення в основний капітал і на приріст матеріально-технічних засобів, відтворення основних фондів. Більшість сільськогосподарських підприємств України інвестують в реальні інвестиції. В останні роки підтримка економічного розвитку країни була спрямована на залучення іноземних інвестицій.

Державний уряд повинен створити сприятливе політичне, законодавче, соціальне та економічне середовище у тісній взаємодії з суб'єктами господарювання. Необхідно створити механізм підтримки державних та приватних страхових компаній, які спеціалізуються на інноваційних ризиках: спрощення оподаткування таких компаній, надання позик на пільгових умовах.

Визначено, що загалом політика іноземних держав щодо інвестиційної сфери переслідує такі основні цілі: напрям інвестицій на реструктуризацію економіки для підвищення її ефективності; обіг заощаджень в інвестиціях реального сектора економіки; формування ефективного та контрольованого ринку капіталу; зменшення та страхування інвестиційних ризиків; поліпшення інвестиційного клімату для внутрішнього та іноземного капіталу тощо.

Для ефективного процесу інвестування сільськогосподарських підприємств України необхідно визначити пріоритетні напрями розвитку галузі, найбільш доцільні на даний період часу об'єкти інвестування; розробити заходи мотивації праці для залучення висококваліфікованих працівників; визначити можливості накопичення власних джерел фінансування інвестицій.

Зростання інвестицій залежить не лише від стану сільського господарства, але і від боротьби з корупцією, захисту прав інвесторів та адміністративні перешкоди для розвитку інвестиційної діяльності. Доступ до ринків ЄС, безумовно, допоможе збільшити виробництво сільського господарства також збільшити кількість зернових, овочевих та фруктових сховищ та консолідувати країну як стабільного експортера.

Ринок землі може привернути вітчизняних та іноземних інвесторів, українські сільськогосподарські угіддя є рентабельним і перспективним капіталовкладенням.

БЕЗПЕКА РОЗРАХУНКІВ В ЕЛЕКТРОННОМУ БІЗНЕСІ

М. Кравець, викладач

З ростом кількості транзакцій електронного бізнесу та електронної комерції з'являються нові можливості для кіберзлочинців. Тому продавцям потрібно надати найкращу безпеку платежів, щоб ваші клієнти не турбувалися про свої дані.

Компанії зобов'язані контролювати процес закупівлі та знижувати ризик шахрайства на кожному етапі оформлення замовлення. Знання злодіїв даних про те, як працюють нові технології, вражає. З цієї причини зменшення вразливих точок обробки платежів є найважливішим елементом кожного електронного комерційного бізнесу. Тому потрібно знати рішення щодо безпеки платежів.

SSL сертифікати показують, що ваш веб-сайт захищений, а також зросте ваша репутація в Інтернеті. Вся інформація, наприклад реквізити кредитної картки та інші конфіденційні дані, захищена. Це також покращує поінформованість про бренд та створює довіру до клієнтів. SSL символізується значком висячого замка в URL-адресі, а веб-адреса починається з https. SSL пропонує безліч переваг для вашого інтернет-бізнесу, тому переконайтеся, що ви використовуєте його, щоб добре захистити своїх клієнтів.

Токенізація - це технологія, яка покращує безпеку платежів та забезпечує платіжний процес від уразливих ситуацій. Токенізація робить можливим аутентифікацію клієнтів під час покупки, не впливаючи на безпеку транзакції.

Крім того, розгляд платіжного рішення за допомогою 3D Secure допомагає запобігти шахрайству в операціях з кредитними та дебетовими картками онлайн. Він надає додатковий захист угод і має багато переваг. 3D Secure створює безпечний пароль для кредитної картки покупця. Потім кожна транзакція перевіряється паролем, що додає додатковий рівень безпеки. Це може зменшити кількість шахрайських операцій та збільшити ваш дохід.

Ви також можете скористатися службою підтвердження адрес, яка вимагає від клієнтів надати платіжну адресу, пов'язану з їхньою кредитною картою. Коли адреса на картці збігається з адресою в документах банку, транзакція пройде.

У багатьох компаній виникають проблеми з визначенням місця розташування та зберігання своїх платіжних даних, проте 42% компаній стверджують, що дані про платежі піддаються найбільшому ризику, коли вони зберігаються. Глобальне дослідження стану безпеки платіжних даних показує, що у понад 50% організацій були крадіжки платіжних даних протягом останніх двох років.

Шахрайство з платежами зараз є однією з найбільших проблем для власників інтернет-бізнесу. Це також стало викликом для компаній, які пропонують фінансові послуги. Шахрайство в світі електронної комерції може трапитися в будь-який час і в будь-якому місці, тому його важко усунути. Крім того, це дорого і впливає на ваш авторитет з довірою клієнта. Шахрайство з

платежами вважається будь-якою помилковою чи незаконною операцією. Кібер-зłodії зазвичай крадуть чийсь гроші, особисту власність або конфіденційні дані.

Сайти електронної комерції та мобільної торгівлі стають все більш популярними, тому шахраї шукають нових можливостей для викрадення важливих даних. Шахрайські дії здійснюються для особистої вигоди і часто здійснюються проти споживачів. Це можуть бути несанкціоновані транзакції, підроблені запити на повернення коштів, користування послугою без сплати належної суми тощо. Це реальна загроза безпеці платежів.

Незважаючи на те, що технологія швидко розвивається, повністю неможливо запобігти шахрайству. Але є попереджувальні знаки, на які можна поглянути, щоб обмежити кількість шахрайських дій.

КОМП'ЮТЕРНІ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У ВЕТЕРИНАРНІЙ ДІАГНОСТИЦІ

С. Мороз, к.е.н., доцент

Інформаційні технології в передових підприємствах тваринницької галузі застосовуються у роботі усіх працівників для автоматизації процесів збирання й обробки даних, керування роботою автоматизованих систем годівлі, доїння й санітарної гігієни, ідентифікації тварин, підтримки процесів закупівлі та збуту тощо. Ефективне тваринництво та виробництво безпечного продовольства неможливо також без належної організації ветеринарної служби підприємства в цілому й своєчасної діагностики зокрема.

Перспективним напрямом залучення інформаційних технологій до ветеринарної діагностики є застосування систем підтримки прийняття рішень (СППР) та експертних систем (ЕС). Традиційно до складу СППР входить три основні компоненти: інтерфейс користувача, бази даних і бази моделей. В експертних системах додається ще декілька складових, зокрема бази знань, висновків та логічних пояснень. В сучасних рішеннях СППР й ЕС для організації вказаних підсистем залучають прогресивні засоби зберігання й обробки даних, як-то сховища даних, OLAP-технології, нейромережі, генетичні алгоритми, інструменти інтелектуального аналізу (Data Mining), мережні технології тощо.

На вітчизняному ринку пропонуються як одиничні системи діагностики здоров'я тварин, так і СППР у складі автоматизованих систем управління виробничими підрозділами.

До першої групи можна віднести російські експертні системи Коралл (www.korall-agro.ru). Програмний комплекс має універсальний інтерфейс, що включає підсистеми роботи експерта й користувача. Галузева диференціація представлена у окремих рішеннях для перевірки здоров'я великої рогатої худоби, свиней, птахів й собак.

В режимі Експерта для різних статевих-вікових груп тварин задаються правила діагностики, а саме симптоматичні ознаки та вірогідність захворювань,

способи та схеми профілактики й лікування.

Режим Користувача дозволяє, обираючи симптоми, отримати інформацію щодо можливих захворювань з вказаною ймовірністю (рис. 1) та отримати інформацію щодо лікування й профілактики.

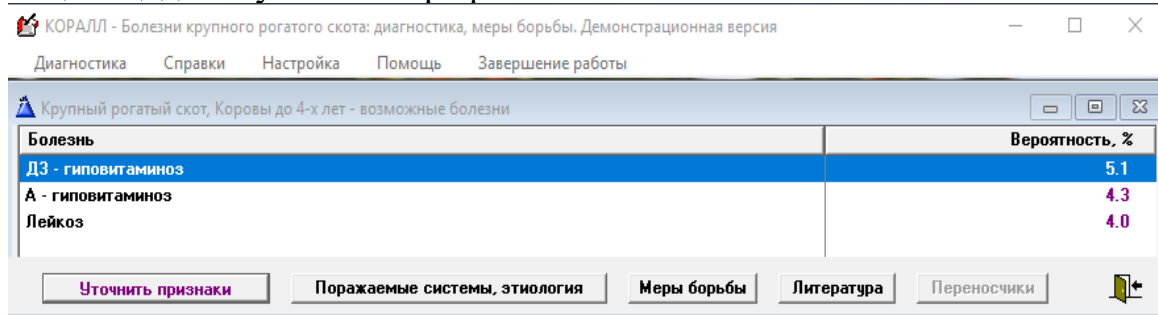


Рис. 1. Діалогове вікно експертної системи в режимі діагностування

Незважаючи на російське походження, на сайті Аграрного центру (<http://www.agro.agroc.com.ua/>) системи пропонуються вітчизняним користувачам за 2400 грн. за модуль.

Прикладом комплексної автоматизації тваринницьких комплексів є рішення компанії «ДеЛаваль» (<https://www.delaval.com/>). Для автоматизації молочних ферм пропонується виробниче і діагностичне обладнання, в тому числі портативне (датчики, сенсори), котре працює під управлінням відповідних програмних продуктів. Так, інтеграція обладнання з модулями системи DelPro дозволяє за зібраними даними здійснювати моніторинг показників здоров'я тварин та якості молока й своєчасно застосувати профілактичні або лікувальні заходи. В Україні організована сертифікована мережа дилерів «ДеЛаваль».

Підсумовуючи, варто відзначити, що важливими властивостями систем підтримки прийняття рішень, орієнтованих на діагностику захворювань тварин є уніфікація та диференціація ознак захворювань, можливість розвитку системи, тобто поповнення баз даних й баз знань новою симптоматикою чи сучасними способами лікування, зручний інтерфейс та помірна вартість.

ЕКОНОМЕТРИЧНА ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

Н. Самарець, к.т.н., доцент

Україна робить вагомий внесок у глобальну продовольчу безпеку. На світовому продовольчому ринку країна займає перше місце за виробництвом соняшнику та експорту соняшникової олії, входить у першу десятку світових лідерів за виробництвом та експортом зернових культур, попит на які в світі зростає. Виробництво зернових і олійних культур – потужний експортоорієнтований напрям аграрного сектора економіки України, розвиток якого пов'язаний із сучасними світовими тенденціями та інноваційним розвитком. Зовнішньоекономічна діяльність впливає на внутрішню економічну динаміку країни та її конкурентоспроможність, тому дослідження тенденцій формування українського товарного експорту та його аграрної складової мають

актуальне значення. Для задоволення потреб внутрішнього та світового ринку в зернових і олійних культурах необхідно застосовувати інноваційні технології їх вирощування, впроваджувати сучасні методи аграрного менеджменту. Ефективними інструментами наукових досліджень у сільськогосподарській сфері є статистичні методи та економіко-математичне моделювання, зокрема, кореляційно-регресійний аналіз, який дає змогу формально описати та дослідити кількісні зв'язки показників, побудувати прогнози і допомогти прийняти ефективні управлінські рішення.

Важливу роль в економіці України відіграє зовнішня торгівля. Тенденцією протягом 2013–2016 рр. було скорочення виручки від експорту товарів, проте у 2017 р. спостерігалось зростання експорту, в тому числі і на сільськогосподарську продукцію. За останні 5 років частка продукції АПК у структурі експортної виручки України зросла з 26,9% у 2013 р. до 41,0% у 2017. Першу позицію в аграрному експорті займала соняшникова олія. Україна вже декілька років є світовим лідером з її виробництва і експорту. Решту ключових позицій займали зернові культури (кукурудза, пшениця, ячмінь), а також олійні (насіння ріпаку і соєві боби) та продукт їх переробки – макуха соняшникова. У 2018 р. загальний експорт продукції з України становив 47,3 млрд дол. США, що на 9,4% більше порівняно з 2017 р. Загалом вказані продукти становили 29,7% всього товарного експорту України, у 2019 р. – 33,2%.

У наступній таблиці наведено економіко-математичні моделі показників виробництва соняшнику для основних категорій господарств.

| Категорії господарств | Лінії тренду обсягу виробництва у, тис. т | Лінії тренду посівних площ S, тис. га | Регресійні залежності виробництва у, тис. т, від урожайності x, ц/га |
|-----------------------------|---|--|--|
| Господарства всіх категорій | $\hat{y} = 6706,3t^{0,304}$ $R^2 = 0,88$ | $\hat{S} = 200,43t + 4351,2$ $R^2 = 0,81$ | $\hat{y} = 116,8x^{1,506}$ $R^2 = 0,88$ |
| С-г підприємства | $\hat{y} = 5548,5t^{0,325}$ $R^2 = 0,90$ | $\hat{S} = 170,90t + 3490,3$ $R^2 = 0,79$ | $\hat{y} = 89,6x^{1,517}$ $R^2 = 0,89$ |
| Домогосподарства | $\hat{y} = 1161,9t^{0,188}$ $R^2 = 0,72$ | $\hat{S} = 29,53t + 860,9$ $R^2 = 0,88$ | $\hat{y} = 41,7x^{1,317}$ $R^2 = 0,81$ |

У середньому за рік посівні площі соняшнику збільшувались на 200,43 тис. га для господарств усіх категорій, у тому числі для сільськогосподарських підприємств – на 170,90 тис. га, для домогосподарств – на 29,53 тис. га. Як і для олійних культур узагалі, коефіцієнт еластичності виробництва соняшнику за врожайністю вище для сільськогосподарських підприємств порівняно з домогосподарствами.

Ефективний розвиток агропромислового виробництва неможливий без впровадження сучасних технологій. У вітчизняному землеробстві дедалі ширше використовуються прогресивні технології мінімальної обробки ґрунту й точного землеробства: дистанційного зондування Землі (ДДЗ), глобального позиціонування (GPS), геоінформаційних систем і технологій (ГІС) та залучення безпілотних літальних апаратів.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ВТРАТ ВІД ЗАБРУДНЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬ

В. Дмитрієва, к.і.н., доцент

Забруднення середовища є актуальною проблемою, про що можуть свідчити дані міжнародної організації Global Footprint Network, яка з метою прогнозування та зіставлення існуючих меж природних засобів до життя в умовах зміни клімату з потребами людства щороку визначає точку екологічного неповернення, відомого як Earth Overshoot Day. Дана організація оцінює загрозу дефіциту природних джерел до життя, що окрім росту населення, спричиняється знищенням природних ресурсів та накопиченням небезпечних речовин. Активні неконтрольовані процеси забруднення вплинули на зміну кліматичної системи: спричинили опустелювання та забруднення сільськогосподарських земель, зневоднення річок, накопичення шкідливих речовин в атмосфері, вимирання окремих видів тварин, зумовили суттєву зміну екосистеми. Організацією Об'єднаних Націй ініційована розробка системи процедур захисту кліматичної системи та адаптаційних заходів в умовах незворотних процесів для людства. До цієї ініціативи приєдналася Україна, яка в межах Рамкової конвенції ООН про зміну клімату, ратифікованої Верховною Радою України 29 жовтня 1996 р. [1], щороку формує спеціальні детальні звіти з даними емісії шкідливих речовин [2]. Окрім цього, Державна служба статистики України подає дані про обсяги: утворення, накопичення, утилізації, спалення і видалення в спеціально відведені місця відходів; витрат на охорону навколишнього середовища; використання свіжих та скидання забруднених вод; викидів шкідливих речовин у повітря.

Забруднення та нераціональне використання природних ресурсів має екологічний і економічний ефект. Для дослідження втрат внаслідок цієї проблеми застосовано економетричні методи. Виявлено, що при поводженні з побутовими та подібними відходами (ППВ) вітчизняним обліком не враховується щороку подальша доля приблизно від 30% до 45% зібраних відходів. Приблизно 42% від зібраного в Україні ППВ видаляється на звалища. Незначна частина використовується для компостування та спалення з метою отримання енергії. Зокрема, у 2018 р. у відношенні до обсягу зібраних ППВ (11857,2 тис. т): спалено з метою отримання енергії 205,5 тис. т (1,73%); утилізовано 16,7 тис. т (0,14%), з них 7,9 тис. т (0,07%) – компостовані відходи.

Світовим Банком до 2050 р. передбачено [3] накопичення твердих відходів в планетарних масштабах до рівня 3,40 біл т (70% від обсягу 2016 р., коли показник склав 2,01 біл т). В Україні, згідно даних офіційної статистики [2, с. 460-463], обсяг твердих відходів з 1900 по 2017 рр. зріс майже в 20 разів. Аналіз дозволив спрогнозувати на 2021 р. ріст в країні обсягу ППВ майже до 15000 тис т., що означає перетворення значних площ сільськогосподарських земель на непридатні до використання, а в перспективі зумовить втрату можливих врожаїв, недоотримання прибутків та зниження економічних показників розвитку.

Література:

1. Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату. Законодавство України: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_044
2. Ukraine's Greenhouse Gas Inventory 1990-2017. Annual National Inventory Report for Submission under the United Nations Framework Convention on Climate Change and the Kyoto Protocol. Kyiv, 2019. Ministry of Ecology and Natural Resources of Ukraine. URL: https://menr.gov.ua/files/docs/Zmina_klimaty/kadastr2017/Ukraine_NIR_2019_draft.pdf
3. Solid Waste Management. The World Bank: website. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/brief/solid-waste-management>

ІНФОРМАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ, ЯК СКЛАДОВОЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ЗВО

О. Карамушка, к.е.н., доцент

Дистанційне навчання представляє собою таку організацію освіти, що ґрунтується на використанні як кращих традиційних методів отримання знань, так і нових інформаційних та телекомунікаційних технологій, а також на принципах самоосвіти. Воно призначене для широких верств населення незалежно від матеріального забезпечення, місця проживання та стану здоров'я. Дистанційне навчання дає змогу впроваджувати інтерактивні технології викладання матеріалу, здобувати повноцінну вищу освіту або підвищувати кваліфікацію і має такі переваги, як гнучкість, актуальність, зручність, модульність, економічна ефективність, інтерактивність, відсутність географічних кордонів для здобуття освіти. На ринку платформ дистанційного навчання в Україні представлені наступні:

1. комерційні (Blackboard, Прометей, Dokeos);
2. Open source або вільно поширювальні (ATutor, DotLRN, ILIAS, LON-CAPA, Moodle, OpenUSS, Sakai, Spaggett iLearning).

Система Blackboard забезпечує єдине інтерактивне середовище для навчання, взаємодії, обміну інформацією між студентами і викладачами та тьюторами ЗВО. Система дозволяє управляти віртуальним навчальним середовищем, створювати електронні освітні ресурси, забезпечувати віддалений доступ до освітніх ресурсів навчального закладу, здійснювати контроль освітнього процесу, надавати платформи для курсів дистанційного навчання, накопичувати, структурувати, керувати доступом, поповнювати освітню базу, а також надавати засоби комунікації та інформування.

ATutor є веб-орієнтованою системою керування навчанням (Learning Management System, LMS). Програмний продукт є простим у встановленні, налаштуванні та підтримці для системних адміністраторів; викладачі (інструктори) можуть досить легко створювати та переносити навчальні

матеріали та запускати свої онлайн-курси. А оскільки система є модульна, тобто складається з окремих функціональних одиниць – модулів, то вона відкрита для модернізації і розширення функціональних можливостей.

Moodle (модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище), яке може використовуватися як платформа для електронного, в тому числі дистанційного навчання. Moodle – це безкоштовна, відкрита (Open Source) система управління навчанням. Вона реалізує філософію «педагогіки соціального конструктивізму» та орієнтована насамперед на організацію взаємодії між викладачем та учнями, хоча підходить і для організації традиційних дистанційних курсів, а також підтримки очного навчання. Moodle забезпечує розробника навчального ресурсу великою кількістю інструментів, які надають можливість співпрацювати на рівнях студент – студент, студент – викладач, викладач – студент в мережному варіанті, або студент – система керування курсом, система керування курсом – студент в оф-лайн режимі роботи. При підготовці та проведенні занять на платформі Moodle викладач може використовувати її можливості, за допомогою яких організовує вивчення матеріалу таким чином, щоб форми навчання відповідали цілям та задачам конкретних занять.

Дистанційне навчання може бути ефективним і досягне рівня аудиторного навчання лише за умови, якщо його методична і технологічна складові відповідатимуть його завданням, а також відбуватиметься вчасний зворотний зв'язок між викладачем та студентом. Успішне впровадження дистанційного навчання спирається на послідовну, комплексну і кропітку працю студентів, викладачів, кураторів, обслуговуючого персоналу та керівництва навчального закладу.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ СТОХАСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ПРИ РІШЕННІ ЗАВДАНЬ АГРАРІЇВ

С. Нужна, к.е.н., доцент

Наукове обґрунтування пріоритетів розвитку сільського господарства, як елемента внутрішньої та зовнішньої економічної політики неможливе без побудови економіко-математичних моделей і реалізації їх засобами інформаційних технологій, що дозволяє розробити та проаналізувати варіанти розвитку аграрної галузі. Економічна ситуація, що невинно змінюється, вимагає від управлінців системного бачення майбутнього, розуміння процесів, які відбуваються в аграрній сфері.

Загальновідомо, що економічні системи функціонують і розвиваються в умовах невизначеності. Це треба враховувати при моделюванні. Фактичні значення можуть суттєво відрізнятись від тих, які були взяті за основу у побудові математичних моделей і визначенні оптимальних планів, що породжує ризик прийнятих рішень. Невизначеність може бути різного рівня залежно від того, яку інформацію маємо про досліджуваний процес чи явище.

Виділяють шість інформаційних ситуацій. Перша інформаційна ситуація характеризується заданим розподілом відповідних параметрів. У таких випадках для прийняття рішень використовують методи стохастичного програмування, суть яких полягає в тому, при знаходженні оптимального рішення $X=(x_1, x_2, \dots, x_n)$, яке визначається для керованих змінних, необхідно враховувати також вплив ряду випадкових параметрів $\theta = (\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_n)$, регулювати якими немає можливості. Наприклад, плануючи діяльність сільськогосподарських підприємств, маємо можливість встановлювати площі посівів сільськогосподарських культур, рівні внесення добрив, поголів'я тварин (керовані змінні), але кінцевий результат діяльності значною мірою залежить також від погодних умов, податкової та кредитної політики та ін. (некеровані змінні). Умовні екстремальні задачі, в яких параметри умов або складові розв'язку — це випадкові величини, є предметом стохастичного програмування. Отже, якщо в загальному вигляді оптимізаційна модель задачі має вид:

$$F = f(x) \Rightarrow \max(\min), \\ q_i(x) \leq 0 (i = \overline{1, m}), \\ x \geq 0$$

У випадку задачі стохастичного програмування крім параметрів X необхідно враховувати випадкові величини $\theta = (\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_n)$. І тоді модель задачі буде мати вид:

$$F = f(x, \theta) \Rightarrow \max(\min), \\ q_i(x, \theta) \leq 0 (i = \overline{1, m}), \text{ де } \Omega - \text{множина подій } \theta. \\ x \geq 0, \theta \in \Omega$$

Залежно від можливості здобути та врахувати інформацію про детермінованості (стохастичності) функцій $f(x, \theta)$, $q(x, \theta)$ і задачі, постановки задач стохастичного програмування можуть містити:

- а) стохастичні коефіцієнти цільової функції та детерміновані обмеження;
- б) детерміновані коефіцієнти цільової функції та стохастичні вільні члени і коефіцієнти системи обмежень;
- в) стохастичні коефіцієнти цільової функції, вільні члени і коефіцієнти системи обмежень.

Конкретні постановки задач стохастичного програмування мають свою специфіку.

Отже, сьогодні український аграрний сектор знаходиться на роздоріжжі економічного розвитку, маючи перед собою цілу низку варіантів вибору. І тому, саме економіко-математичні моделі стохастичного програмування можуть бути важливим інструментом менеджерів аграрної сфери для передбачення можливих наслідків будь-яких здійснених заходів.

ОНЛАЙН СЕРВІСИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

І. Шрамко, старший викладач

В перспективі розвитку аграрного сектору України невідворотним є процес переведення більшості бізнес процесів в онлайн режимі. Це дозволить використовувати дані, що розміщені на віддалених серверах або в «хмарі» в будь-який час з будь-якого місця, використовувати мобільні додатки. При використанні веб-сервісів, для ведення бухгалтерського обліку, аграрії зможуть користуватися найновішими версіями програмного забезпечення без будь-яких додаткових затрат. Захист інформації, що зберігається в «хмарі», забезпечується розробниками з можливістю відновлення її з резерву. Створення автоматизованих електронних звітів дозволить користувачам вилучити можливість допущення помилок при їх формуванні та спростити процедуру надання звітної документації стороннім організаціям. Одна з головних переваг використання онлайн-бухгалтерії в аграрному виробництві України – це зниження витрат, що особливо актуально для малого та середнього бізнесу.

Використання сучасних інформаційних технологій для управління аграрним бізнесом в Україні стає все популярнішим. Але на ринку України представлено недостатньо широкий вибір сервісів онлайн-бухгалтерії. Одним із перших сервісів в Україні для створення і подання електронної звітності став продукт iFin. Він дозволяє вести повноцінний електронний документообіг з партнерами, автоматизувати розрахунок заробітної плати та інших витрат на персонал.

Сервіс Taxer.ua орієнтований не тільки на бухгалтерів а і на фізичних осіб-підприємців, що ведуть облік самостійно. Даний продукт дає можливість відправляти звіти до податкової та пенсійної служб, використовувати майстер для формування первинних документів, автоматично розраховувати різницю курсів валют, завантажувати власні шаблони документів та інше. Також Taxer.ua містить базу знань юридичних питань, що дозволить безкоштовно отримати відповідну консультацію.

Програмний комплекс MoneyPenny.me можна застосовувати для автоматизації управління аграрним бізнесом та ведення діловодства. Особливістю цього продукту є можливість виставлення рахунків-фактур. Всі дані зберігаються у «хмарі» та за допомогою мобільного додатку будуть завжди доступні. Приємним бонусом є доступна локалізація інтерфейсу українською мовою.

Онлайн бухгалтерія «Де Гроші» може застосовуватися фермерськими господарствами України. Вона дозволить вести бухгалтерський та управлінський облік, виставляти рахунки, роздруковувати книгу обліку доходів та витрат, формувати квартальні звіти.

Хмарний сервіс 1С:Підприємство представлений, для аграрних виробників України, двома продуктами – «1С: Управління невеликою фірмою для України» та «1С: Бухгалтерія 2.0 для України». Для розширення

можливостей управління аграрним підприємством та ведення бухгалтерського обліку існує інтеграція з «Приват24 для бізнесу». В сфері бухгалтерських операцій він надає наступні можливості: забезпечити цілодобовий доступ до рахунків та контроль за їх станом, проводити операції з обміну валют, створювати електронні звіти та надсилати їх до державних органів.

Обов'язковою умовою використання цих сервісів є наявність електронного цифрового підпису. В цілому використання онлайн сервісів для автоматизації ведення обліку, аграрними підприємствами України, дозволить максимально спростити процедуру ведення обліку, оптимізувати виробництво, поліпшити планування та можуть навіть мінімізувати втрати врожаю.

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Л. Катан, д. е. н., професор

Фінансова політика сільськогосподарського підприємства є основою ефективної системи управління його фінансами, яке забезпечує досягнення стратегічних та тактичних цілей його діяльності, що відображаються в максимізації прибутку, забезпеченню його фінансової стійкості, інвестиційної привабливості тощо. Фінансова політика підприємства поділяється на політику управління активами, капіталом, інвестиціями, грошовими потоками, фінансовими ризиками, політику антикризового фінансового управління. При цьому, такої складової як, наприклад, політики фінансового забезпечення підприємства серед напрямків фінансової політики не відокремлено. Отже, дослідження економічної сутності фінансового забезпечення сільськогосподарського підприємств є доцільним і своєчасним.

Аналіз поглядів вітчизняних і зарубіжних науковців, формулювань, наведених у нормативно-правових актах України, економічних словниках, вказує на існування широкого спектра визначень, які сутність категорії «фінансове забезпечення». Відомий західний економіст Шарль Бланкарт зазначав, що суб'єкти господарської діяльності приймають рішення і діють, орієнтуючись передусім на максимізацію власної вигоди [1]. У цьому випадку йдеться про те, що репрезентативний дорослий індивід завжди орієнтований на максималізацію власної вигоди.

М. Л. Лишанський відмічає, що без стабільного й ефективного фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств неможливо досягнути високих фінансових результатів, проведення інтеграційних процесів у галузі[2]. Крім цього, автор зазначає, що механізм фінансового забезпечення не є раз і назавжди застиглим явищем, він має постійно вдосконалюватися. Особливого значення це твердження набуває в умовах фінансової кризи та

подолання її наслідків, коли більшість джерел фінансових ресурсів для підприємств стали недоступними. Це стосується призупинення кредитування та навіть замороження власних депозитних рахунків підприємств у деяких вітчизняних та іноземних банках, а також обмежених можливостей щодо ефективного розміщення первинної або додаткової емісії акцій, облігацій суб'єктів господарювання на фондових ринках в існуючих умовах розвитку світової економіки.

Деякі економісти безпосередньо пов'язують фінансове забезпечення підприємства та його ефективність з такою категорією, як «сільська фінансова система». Вони відносять до групи постійних кредиторів не лише комерційні банки, але і небанківські фінансово-кредитні установи, кредитні спілки, кооперативні банки, кредиторів, які позичають свої приватні кошти, ломбарди, що також можуть надавати фінансові послуги малим і середнім підприємствам та господарствам населення у сільській місцевості. До цієї системи належать і підприємства з постачання матеріально-технічних ресурсів та переробні підприємства. Всі ці інституції співіснують у багатьох країнах та надають послуги, які задовольняють вимоги клієнтів [3].

Цікавим є визначення фінансового забезпечення сільськогосподарського підприємства наведеного О. С. Філімоненком, в якому автор наголошує, що підприємства, які працюють в умовах ринкових відносин, несуть повну відповідальність за своїми зобов'язаннями перед ланками фінансово-кредитної системи, постачальниками, своїми працівниками, а також за результатами своєї виробничо-фінансової діяльності [4]

Таким чином, фінансове забезпечення сільськогосподарського підприємства характеризує такий стан фінансових ресурсів, за якого підприємство може маневрувати грошовими коштами для забезпечення безперервного процесу фінансово-господарської діяльності, а також оновлення та розширення його фондів, тобто задовольняє потреби підприємства відповідно до стратегії його розвитку. У визначенні цього поняття ми не вказуємо джерела фінансового забезпечення, головне – наповнення фінансовими ресурсами, які б задовольняли потреби підприємства, підтримували його фінансову стійкість та здатність вести розширене відтворення.

Література:

1. Бланкарт Шарль. Державні фінанси в умовах демократії. Вступ до фінансової науки / Шарль Бланкарт ; пер з нім. С. І. Терещенко та О. О. Терещенко ; передм. та наук. ред. В. М. Федосова. – К.: Либідь, 2000. – С. 22.
2. Лишанський М. Л. Финансовые рычаги выравнивания экономических условий воспроизводства. – М. : .Россельхозиздат, 1991. – 345 с.
3. Політика і розвиток сільського господарства в Україні / за ред.. Стефана фон Крамона-Таудабея, С. Зорі, Л. Штріве. – К.: Альфа-Принт, 2010. – 245 с.
4. Філімоненко О. С. Фінанси підприємств : навч. посіб. /О. Філімоненко. – К.: Ульга, Ніка-Центр, 2008. – С. 295.

ХАРАКТЕРИСТИКА ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ТА ЗАВДАННЯ ЇХ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ

О. Олійник, к.е.н., доцент

Грошовий оборот підприємства складається з руху грошових коштів в результаті виконання різних господарських операцій, які становлять операційну, інвестиційну та фінансову діяльність. Операційна діяльність пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції і забезпечує основний потік грошових коштів. Інвестиційна – включає надходження і використання коштів, пов'язаних з купівлею і продажем довгострокових активів, капітальних вкладень, а також доходи від інвестицій. За сприятливої для підприємства економічної ситуації, воно прагне до розширення і оновлення виробництва, що в цілому призводить до тимчасового відтоку грошових коштів за цим видом діяльності.

Фінансова діяльність – це операції з короткострокового фінансування, кредити і позики, реалізація та погашення фінансових інструментів. Грошові потоки, створювані поточною діяльністю, частково можуть бути спрямовані в інвестиційну (купівля основних засобів) або фінансову (виплату дивідендів, погашення кредитів і позик). Буває і навпаки, коли поточна діяльність підтримується за рахунок фінансової та інвестиційної. Цим забезпечується виживання багатьох підприємств в нестабільних економічних умовах [1].

Звідси грошовий потік формується як різниця між усіма надходженнями і виплатами (резерв готівки), позитивне його значення вказує на платоспроможність підприємства. Зіставлення припливів і відтоків дозволяє визначити фінансовий результат за кожним видом діяльності. Проте загальне збільшення грошових коштів за період зовсім не означає поліпшення фінансового стану підприємства – все залежить від того, на які потреби були і будуть в подальшому витрачені кошти.

Виходячи з вищенаведеного, окреслюються завдання аналізу грошових потоків в цілях їх управління:

1. Виявлення рівня достатності грошових коштів необхідних для нормального функціонування підприємства.
2. Визначення ефективності використання грошових коштів в операційній, фінансовій та інвестиційній діяльності.
3. Вивчення факторів припливу і відтоку грошових коштів.

Основною метою управління рухом грошових коштів є отримання інформації про надходження та вибуття грошових коштів та грошових еквівалентів підприємства протягом звітного періоду, в тому числі в розрізі поточної, інвестиційної та фінансової діяльності. Така інформація необхідна для оцінки обсягів грошового обороту підприємства, перспективної його можливості створювати позитивні грошові потоки (перевищення припливу над відпливом) та здатність дотримувати свої зобов'язання за розрахунками. Намагання підприємства створювати достатню кількість грошових коштів становить його майбутню можливість ефективного фінансування та втілення

інвестиційних проєктів, тобто все залежить від того, на які потреби будуть в подальшому витрачені кошти.

Таким чином, на основі ефективної організації грошових потоків, підприємство забезпечує розробку адаптивної системи прийняття фінансових рішень, як послідовність реагування на зміни вихідних умов які можуть впливати на темпи стратегічного розвитку і рівень фінансової стабільності. Концептуальною основою прийняття управлінських рішень, в рамках цього завдання, є проведення аналізу з ефективного попиту підприємства на кошти.

ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ ЯК ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА

*Л. Катан, д.е.н., професор
Д. Павлова, магістр*

В сучасних умовах під впливом процесів фінансової глобалізації все більшу увагу на фінансову функцію глобального міста стала звертати фінансова наука. Ця функція глобального міста втілилася тут в понятті «міжнародний фінансовий центр» (МФЦ). З одного боку, МФЦ розглядається як частина міжнародного фінансового ринку у вигляді фінансового посередника. З іншого боку, макроекономіка ставить важливе питання про вплив МФЦ на розвиток національної економіки, внесок в економічне зростання.

Важлива тенденція розвитку світової економіки на сучасному етапі – загострилося прагнення держав по всьому світу перетворити свої столиці або великі міста в конкурентоспроможний міжнародний фінансовий центр для залучення прямих іноземних інвестицій, талантів і провідних компаній з усього світу. Однак, серед дослідників немає єдиної думки при визначенні поняття і ключових характеристик міжнародних фінансових центрів.

У 1974 р в одній з перших наукових робіт, присвячених міжнародним фінансовим центрам, Ч.Кіндлебергер відзначав, що питання розвитку МФЦ виявилися «між двох стільців» [1]. З одного боку, МФЦ розглядається в фінансовій науці як важливий майданчик фінансового посередництва, місце трансформації фінансового капіталу з заощаджень в інвестиції у відриві від розгляду місця розташування центру. З іншого боку, фахівці в області урбаністики, соціології та географії вважають, що МФЦ – це глобальне місто, де створені сприятливі умови для розміщення капіталу інвесторами з усього світу. Фінансова функція глобального міста, таким чином, визначає статус міста як фінансового центру. У зв'язку з цим, виникають питання про співвідношення понять «міжнародний фінансовий центр» і «глобальне місто» і про можливість синтетичного визначення МФЦ на межі предметних областей економіки, соціології, географії та урбаністики.

Термін «глобальне місто» було вжите економістом та соціологом С. Сассен у праці «Глобальне місто: Лондон, Нью-Йорк, Токіо» [2]. С. Сассен у своєму підході підкреслює, що міста є головними вузлами у взаємозалежних системах інформації і грошей. На її думку, глобальні міста – це стратегічні

центри концентрації господарської діяльності, управління транскордонними фінансовими потоками та надання високотехнологічних послуг.

На основі досліджень С. Сассен Дж. Біверсток, Р. Сміт і П. Тейлор запропонували власне визначення глобального міста, під яким вони розуміють особливі постіндустріальні виробничі території, де інновації разом із послугами й фінансами є невід'ємною частиною недавньої реструктуризації світової економіки, нині широко відомої як глобалізація [3].

Великі міста беруть на себе адміністративні і інтелектуальні функції, стають центрами освіти, розвитку інновацій та технологій. Для ефективної реалізації цих напрямків необхідний вільний доступ до фінансового ринку, який забезпечує процес перетікання грошових коштів від власника до позичальника. Таким чином, місто набуває додаткову функцію і стає майданчиком фінансового посередництва, тобто виступає в ролі фінансового центру.

На нашу думку, міжнародні фінансові центри – це міста з розвинутим кластером фінансового осередництва, де зосереджені банки, фінансові та страхові компанії, представництва бірж, інвестиційних та хеджфондів, тощо.

Науковці І.К. Ключников, О.А. Молчанов, пропонують розглядати міжнародний фінансовий центр як діючий міжнародний ринковий механізм, який служить засобом управління міжнародними фінансовими потоками, які, своєю чергою, являють собою грошові потоки, які обслуговують товарний оборот і міжнародний рух капіталів [4].

Н.М. Ухналь розглядає міжнародні фінансові центри як сукупність інформаційно-аналітичних та організаційно-управлінських комплексів, що володіють значним фінансовим потенціалом [5].

З. Луцишин ототожнює міжнародні фінансові центри зі світовими фінансовими центрами, і визначає їх як е потужний генератор розподілу та переливу капіталу як національних економік так і міжнародної [6].

Таким чином, огляд підходів до визначення поняття «міжнародний фінансовий центр», характерний для фінансової науки, дозволяє зробити висновок, що МФЦ розглядається в ній як майданчик зосередження глобальних фінансових інститутів, більшою мірою з позиції фінансових посередників, без уваги до просторового розташування центрів.

Література:

1. Kindleberger Ch.P. The Formation of Financial Centers: A Study in Comparative Economic History. Princeton Studies in International Finance, no.36. New Jersey, 1974. - 85 p.

2. Sassen S. Global city: New-York, London, Tokyo / Saskia Sassen. - Princeton, N. J. : Princeton university, 1991. – 446 p.

3. Beaverstock J. V. A Roster of World Cities / J. V. Beaverstock, R. G. Smith, P. J. Taylor // Cities. - 1999. - 16 (6). - Pp. 445- 458.

4. Ключников И. К. Финансовые центры: теория и механизмы развития / И. К. Ключников, О. А. Молчанова, О. И. Ключников. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 330 с.

5. Ухналь Н.М. Особливості розвитку міжнародних фінансових центрів в умовах глобалізації фінансової системи / Н.М. Ухналь // Наукові праці НДФІ. – 2015. – № 2(71). – С. 17–32.

6. Луцишин З. О. Світові фінансові центри у глобальній фінансовій архітектурі /З. О. Луцишин// Світ фінансів. – 2006. – Випуск 3 (8). – С. 38-59.

ПОДАТОК НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Л. Бровко, к.е.н., доцент

А. Сірко, асистент

Г. Хасанова, студентка групи ФБС-1-17

Актуальність досліджуваної теми полягає в тому, що законодавство про податок на доходи фізичних осіб змінюється, вдосконалюється та являється основним джерелом податкових надходжень місцевих бюджетів та засобом державного регулювання економіки країни.

Податок на доходи фізичних осіб стягується безпосередньо з доходів громадян. В економічно розвинутих країнах він відіграє суттєву роль у формуванні доходів бюджету. З 2011 року ставки податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) визначаються в IV-му розділі Податкового кодексу України (ПКУ). Зазначу, що для переважної більшості співгромадян та в переважній більшості випадків ставка ПДФО (або, як його ще називають, прибуткового податку), з 2016 року становить 18% [2].

До переваг цього податку відносять його соціальну справедливість, оскільки він ставить рівень оподаткування в пряму залежність від обсягу доходу платників. Крім того, за допомогою прогресивних ставок і пільг в оподаткуванні можна зменшувати податковий тягар для малозабезпечених верств населення і посилювати для осіб з високими доходами. З фіскальної точки зору цей податок є нестабільним джерелом формування доходів бюджету, оскільки циклічні коливання економіки істотно впливають на базу оподаткування цим податком – доходи фізичних осіб [3].

Недоліком цього податку є також значні можливості для платників в заниженні оподаткованого доходу і в ухиленні від сплати податку. Особливо це стосується оподаткування доходів від підприємницької діяльності. Місце та роль податку у податковій системі, як правило, пов'язують з його перевагами. Останні вбачаються в такому:

- податок на доходи фізичних осіб дозволяє обкладати платника відповідно до його платоспроможності;
- є однією з найбільш досконалих форм оподаткування, оскільки охоплює чистий дохід суспільства - основне джерело, з якого повинні сплачуватися податки;
- забезпечує взаємозв'язок між податками і суспільними благами, що отримує індивід від держави, попит на які, як і сума податкових платежів, залежить від величини індивідуального доходу.

Необхідність податку на доходи фізичних осіб обумовлена:

1. Його фіскальним значенням. Це підтверджується тим, що частка прибуткового податку на доходи громадян у доходах зведеного бюджету з року в рік зростала.

2. Попередня система мала недоліки при оподаткуванні доходів фізичних осіб (доходи були обмежені за видатками, надавала можливість ухилятися від сплати податку).

3. Податок на доходи фізичних осіб виконують регулюючу та стимулюючу роль [2].

Сьогодні при формуванні механізму оподаткування доходів фізичних осіб виникає необхідність збалансування пріоритетів перерозподілу національного доходу для зменшення соціальної диференціації та стимулювання ділової активності й економічного зростання.

Для вирішення проблем, що стосуються оподаткування доходів фізичних осіб в Україні, врахувавши зарубіжний досвід, необхідно вжити такі заходи щодо збільшення прозорості та відкритості справляння ПДФО :

1. Підвищення рівня податкового контролю.
2. Розроблення механізму переходу доходів громадян до легальних із тіньової економіки.
3. Запровадження прогресивної шкали оподаткування доходів;
4. Підвищення рівня доходів фізичних осіб, шляхом створення додаткових робочих місць, інвестування економіки.

Література:

1. <http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/25982/1/Матвійчук.pdf>
2. <https://studfile.net/preview/5393128/>
3. https://uk.wikipedia.org/wiki/Податок_на_доходи_фізичних_осіб

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ РИЗИКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Ю. Масюк, к.е.н., професор

На нинішньому етапі розвитку України як ринкової держави існує одна із основних проблем – це забезпечення стабільного фінансового розвитку суб'єктів господарювання, що передусім пов'язано з управлінням ризиками фінансових установ. Чільне місце серед них займають фінансово-кредитні установи, зокрема банки. Незадовільний фінансовий стан комерційних банків створює потенційну загрозу економічній безпеці держави. Це зумовлено як їх неготовністю надавати довгострокові кредити, так і нестійкістю функціонування підприємств, відсутністю структурних перетворень в економіці, а, отже, високими ризиками. Залежно від виду здійснюваних операцій банківській діяльності притаманні різноманітні види фінансово-кредитних ризиків.

Законодавством України передбачено три види страхування фінансово-кредитних ризиків: страхування кредитів; страхування відповідальності позичальника за непогашення кредиту; страхування виданих гарантій (порук)

та прийнятих гарантій.

Міжнародна практика використовує значно більше видів страхування кредитних ризиків: страхування товарних кредитів, страхування; фінансових (грошових кредитів); страхування нерухомих об'єктів і предметів іпотеки; переданих у заставу, тощо.

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. Плідна співпраця страховиків із банківськими установами та постійними клієнтами дає змогу усвідомити необхідність та позитивність впровадження цього виду страхування. Сьогодні найрозвинутішою у страхуванні фінансових ризиків є окрема галузь споживчого кредитування (майже половина договорів зі страхування фінансових ризиків припадає на страхування ризиків споживчого кредитування). У страхуванні споживчих кредитів присутні всі вимоги, які зазвичай ставляться страховиками до клієнтів: застава (придбане майно), обмежена страхова сума (як правило, однорідні прогнозовані суми). Страховики із задоволенням на це йдуть ще й тому, що поряд зі страхуванням фінансових зобов'язань по споживчих кредитах, згідно із Законом України «Про заставу», страхується і придбане майно, зокрема автомобіль, квартира чи побутова техніка. Страхування товарного кредитування також користується великим попитом. У цьому випадку страхова компанія гарантує виплату коштів за товари у зазначений термін. Багато звернень (і з кожним роком їх стає дедалі більше) надходить щодо страхування фінансових ризиків, пов'язаних з інвестиційною діяльністю. Дуже часто підприємці демонструють свій бізнес-план, проте не мають ліквідної застави для залучення коштів під його реалізацію. Страховий поліс для них – єдиний шанс отримати в банку кредит. Активно розвивається галузь страхування, пов'язана з пластиковими картками. Це мало не єдиний випадок, коли мова йде про чистий фінансовий ризик, і застава тут не потрібна. Страхують від несанкціонованого використання пластикових карток, їх викрадення. Також активно розвивається страхування овердрафту – різновиду кредитного ризику.

Література.

1. Олійник О.О. Грошові і фінансові потоки в системі бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту / О.О. Олійник // Вісник ДДФЕІ. – 2003. – № 1 (9). – С. 105–108.

ПРЕВЕНТИВНЕ АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*А. Олійник, к.е.н., ст. викладач
Полтавська державна аграрна академія*

Високий рівень конкуренції господарюючих суб'єктів в аграрній сфері економіки, невизначеність чинників мікро- та макросередовища, непередбачуваність кризових ситуацій, обумовлюють необхідність дослідження і пошуку універсальних заходів превентивного управління із запобіганням кризових проявів. Практика господарювання свідчить про те, що причини виникнення кризових ситуацій в аграрних підприємствах формуються раніше їх фактичного прояву, а це багато в чому ускладнює своєчасне їх діагностування в умовах відсутності системи превентивного антикризового управління.

Превентивне антикризове управління ґрунтується на використанні інструментально-методичних засобів своєчасного виявлення та діагностики змін, що відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищах. У зв'язку з цим превентивне антикризове управління в системі менеджменту аграрного підприємства являє собою управлінський вплив, при якому виникненню певного кризового явища випереджали б формування і розробка системи адекватної йому протидії. Основним напрямком превентивного антикризового управління є проведення процедур направлених на зростання вартості, зміцнення фінансової гнучкості і мобільності та нарощування фінансових резервів аграрного підприємства.

Для оцінки результативності прогнозування кризових явищ, визначення методів превентивного антикризового управління в практичній діяльності, використовуються різні методики розрахунку коефіцієнтів ліквідності, забезпеченості власних коштів, відновлення платоспроможності (моделі Е. Альтмана, У. Бівера, Ф. Лиса, Г. Спрінґейта, Р. Тафлера) [1]. Дані економічні показники мають нормативне значення, які разом з неформалізованими (якісними) методами економічного аналізу вимагають застосування коригувальних коефіцієнтів збалансованості структури оборотних активів, ліквідності статутного і додаткового капіталів в залежності від очікуваних результатів і ситуації.

В цілому діагностика економічних показників передбачає аналіз фінансових показників і подальшу їх інтерпретацію в рамках превентивних заходів. Превентивні заходи включають в себе профілактику неплатоспроможності та запобігання порушення справи про банкрутство (реабілітаційні, ліквідаційні процедури). Для своєчасного вжиття заходів в системі менеджменту, керівництво повинно мати у своєму розпорядженні достатній обсяг інформації про фінансово-економічний стан аграрного підприємства в рамках розробки і здійснення антикризового моніторингу та регулювання, що включає наступні етапи:

- 1) оцінка факторів-індикаторів негативних подій і обставин;
- 2) визначення фінансових показників, аналіз даних про негативні події,

їх оцінка і ранжування;

3) розробка заходів щодо запобігання банкрутству.

Таким чином, діагностика ризиків аграрного підприємства передбачає аналіз результатів його операційної діяльності, аналіз фінансово-економічного стану, аналіз зовнішніх та внутрішніх ризико утворюючих чинників, що спонукатиме до підвищення його системи менеджменту та управлінського впливу на діяльність підприємства.

Література.

1. Гаврилко Т.О. Управління діяльністю підприємства в умовах кризи / Т.О. Гаврилко, Д.О. Лабунський // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2010. – № 26 – С. 1–8.

ДЕРЖАВНИЙ БЮДЖЕТ УКРАЇНИ

Л. Бровко, к.е.н., доцент

А. Сірко, асистент

Л. Соколова, студентка групи ФБС-1-17

Бюджет є основним засобом впливу на стан економіки. Розміри бюджету (а особливо його дефіциту), характер податкової політики і структура видатків допомагають визначити темпи економічного розвитку, тенденції зміни зайнятості, процентні ставки та цінові зміни. Важливою для дослідження є думка, що сутність бюджету як економічної категорії реалізується через розподільну і контрольну функції [1].

Ми вважаємо, що зростання рівня життя населення пов'язане з процесом тісного взаємозв'язку: чим ефективніше реалізуються основні постулати соціального захисту в бюджетній політиці – тим вищий рівень життя населення країни. Цей процес можна охарактеризувати такими основними функціями: акумуляційною, розподільною (перерозподільною) та контрольною.

Зміст розподільної функції бюджету визначається процесами перерозподілу фінансових ресурсів між різними підрозділами суспільного виробництва. В основному, бюджет відображає вторинний перерозподіл, тобто після первинного розподілу валового внутрішнього продукту на основні його складові здійснюється вторинний перерозподіл за допомогою податків і надання за рахунок бюджету громадянам суспільних благ.

Стабілізаційна функція враховує необхідність у забезпеченні стабільного економічного розвитку, тобто у результаті реалізації бюджетної політики в Україні мають бути створені економічні передумови для підвищення таких основних складових рівня життя населення, як зайнятість, рівень трудових доходів, обсяг фінансового забезпечення соціальних статей Державного бюджету України.

У свою чергу, контрольна функція дає змогу дізнатися, наскільки своєчасно і повно фінансові ресурси надходять у розпорядження держави, як фактично складаються пропорції в розподілі бюджетних коштів, чи ефективно вони використовуються. Основу контрольної функції становить рух бюджетних

ресурсів, який відображається у відповідних показниках бюджетних надходжень і видатків.

Кошти, які надходять у повне розпорядження держави і визначають її фінансовий потенціал, то, з іншого – у цьому документі зосереджені грошові фонди суспільного користування, які перебувають не так у власності, як у розпорядженні органів державної влади [3].

Офіційна бюджетна класифікація являє собою систематизоване згрупування доходів і видатків та фінансування бюджету, які затверджують відповідні уповноважені органи. В її основу кладуть ті ознаки, що мають визначну роль у бюджетному процесі [2].

Таким чином, у бюджеті відображаються фінансові взаємини держави з платниками податкових і неподаткових платежів до бюджету та одержувачами бюджетних коштів, тобто взаємовідносини держави з населенням та господарюючими суб'єктами з приводу формування та витрачання бюджетних коштів.

Література:

1. Бюджетний менеджмент : підруч. / [Федосов В., Опарін В., Сафонова Л. та ін.] ; за заг. ред. В. Федосова. – К. : КНЕУ, 2004. – 864 с.

2. Ганіч А. Є. Суть державного бюджету та його вплив на соціально-економічний розвиток України / А. Є. Ганіч // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 180–184.

3. Пасічник Ю. В. Бюджетна система України та зарубіжних країн : навч. посібн. / Пасічник Ю. В. – 2-ге вид., [перероб. і доп.]. – К. : Знання-Прес, 2003. – С. 278, 448–451.

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Ю. Якубенко, к.е.н., доцент

Інвестиційне кредитування суб'єктів господарювання і громадян – одна з вагових функцій банків як спеціалізованих кредитних установ. У сучасних умовах необхідно навчитися правильно і ефективно використовувати банківський інвестиційний кредит в інтересах розвитку національної економіки України.

Банківський інвестиційний кредит мають право надавати як спеціалізовані – інвестиційні, інноваційні та іпотечні, так і універсальні – комерційні банки.

Однак коло завдань, що постають перед ними при інвестиційному кредитуванні, однакове:

1) розробка і реалізація комплексу заходів щодо кредитування інвестиційних проектів:

а) запозичення коштів для інвестиційного кредитування на фінансових ринках капіталів іноземних і вітчизняних банків, міжнародних фінансових організацій, суб'єктів підприємницької діяльності та приватних осіб;

б) експертна оцінка інвестиційних проектів, розробка методів і критеріїв відбору об'єктів кредитування;

в) розробка разом із позичальником та інвестором фінансових умов здійснення проектів і вибір оптимальних форм кредитування;

г) розробка механізмів контролю та самостійне здійснення контрольних функцій щодо раціонального та цільового використання позичок;

2) співпраця з міжнародними організаціями, урядовими та неурядовими організаціями іноземних держав, іноземними інвесторами з питань організації інвестиційного кредитування;

3) розробка і здійснення комплексу заходів з організації та реалізації схем кредитування, в яких банк є основним менеджером (агентом) або кредитором.

Організаційний аспект процесу банківського кредитування інвестиційних проектів ґрунтується на загальновідомих принципах кредитування, до яких належать: строковість, цільовий характер, платність і забезпеченість. Проте вони мають певні особливості, які відрізняють банківський інвестиційний кредит від інших видів банківського кредиту.

Специфікою є те, що кредити на технічне переозброєння та розширення діючих підприємств надаються в межах нормативних строків будівництва, опанування та окупності об'єкта. Конкретний термін повернення інвестиційної позички залежить від форми кредитування, окупності витрат, платоспроможності та фінансового стану позичальника, кредитного та проектного ризику тощо.

На сьогодні в Україні термін інвестиційного кредиту залежить від ряду факторів:

- цільового призначення кредиту;
- «довжини» кредитних ресурсів;
- співвідношення попиту та пропозиції аналогічних кредитів;
- розміру інвестиційного проекту;
- рівня інфляції;

- вітчизняного законодавства та традиційної практики інвестиційного кредитування. Проте, в будь-якому випадку він не може бути коротшим, ніж строк окупності інвестицій.

У процесі кредитування підприємств банк вимагає не тільки своєчасно повернути позичку, а й сплатити відповідний відсоток за користування нею. Таким чином, обов'язковим є принцип платності.

Рівень ставок за інвестиційними кредитами, що встановлюється комерційними банками, залежить від процента за депозитом, строку користування позичкою і від ступеня ризику, що виникає у зв'язку з кредитною операцією.

Сума процентів, яку належить виплатити за період користування таким кредитом, може бути утримана одночасно або частинами, а також виплачена боржником у міру їх нарахування в терміни, передбачені кредитним договором.

Основними об'єктами при інвестиційному кредитуванні є капітальні витрати на відтворення основних та оборотних фондів підприємства. Перевага

надається заходам щодо створення, освоєння і впровадження принципово нових видів обладнання, устаткування, товарів народного споживання, що користуються попитом.

Специфікою інвестиційного кредиту є те, що, по-перше, він не може бути бланковим (незабезпеченим); і по-друге, банки вимагають від підприємств, компаній або організацій забезпечення інвестиційного кредиту реальними активами проекту, до яких можуть належати лише: застава на нерухоме майно (земля, механізми, будови) та застава на рухоме майно (обладнання та інші виробничі активи). Усі інші види забезпечення можуть бути прийняті банком лише як додаткові.

Крім основних принципів організації банківського інвестиційного кредитування вирізняють і особливі принципи, які визначають специфіку інвестиційного кредитування:

- обґрунтування життєдіяльності об'єкта кредитування;
- участь у реалізації інвестиційного проекту кваліфікованих та надійних партнерів;
- облік і розподіл усіх ризиків проекту (мати на увазі, що кредитний ризик вище інвестиційного ризику);
- урегулювання правових аспектів і розробка конкретних скоригованих дій реалізації інвестиційного кредитування.

Отже, дотримання цих принципів – необхідна умова успішної реалізації банківського інвестиційного кредитування підприємств.

ІНТЕГРАЦІЙНІ СИСТЕМИ МЕТОДІВ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

*Є. Олійник, к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Теорія і практика сучасного аграрного менеджменту висуває безліч причин для пояснення необхідності інтеграції як самих сільськогосподарських підприємств, так і методів та інструментів управління ними. На сьогодні її слід вже швидше розуміти як окремий вид діяльності, або навіть загальну функцію менеджменту, оскільки саме інтеграція як діяльність, як функція менеджменту, постійно необхідна всюди [1]:

- в процесі взаємодії суб'єкта управління з об'єктами (підсистемами і елементами різних рівнів) управління, причому як об'єктами внутрішньої, так і зовнішнього середовища;
- в процесі формування та практичної реалізації комплексу нових проектів і технологій, управлінських і технологічних процесів, системи методів, цілей і організаційних структур аграрного менеджменту;
- в процесі здійснення та координації безлічі видів аграрного менеджменту як самостійних функціональних аспектів сільськогосподарської діяльності (стратегічного і операційного, соціального і кадрового, інноваційного та фінансового менеджменту, виробничого та екологічного,

проектного та інвестиційного, менеджменту якості, управління майном і ризик-менеджменту та ін.).

До основних і частих причин інтеграції в залежності від факторів зовнішнього середовища відносять економічні, кон'юнктурні, інституційні, соціальні, регіональні [2]. Крім розглянутих вище факторів зовнішнього середовища, які впливають на причини інтеграції, існують також чинники внутрішнього середовища, які також мають певний вплив на мотиви інтеграції сучасної системи методів аграрного менеджменту сільськогосподарських підприємств, до яких швидше за все можна віднести організаційні, фінансові, інформаційні та культуру управління.

Звідси принципами інтегрованої системи інструментів і методів аграрного менеджменту повинні стати інтеграційне цілепокладання, комплексність, оптимальність, креативність, уніфікованість і єдність всіх форм інструментів, принцип інтегрованого цілого та адаптивність і паритетність. Питання про ступінь і склад використання тих чи інших композицій різних інструментів і методів інтеграції в аграрному менеджменті, залежить від конкретної ситуації в окремо взятому випадку і від рівня самої культури управління сільськогосподарським підприємством, кожного її елемента: культури процесів інформаційного та документаційного забезпечення, планування, контролю, мотивації, культури організації праці, культури поведінки персоналу, соціальної відповідальності та етики ділових відносин.

Таким чином, з огляду на те, що сам аграрний менеджмент – це управління діяльністю сільськогосподарського підприємства, яке використовує ринкові інструменти, вектором поступального розвитку агропромислового сектора в сучасних умовах стає інтеграція методів та інструментів всіх видів менеджменту, яка дозволить зберігати і формувати адекватний потенціал розвитку сільськогосподарських підприємств, стане джерелом пошуку, поповнення його ідеями та інноваціями, збільшення можливостей, створення достовірної бази для прийняття ефективних рішень.

Література.

1. Дем'яненко С.І. Аграрний менеджмент в системі агробізнесу / С.І. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2018. – № 12 – С. 42–50.
2. Чорний Г.М. Аспекти управлінської діяльності в теорії аграрного менеджменту / Г.М. Чорний, Я.С. Ларіна, І.А. Міщенко // Економіка АПК. – 2016. – № 3. – С. 80–87.

МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

А. Сірко, асистент

У господарській практиці фінанси малих підприємств здійснюють функції переважно через фінансовий механізм, під яким розуміється оформлена законодавчими і нормативними актами взаємопов'язана система заходів, спрямованих на використання об'єктивно існуючих грошових відносин для досягнення цілей діяльності малих підприємств.

У господарській діяльності фінанси малих підприємств здійснюють свої функції переважно через фінансові механізми, під яким розуміють оформлення законодавчими і нормативними актами взаємопов'язаної системи заходів, направлених на об'єктивні існуючі грошові зобов'язань для досягнення мети підприємства [1].

Фінансовий механізм розвитку малого підприємництва, як справедливо зазначає Л.О. Боцьора, – це сукупність фінансових методів, інструментів і важелів, котрі взаємопов'язані та взаємодіють між собою на державному, внутрішньому й ринковому рівнях. Ці методи спрямовані на реалізацію економіко-інвестиційних та соціальних функцій малого підприємництва за відповідної нормативно-правової, інформаційної, інституційної й інфраструктурної систем його забезпечення [2].

Фінансовий механізм має два взаємопов'язаних початки: суб'єктивні і об'єктивні. Об'єктивна сторона фінансового механізму проявляється в тому, що він будується відповідно до вимог об'єктивних економічних законів. З іншого боку фінансовий механізм носить суб'єктивний характер, тому що встановлюється вищим менеджментом підприємства або організації для вирішення завдань, що стоять перед підприємством на тому чи іншому етапі розвитку. Органічне поєднання цих початків дозволяє характеризувати механізми управління рухом грошових коштів економічних категоріях.

Основу фінансового механізму розвитку суб'єктів малого підприємництва становлять фінансові методи, інструменти та важелі. Вони є різними залежно від рівня застосування. До фінансових методів належать: планування та прогнозування; фінансування; кредитування; оподаткування; інвестування; страхування та інші.

Фінансовий механізм малого підприємства можна визначити як систему управління фінансами, призначену для організації, планування і стимулювання фінансових потоків з метою їх ефективного впливу на фінансову стійкість. Фінансовий механізм покликаний забезпечувати не тільки створення ринкових відносин, а й створити необхідні умови функціонування малих підприємств для виконання ними своїх функцій. Фінансовий механізм малого підприємства передбачає безліч важелів, інструментів і різноманітні підходи до оцінки наслідків виникнення тих чи інших ситуацій в залежності від того, які ступені цих умови. Вивчення фінансового механізму, як фінансово економічної категорії, дозволяє підприємцю так спланувати діяльність підприємства в коротко-, середньо- і довгостроковому періодах, щоб забезпечити отримання підприємству їм максимально можливого прибутку з мінімальними витратами в умовах мінливості стану ринку. Звичайно, це пов'язано з неминучим фінансовим ризиком, особливо в сучасних умовах, але правильно проведене стратегічне планування дозволить звести ризик до мінімуму.

У структуру фінансового механізму входять взаємопов'язані елементи: правове, адміністративно-організаційне, інформаційне забезпечення, що впливають на фінансові методи і важелі, а через них на фінансові відносини і процеси малих підприємств (виробничо-господарські, фінансові, інвестиційні).

Фінансовий механізм можна визначити як спосіб впливу забезпечує підсистеми, що включає в себе правове та інформаційне забезпечення, на фінансові відносини, за допомогою важелів і методів, а через них на виробничо-господарські, фінансові та інвестиційні процеси для забезпечення сталого розвитку малого підприємства. Звернемо увагу на структуру фінансового механізму малого підприємства (рис. 1).

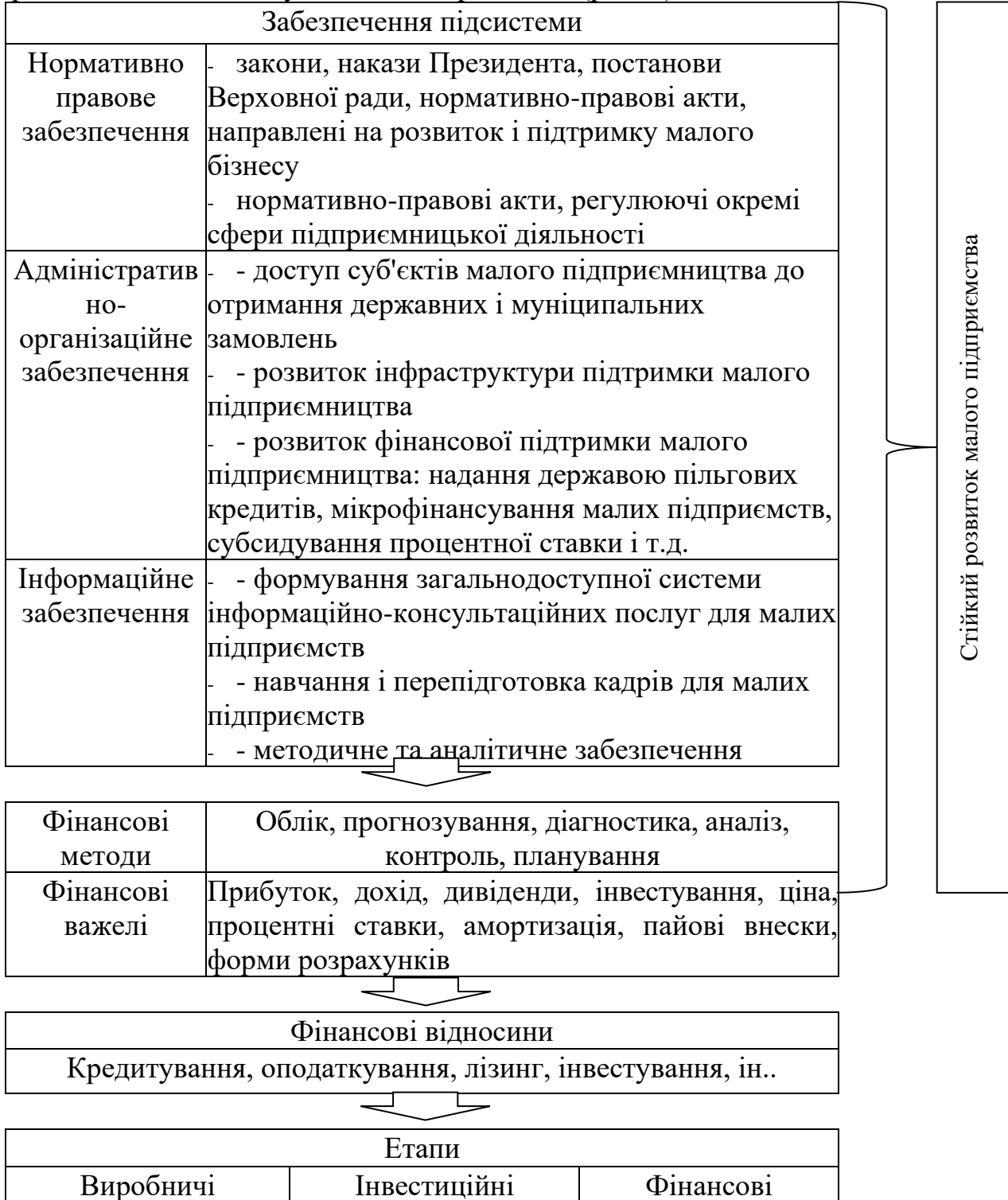


Рис. 1. Структура фінансового механізму малого підприємства

З рисунку 1 видно, що основною метою управління фінансами малих підприємств, є забезпечення їх сталого функціонування.

Таким чином, фінансовий механізм можна визначити як спосіб впливу забезпечує підсистеми, що включає в себе правове та інформаційне забезпечення, на фінансові відносини, за допомогою важелів і методів, а через них на виробничо-господарські, фінансові та інвестиційні процеси для забезпечення сталого розвитку малого підприємства.

Література:

1. Булгакова Л.Н. Формування фінансового механізму і системи управління інвестиційною діяльністю підприємства // Фінанси і кредит. – 2004. – № 16. – С. 41-49.

2. Боцьора Л.О. Поняття та структура фінансового механізму розвитку малого підприємництва / Л.О. Боцьора // Формування ринкової економіки в Україні : зб. наук. праць. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – Випуск 31. – Ч. 1. – С. 82-86.

РОЛЬ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В ФОРМУВАННІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Л. Бровко, к.е.н., доцент

Є. Бровко, студентка гр. МгФБС-19

Найбільшим кредитором аграрної сфери України як за обсягом, так і асортиментом кредитних послуг є комерційні банки. Банківське кредитування у системі фінансової підтримки вітчизняного аграрного виробництва забезпечує 25-26 % фінансових ресурсів і знаходиться на другому місці після внутрішнього самофінансування, що становить 56-57 %, 12 % – це особисті заощадження фермерських господарств і 5 % дають кошти постачальників ресурсів та переробних підприємств. Відносини сільськогосподарських підприємств з комерційними банками є цікавими для обох сторін: зростання обсягів кредитів для банків збільшує дохідність активних операцій у вигляді відсотків за користування кредитами, а підприємствам дає змогу фінансувати виробничі витрати для безперервності відтворювального процесу.

Функціонування аграрної промисловості в Україні без кредитних ресурсів у сучасних умовах практично неможливе. Це зумовлено специфічністю галузі: сезонністю робіт та значною тривалістю виробничого циклу, залежністю від природно-кліматичних умов і застарілою матеріально-технічною базою, високою капіталомісткістю і порівняно низькою фондовіддачею, нерівномірним рухом оборотних коштів і нестачею вільних фінансових ресурсів.

Попри важливе значення кредитування на розвиток аграрного виробництва, банківське кредитування все ще не відіграє належної ролі у фінансуванні вітчизняного аграрного виробництва. Станом на 1 листопада 2019 року фактичні витрати коштів сільськогосподарських підприємств складають 111,4 млрд грн, що становить 80,5% від планової потреби, в тому числі власних коштів витрачено 104,3 млрд грн, або 82,3% від потреби та залучено кредитів

на суму 7,1 млрд грн, або 61,6% від потреби, в тому числі банківських кредитів 5,1 млрд грн, або 68,7 % від потреби. Завдяки вищій урожайності ранніх зернових культур, порівняно з 2018 роком, що стало наслідком сприятливих погодних умов для озимих культур та раннього відновлення вегетації, а також більш ранньому початку збору врожаю, сільськогосподарське виробництво зросло на 12 % р/р. Це найвищий показник зростання з кінця 2014 року.

На сьогодні сегмент кредитування аграрних підприємств складає непропорційно велику частку в загальному кредитному портфелі банківського сектору – 14%, хоча частка агросектору у ВВП значно менша. Темпи приросту кредитного портфеля для агросектору протягом 2017-2019 рр. перевищували 20%.

Така структура кредитного портфеля вітчизняних комерційних банків, на нашу думку, свідчить про розрив між інтересами комерційних банків і потребами в кредитуванні аграрної сфери України. Зауважимо, що статистика НБУ щодо сільськогосподарського корпоративного сектору враховує кредити лісового та рибного господарств, проте лєвова частка кредитів надається саме сільському господарству.

Як свідчить вітчизняний досвід, банківська система навіть під час економічного зростання надавала перевагу кредитуванню інших галузей економіки, а не аграрної сфери. За умов погіршення економічної ситуації в країні загальне скорочення обсягів кредитування відбувається переважно за рахунок обмеження кредитування підприємств АПК. Комерційні банки починають застосовувати дискримінаційний підхід по відношенню до аграрних підприємств, підвищуючи їм ставки кредитування у порівнянні із суб'єктами господарювання інших галузей економіки.

Аналіз банківського кредитування сільськогосподарських підприємств свідчить про скорочення кількості комерційних банків, які кредитують підприємства цієї галузі. Рейтинг банків України, які пропонують найпривабливіші умови кредитування та підтримки аграріїв, створювався Kreston GCG на основі анкетування фінансових установ. Нижче наведемо топ 10: ОТП Банк, Райффайзен Банк Аваль, Пумб, Мегабанк, Ощадбанк, ПроКредит Банк, Кредит Дніпро, Креді Агріколь, УкрСіббанк, Укргазбанк.

Стан фінансування програм підтримки агропромислового комплексу у 2018-2019 роках наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Стан фінансування програм підтримки АПК у 2019-2018 рр., тис.грн.

| Програма/напря́м | 2018 р. | 2019 р. |
|---|----------|----------|
| Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі шляхом здешевлення кредитів | 265913,0 | 127160,0 |
| Надання кредитів фермерським господарствам | 0,0 | 200000,0 |
| Часткова компенсація відсоткової ставки за банківськими кредитами, залученими для покриття витрат, пов'язаних із провадженням діяльності у галузях: вівчарство, козівництво, бджільництво, звірівництво, кролівництво, шовківництво та аквакультура | 3747,7 | 50000,0 |

Роль держави в діяльності сільськогосподарських підприємств, зокрема їх діяльності по залученню кредитних коштів, зростає, що буде мати позитивне відображення в майбутньому.

Але все ж дослідження загальних тенденцій банківського кредитування сільськогосподарського виробництва в Україні вказує на необхідність упровадження кредитних програм, які дозволять виділити сільськогосподарські підприємства із загальної категорії позичальників і разом з тим стимулюватимуть розвиток кредитних відносин між комерційними банками та позичальниками.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Н. Демчук, д.е.н., проф.; А. Сергієнко, здобувач

З року в рік зменшується кількість операційно збиткових банків — тих, чий доходи від основної, тобто банківської, діяльності не покривають звичайних банківських витрат, а тому є ризик, що вони можуть стати неплатоспроможними. Два роки тому таких фінустанов було 18, рік тому - 14, за підсумками 11 місяців 2019р. - 10. Уже понад три роки відсутні банкрутства банків: із січня 2017-го установи якщо й залишали ринок, то через реорганізацію у фінансові компанії, інакше кажучи, здавали ліцензію, але і далі працювали на ринку. Населення та бізнес активно стабільно нарощують обсяги вкладень у банки: за два останні роки приріст гривневих депозитів фізосіб і корпорацій становив майже 150 млрд грн, або 30%. Саме гроші місцевих вкладників сьогодні є основною ресурсною базою для банків - це більш як чотири п'ятих усіх залучених ними коштів. До кризи цей показник був у межах 50–60%. Тож банківська система значно стійкіша до можливих зовнішніх і внутрішніх шоків та впливу коштів нерезидентів, ніж була до кризи, коли близько 40% пасивів становили міжбанківські кредити та позики з-за кордону.

Висока дохідність, операційна прибутковість банків, стабільне внутрішнє фондування, сприятливі макроекономічні умови, слабка вразливість до потенційних зовнішніх негараздів - усе це дає підстави казати, що на сьогодні серйозних системних ризиків для українських банків не існує. Чи не єдиний потенційний ризик — це оголошення дефолту за державними облігаціями (ОВДП), які становлять 25% чистих активів банківської системи. Проте жодних підстав для цього немає, навіть за умови настання важкої глобальної кризи. Тож стійкості українського банківського сектору наразі майже ніщо не загрожує, питання можуть виникати до окремих банків, але не до системи загалом.

Чи означає це відсутність проблем або ризиків для банківської системи взагалі? Тенденції банківського сектору свідчать про те, що торішній рекордний прибуток був радше винятком, аніж правилом. Уже цього року прибутковість системи, найімовірніше, дещо знизиться й падатиме далі. Зі зниженням ставок за депозитами та кредитами - цей цикл уже розпочався - посилиться конкуренція поміж банками. Ті з них, що досі не накопичили запасу

міцності (тобто капіталу) або не знайшли прибуткової бізнес-моделі, ризикують навіть покинути ринок - якщо не цього року, то в найближчі. На додачу НБУ поступово підвищуватиме вимоги до капіталу фінустанов, щоб одночасно утримати сектор від надмірних ризиків і підвищити його стійкість до кризи.

Завдяки чому банківська система торік продемонструвала рекордні прибутки? По-перше, завдяки різниці в ставках за кредитами та депозитами. 2018–2019 роки - час високих ставок за кредитами та цінними паперами й помірних - за депозитами бізнесу та населення. Показник NIM (net interest margin, або чиста процентна маржа), фактично різниця між дохідністю активів та вартістю запозичень, у 2019 році становив 5,8%, це його найвище значення від 2009-го. Як результат - чисті відсоткові доходи протягом останніх трьох років збільшувалися в середньому на 17% рр.

По-друге, завдяки зростанню високодохідного споживчого кредитування - наразі це єдиний вид кредитування, який збільшується на 30-40% щороку протягом трьох останніх років. Ставки за цими кредитами більш ніж удвічі вищі, ніж для кредитів бізнесу. Третя складова зростання прибутків - власне поживлення економіки, що забезпечило значне збільшення банківських розрахунків та комісійних доходів. Чисті комісійні доходи банків у 2018-2019-му підвищувалися на 20% щороку. Частину цього зростання, до речі, забезпечив розвиток споживчого кредитування: банки зазвичай стягують значну комісію під час видачі таких кредитів. Комісії торік перевищили чверть усіх доходів банківської системи — ще у 2016-му їхня частка становила 16%.

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА

Т. Олійник, к.е.н., доцент

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Економічна категорія «підприємництво» являє собою систему виробничих відносин з приводу відтворення власного і позикового капіталу, і має на меті отримання прибутку в умовах конкуренції [1].

Будучи елементом ринкової економіки, підприємництво підпорядковується її законам і відчуває вплив з боку ринкової системи. У той же час підприємництво впливає на стан і функціонування національної економіки, надаючи їй динамічність і стійкість. При цьому створений підприємницький продукт не являє собою конкретний товар чи послугу, а характеризується як організація у здійсненні виробництва та реалізації цього товару або послуги. Тобто підприємництво формує конкретні господарські умови для здійснення процесу виробництва, і в цьому аспекті підприємництво представляє собою суспільний механізм, призначений для організації та здійснення процесу відтворення.

В цьому аспекті і реалізуються підприємницькі здібності, сутність яких полягає у створенні підприємницького доходу – додаткового прибутку від інноваційної ризикової діяльності. Крім того, підприємництво як форма соціально-економічної активності відіграє незамінну роль як в економічній

динаміці, так і в суспільному розвитку.

Взаємодія між підприємництвом, економікою в цілому і суспільством, носить досить складний і неоднозначний характер. По суті можна говорити про особливе призначення підприємництва в економіці і суспільстві, і про чинники, що гальмують або прискорюють його реалізацію в конкретному періоді.

Рушійним фактором підприємництва є прояв його активності, активатором якої необхідно вважати економічну конкуренцію – елемент поведінкового процесу ринкового механізму, що дозволяє урівноважити попит і пропозицію. На цьому фоні важливим принципом виступає мотивація підприємництва, яка формується під впливом розвитку структурних змін економічної системи. При цьому необхідно зауважити, якщо підприємництво представляє собою специфічний сектор економіки, йому присутній ряд закономірностей, де структурні елементи цього сектору діють за суворими правилами, а саме: підприємницький успіх чи банкрутство. Це правило реалізується тільки в умовах конкуренції, яка призводить до посилення ділової активності, і чим міцніший буде підприємницький сектор, тим успішніше він буде протистояти кризовим явищам та спонукати процес стабілізації економіки [2].

Таким чином, важливою передумовою збереження переваг підприємництва, є безперервна модернізація виробництва та інших видів підприємницької діяльності. З метою утримання таких переваг, необхідно розширювати набір відповідних джерел, безперервно їх удосконалювати, переходити до переваг вищого порядку, якими виступають стратегічні інновації у вигляді проривних технологій. За такого підходу конкурентоспроможність підприємницьких структур залежна від швидкості реалізації нововведень, від швидкості їх реакції на нововведення конкуруючих підприємств та від прогнозування інновацій.

Література.

1. Сухарська І. Історія розвитку інституту підприємництва в Україні / І. Сухарська // Вісник Львівського Університету. – 2008. – № 21 – С. 38–42.

2. Oliynyk T., Oliynyk Y // Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension – Sofia: VUZF Publishing House "St. Grigorii Bogoslov", 2019. – Vol. 2. – pp. 128-142.

БЮДЖЕТНИЙ ДЕФІЦИТ

Л. Бровко, к.е.н., доцент

А. Сірко, асистент кафедри

М. Жучик, студентка групи ФБС-1-17

Дефіцит Державного бюджету України – це проблема, яка стоїть перед вітчизняною економікою. Головним джерелом надходжень до державного бюджету України є податки, що забезпечують близько 90% доходів будь-якої держави. Проблеми формування бюджетного дефіциту та визначення його розміру і пошук джерел погашення є одними з ключових при розробці стратегії

розвитку держави на декілька наступних періодів [3]. Наявність дефіциту здебільшого є негативним явищем, але не свідчить про незбалансованість бюджету в цілому.

Державний бюджет – це головний централізований фонд грошових коштів держави, основний інструмент перерозподілу валового внутрішнього продукту. Переважання витрат або доходів порушує збалансування бюджету, що викликає його дефіцит або профіцит. Основною причиною виникнення бюджетного дефіциту є перевищення темпів зростання бюджетних видатків над темпами зростання бюджетних доходів. Спричиняти дисбаланс у бюджеті країни може ряд факторів, таких як кризові явища в економіці, мілітаризація економіки, надзвичайні обставини, зростання соціальних видатків тощо. Виникнення державного дефіциту в Україні має особливі причини, такі як скорочення валового внутрішнього продукту, через зниження ефективності виробництва, нераціональне використання бюджетних надходжень, зростанням тіньового сектора. Як наслідок, спостерігається дестабілізація економіки, зростання державних витрат, прискорення темпів інфляції та погіршення соціальної ситуації [2].

Таким чином, складна політична та економічна ситуація в країні гальмує розвиток господарства країни і ускладнює державне регулювання щодо фінансування зростаючого державного дефіциту.

В сучасних умовах бюджетний дефіцит можна знизити шляхом зростання податкових надходжень до бюджету або за допомогою внутрішнього боргу [1]. Перший спосіб є більш ефективним, але його досягнення треба проводити не за рахунок зростання податкового тиску, а шляхом підвищення ефективності суспільного виробництва для зростання обсягу фінансових ресурсів всього суспільства. Інший спосіб – внутрішній борг. Випуск цінних паперів для продажу їх населенню може забезпечити швидке фінансування без прискорення темпів інфляції.

Отже, даний час дуже важливо приймати продумані закони, спрямовані на підтримку національних виробників і розвиток виробництва, а також розробити механізм їх виконання. Необхідно прагнути до збалансованого бюджету держави, який можна досягти шляхом стримування зростання державних витрат і встановлення в країні рівня оподаткування, який в достатній мірі покриє всі необхідні суспільні потреби.

Література:

1. Адонін С.В., Ізюмська В.А. Особливості дефіциту державного бюджету України на сучасному етапі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
2. Гасанов С. С., Кудряшов В.П. Обмеження дефіциту бюджету в умовах фіскальних ризиків. Наукові праці НДФІ.
3. Матвійчук Н.М., Бурлачук Н.Ю., Маршук Л.М. Особливості бюджетного дефіциту України в сучасних умовах. «Молодий вчений».

МЕНЕДЖМЕНТ І ПРАВО

АДМІНІСТРАТИВНЕ ТА АКАДЕМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНИМИ ПРОГРАМАМИ У СФЕРІ АПК

О. Величко, д.е.н., професор

Особливості організації управління освітнім процесом у національній вищій освіті мають враховувати прогресивний світовий досвід щодо ефективної діяльності в умовах автономії ЗВО. Цьому сприяє і орієнтація державної політики на Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти [1], а також нова парадигма акредитації освітніх програм в Україні [2]. Вирішення нових проблем зазвичай доцільно вирішувати новими методами. Саме тому актуальним є питання реформування малоефективних бюрократизованих моделей управління державними університетами [3].

Одним із шляхів такої модернізації є впровадження паралельних гнучких систем адміністративного та академічного управління освітніми програмами (ОП). При цьому нова модель зовнішнього забезпечення якості орієнтується на систему критеріїв, за які відповідають певні внутрішні освітні процеси ЗВО. А це означає, що організація адміністративного та академічного управління може стати найбільш ефективною саме на засадах процесного підходу. Тому індикатори ефективності процесів (КРІ) доцільно визначати на основі критеріїв (К1-К10) Додатку до Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [2]. Зокрема, критерії оцінювання якості корелюють із такими освітніми процесами: проектування цілей ОП, розробка структури та змісту ОП, формування доступу до ОП та визнання результатів навчання, організація навчання і викладання за ОП, контроль знань, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність, забезпечення ОП людськими ресурсами, формування освітнього середовища та матеріальних ресурсів, розробка і впровадження системи внутрішнього забезпечення якості ОП, створення прозорих і публічних процедур для якісного функціонування ОП, а також організація навчання через дослідження.

Повноваження та відповідальність щодо адміністративного управління ОП варто зосередити за ректоратом, відділом внутрішнього забезпечення якості, директором, деканатом та завідувачем кафедри. До того ж їх основні функції мають бути спрямовані на адміністративний сервіс, ресурсне забезпечення, організаційну підтримку, а також загальне регулювання і контроль. Натомість, повноваження та відповідальність щодо академічного управління доцільно надати її гаранту, проектній (робочій) групі щодо розробки (оновлення) освітньої програми, а також представникам академічної спільноти із групи забезпечення освітнього процесу на програмі. Ці суб'єкти управління повинні мати можливість вирішувати питання, які пов'язані із проектуванням і періодичною модернізацією ОП, загальним керівництвом змістом навчання,

залученням академічного персоналу на ОП, комунікацією із потенційними роботодавцями, опитуванням здобувачів вищої освіти та інших стейкхолдерів.

Важливо, щоб існували механізми забезпечення альтернативності у задіянні академічного персоналу для реалізації програми. Наприклад, гарант, може отримати право пропозиції іншої кандидатури НПП для навчальної дисципліни (у т. ч. на умовах зовнішнього сумісництва), якщо конкретна спеціалізована кафедра ЗВО двічі поспіль рекомендує викладачів, які не відповідають очікуванням більшості стейкхолдерів щодо змісту навчання. Така ситуація може виявлятися за допомогою анонімних опитувань лише із публічною довірою до їх результатів. Крім того, це може бути і практика проведення відкритих конкурсів на викладання деяких дисциплін, а також інші процедури. Такі та інші повноваження зумовлені значним обсягом відповідальності, що покладається на гаранта за якість функціонування конкретної освітньої програми. А, отже, у контексті забезпечення ефективного академічного управління, у тій чи іншій мірі, він має бути суб'єктом реального впливу на усі процеси, які корелюють із критеріями оцінювання якості цієї ОП.

До того ж важливо, щоб гарант був академічним менеджером на одній освітній програмі, бо це дозволяє максимально концентрувати увагу та зусилля на ефективному управлінні. Для цього гарант повинен мати і достатню свободу у виборі та застосуванні інструментів забезпечення якості, зважаючи на конкретні особливості ОП. Однак така свобода усе ж таки має бути частково обмежена процедурами і політикою університету. Тому має існувати обґрунтована підзвітність і підконтрольність гаранта. Особливо важливою вона є у взаємодії із відділом внутрішнього забезпечення якості освіти.

Також важливо врахувати, що суміщення ролі гаранта із адміністративною посадою має бути обґрунтованим виключенням, а не поширеною практикою. Останнє пов'язане і з ймовірними ризиками лобіювання гарантом адміністративних інтересів, які періодично можуть не співпадати із інтересами якості ОП. Так само ті ж паралельні адміністративні повноваження гаранта навпаки можуть стати ризиками недоброчесного протекціонізму інтересів власної програми. Взагалі поєднання в одній особі адміністративних та академічних функцій не вітається у багатьох світових університетах. Зазвичай вважається, що такий працівник однозначно якісно недопрацює або в тому, або в іншому напрямі. Натомість, у радянській системі вищої освіти таке поєднання залишалося традицією, яка фактично була успадкована більшістю сучасних українських університетів.

Ну і безумовно має бути сформована ефективна система мотивації гаранта та інших ключових суб'єктів академічного управління до постійного поліпшення якості на освітній програмі. Перш за все це можуть забезпечити різні матеріальні заохочення за реально досягнуті КРІ у якості освітніх процесів. В окремих випадках університетом може використовуватися процедура відбору гаранта на конкурсних умовах.

До того ж часу у системі адміністративного менеджменту ЗВО теж важливо задіяти паралельний комплекс інструментів управління для

забезпечення якості освітніх процесів. Цей комплекс обов'язково має надавати чіткі відповіді на такі питання: 1) Як забезпечити якість окремого освітнього процесу (K1-K10)? (процесне управління); 2) Для чого ми будемо здійснювати той чи інший захід? (цілеорієнтоване управління); 3) Чому гарант та викладачі будуть зацікавлені у якості освіти? (мотиваційне управління).

Між тим запропонована модель менеджменту освітніх програм не є безальтернативною. Зокрема, для ефективної дебіюрократизації також можуть використовуватися матричні [3], проектні та інші моделі. Однак саме процесний підхід до організації управління найбільш ефективний для досягнення належного рівня відповідності критеріям якості за новою процедурою національної акредитації освітніх програм. Крім того, додатковий розподіл функцій процесного менеджменту на адміністративне та академічне управління формує низку інших переваг. Зокрема, створюються більш сприятливі умови для реалізації особистісного потенціалу як адміністраторів, так і експертів. Перші мають можливість якісно зосередитися на виконанні організаційно-розпорядчих і регуляторних функцій, а другі – сконцентруватися на якості змісту навчання за ОП, не відволікаючись на рутинні процедури, які не забезпечують умовно доданої вартості. А паралельне задіяння цілеорієнтованого та мотиваційного управління значно посилить загальний ефект.

Література

1. Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG). (2015). Brussels, Belgium. Retrieved from http://www.enqa.eu/wp-content/uploads/2015/11/ESG_2015.pdf

2. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. Затверджено наказом МОН України № 977 від 11.07.2019 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19>

3. Velychko, O., & Velychko, L. (2018). Matrix structures in management of quality of educational and scientific work of Ukrainian universities. Problems and Perspectives in Management, Vol. 16, Issue 1, pp. 133-144.

ВПЛИВ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ НА МОТИВАЦІЮ ПРАЦІВНИКІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. Демидова, к.е.н., ст. викладач

Відповідно до ст. 2 ЗУ «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» пенсійна система України складається з трьох рівнів: солідарна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування; накопичувальна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування; система недержавного пенсійного забезпечення. Перший та другий рівні системи становлять систему загальнообов'язкового державного пенсійного страхування. Другий та третій рівні системи пенсійного забезпечення становлять систему накопичувального пенсійного забезпечення.

Солідарна система базується на засадах солідарності і субсидування та здійснення виплати пенсій і надання соціальних послуг за рахунок коштів

Пенсійного фонду. [1] Тобто, відрахування із заробітної плати, доходу (прибутку) застрахованої особи у вигляді єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, що складає 22%, надходять до Пенсійного фонду України та відразу перерозподіляються і виплачуються нинішнім пенсіонерам. Така система на сьогоднішній день не може забезпечити достойний рівень пенсії. Це пов'язано, з демографічними причинами (старіння населення України і, відповідно, постійне збільшення кількості пенсіонерів та зменшення кількості працюючих людей) та економічними причинами (досить низький рівень заробітної плати в Україні, з якої здійснюється відрахування єдиного внеску). Як наслідок, коштів, що надходять до пенсійного фонду не вистачає для покриття виплат пенсіонерам. На даний момент, Пенсійний фонд України має значний дефіцит. Так, на 2020 рік з державного бюджету виділено 23 млн. 835 тис. грн. на покриття дефіциту коштів Пенсійного фонду України. [2]

Накопичувальна система пенсійного страхування базується на засадах накопичення коштів застрахованих осіб у Накопичувальному фонді або у відповідних недержавних пенсійних фондах - суб'єктах другого рівня системи пенсійного забезпечення та здійснення фінансування витрат на оплату договорів страхування довічних пенсій і одноразових виплат. [1] Наразі даний рівень ще не працює, а концепція та параметри його запуску активно обговорюються. Так, наприкінці грудня 2019 року у Верховній Раді було зареєстровано законопроект № 2683 «Про загальнообов'язкове накопичувальне пенсійне забезпечення». Він передбачає обов'язкову участь у системі накопичувального пенсійного забезпечення всіх категорій працюючих осіб до досягнення ними пенсійного віку та залучення роботодавців до сплати пенсійних внесків на паритетних засадах. Накопичувальні пенсійні внески платитимуть і працівники, і роботодавці. Тобто, накопичувальна система передбачає щомісячні обов'язкові відрахування із заробітної плати працівника до обраного учасником сертифікованого недержавного пенсійного фонду (НПФ) та/або Накопичувального фонду. Кошти потрапляють на персональні рахунки громадян, де вони обліковуються, інвестуються, генерують дохід та збільшують розмір майбутніх пенсійних виплат.

Розмір пенсії, що буде отримувати особа за загальнообов'язковим державним пенсійним страхуванням залежить від двох факторів: страховий стаж та розмір заробітної плати (доходу) застрахованої особи. Відповідно, така система пенсійного забезпечення не може бути достатнім мотиваційним чинником для працівників сільського господарства, адже розмір їх заробітної плати є стабільно нижчим, ніж розмір заробітної плати працівників більшості галузей народного господарства України, а, отже, і розмір їх пенсії буде невеликим. Опосередковано ж система пенсійного забезпечення є мотиваційним чинником, адже стимулює працівника до отримання більшої заробітної плати, а отже, до кращого виконання ним своїх трудових обов'язків. До того ж, необхідність мати певну кількість років трудового стажу (мінімум 15 років) стимулює працівників передпенсійного віку зберігати своє робоче місце,

тобто дає мотивацію до якісного виконання ними своєї роботи.

Система недержавного пенсійного забезпечення базується на засадах добровільної участі громадян, роботодавців та їх об'єднань у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання громадянами пенсійних виплат на умовах та в порядку, передбачених законодавством про недержавне пенсійне забезпечення. [1]

Таким чином, система добровільного недержавного пенсійного забезпечення представлена недержавними пенсійними фондами. За даними Державного реєстру фінансових установ на даний момент в Україні діє 62 таких фонди. Пенсійні внески до НПФ здійснюються вкладником на добровільних засадах, кошти обліковуються на індивідуальному пенсійному рахунку, на них нараховується інвестиційний дохід. По досягненні пенсійного віку учасник фонду отримує додаткову недержавну пенсію, що не залежить від стажу або державної пенсії. Приймати участь в цьому рівні можуть як фізичні особи, здійснюючі внески за себе, своїх рідних та дітей, так і юридичні особи, здійснюючі внески за своїх працівників.

При використанні даної системи пенсійного забезпечення розмір пенсії залежить не від розміру заробітної плати, з якої здійснювалось відрахування на пенсійне забезпечення, а від розміру внесків на користь учасника, що робить він (та/або його роботодавець), строку накопичення та інвестиційного прибутку, що постійно нараховується на ці внески. Саме самостійне добровільне накопичення є основою пенсійного забезпечення у більшості розвинених країн. Однак, в Україні дана система використовується ще досить мало. Так, за даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг станом на 30.06.2019 загальна кількість учасників НПФ складала всього 860,8 тис. осіб. [3]

Як видно, даний вид пенсійного страхування є найперспективнішим для підвищення мотивації працівників сільськогосподарських підприємств. Особливо це мотивуватиме працівників молодшого віку. Станом на 31.03.2019 переважну більшість учасників НПФ становили саме особи віком від 25 до 50 років, а саме 58,3%. Особи вікової групи від 50 до 60 років становили 26,4%, а частка учасників НПФ вікової групи старше 60 років становила 14,4%, вікової групи до 25 років – 0,9% [3]. Отже, для працівників у віці від 25 до 50 років додаткове пенсійне страхування є найбільш перспективним і роботодавці в сфері сільського господарства можуть використовувати його в якості додаткового мотиваційного чинника, здійснюючі відрахування до таких фондів на користь своїх працівників.

Література:

1. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування: Закон України від 09.07.2003 р. № 1058-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15#n87>

2. Про затвердження бюджету Пенсійного фонду України на 2020 рік: Постанова Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 р. № 22. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/22-2020-%D0%BF>

3. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг - <https://nfp.gov.ua/>

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

К. Нечипоренко, ст.викладач

В зв'язку з необхідністю переміщення на великі і малі відстані величезної кількості дуже різноманітних вантажів в аграрному виробництві, значна частина яких відбувається в умовах польових доріг, а часто бездоріжжя, неможливо обмежитись якимось одним високоефективним видом транспорту. В аграрному секторі України є необхідність застосування елементів транспортної системи у взаємодоповнюючому та взаємозбагачуючому комплексі, за рахунок раціонального поєднання різних видів транспорту.

Транспортне забезпечення аграрного виробництва характеризується накопиченим за останні роки негативним потенціалом: кількість рухомого складу, його якісний стан та ефективність використання суттєво знизилися. Так, за усіма видами транспорту спостерігається зниження техніко-експлуатаційних показників і показників продуктивності його роботи, рівень зносу техніки, нерідко вдвічі перевищує граничне значення. Це, у свою чергу, спричинило збільшення витрат на перевезення і ріст собівартості сільськогосподарської продукції.

Однією із головних економічних проблем транспортного забезпечення є підвищення ефективності використання рухомого складу. На її рівень суттєво впливає збалансованість машин за марками та типами, забезпеченість причепами, вантажно-розвантажувальними агрегатами, своєчасність і періодичність ремонту та техніко-експлуатаційного обслуговування, забезпеченість запчастинами, паливно-мастильними матеріалами, а також якість мережі доріг, кваліфікація логістів, водіїв і автослюсарів.

Ефективність використання транспортних засобів суттєво залежить і від планування потреби в транспортних засобах. Визначення потреби в транспортних засобах за кількістю, типами, моделями, модифікаціями та марками відбувається на підставі даних плану перевезень та прогресивних показників продуктивності рухомого складу. При плануванні перевезення сільськогосподарських вантажів важливо враховувати особливості, одна з найсуттєвіших є та, що на початку календарного року неможливо з достатньою точністю встановити обсяг майбутніх перевезень, обумовлених урожайністю культур підприємства. Плануючи перевезення обов'язково слід враховувати сезонні коливання, що є підставою визначення періоду максимальних навантажень.

До оцінки ефективності доцільно включити окремі техніко-експлуатаційні, економічні показники та показники продуктивності, які дозволять всебічно проаналізувати перевезення. Для оцінки роботи вантажного автотранспорту застосовується система часткових та узагальнюючих

показників. Часткові техніко-експлуатаційні показники дозволяють оцінити окремі сторони роботи машин з погляду використання часу їх роботи, швидкості руху, вантажопідйомності тощо, що є частиною таких узагальнюючих показників, як продуктивність роботи машин та собівартість перевезень, за допомогою яких оцінюються кінцеві результати роботи транспорту. Для оцінки ступеня використання машин протягом року розраховується коефіцієнт використання машин в роботі. Нажаль окреслені показники не розкривають результатів використання машин протягом робочого часу дня. Між тим не весь робочий день вони знаходяться в роботі: частину дня вони простоюють під навантажувально-розвантажувальними роботами та з інших причин. Скорочення таких простоїв є важливим засобом підвищення рівня використання автотранспорту. Тому для характеристики ступеня використання автомашин протягом робочого дня розраховується коефіцієнт використання їх робочого часу. Непоодинокими є випадки, коли вантажівки роблять порожні рейси в одну і навіть дві сторони, не виконуючи ніякої корисної роботи. Співвідношенням пробігу з вантажем до загального пробігу показує коефіцієнт використання останнього. Зниження цього коефіцієнту свідчить про збільшення частки порожніх рейсів, а відповідно, про погіршення роботи автопарку. Велике значення для підвищення ефективності роботи вантажного автопарку має повнота їх завантаженості. Нерідко машини великої вантажопідйомності використовуються для перевезення легких вантажів, внаслідок чого погіршується використання автопарку. Для характеристики такого явища розраховується коефіцієнт використання вантажопідйомності машин - як співвідношення середньої завантаженості машини до середньої технічної вантажопідйомності машини.

Ефективність використання машин багато в чому залежить від швидкості їх руху та середньої дальності перевезення. При цьому розрізняють технічну швидкість руху та експлуатаційну. В той же час вони не враховують середньої вантажопідйомності машин і тому не є співставними.

Важливим узагальнюючим показником ефективності використання автотранспорту є собівартість вантажоперевезень. Собівартість одного тонно-кілометра розраховується діленням суми витрат на утримання та експлуатацію вантажних машин за мінусом вартості відпрацьованих матеріалів (масел, автопокришок), які оприбутковані на склад, на обсяг вантажообігу.

Таким чином, можна зробити висновок, що оцінку ефективності використання транспортних засобів не можливо здійснити за допомогою єдиного «універсального» показника. Для цього необхідна система критеріїв, які взаємопов'язані між собою та комплексно доповнюють один одного.

СЕРТИФІКАЦІЯ СИСТЕМ ЕКОЛОГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

О. Савенко, к.е.н., доцент

Сьогодні управління екологічними аспектами сприятливо відображається як на іміджі організації, так і на економічній діяльності, підвищуючи конкурентоспроможність, оскільки організації, які приділяють особливу увагу

захисту довкілля, вважають за краще встановлювати ділові контакти з компаніями з аналогічними цілями. Та, щоб довести, що екологічне управління в конкретній бізнес-структурі на належному рівні, то потрібен сертифікат ISO 14001.

Так, ISO 14001 – це стандарт з серії міжнародних стандартів, які застосовуються до будь-якої організації і відносяться до систем екологічного управління (СЕУ). Міжнародний стандарт ISO 14001 орієнтований на цикл "Плануй-Виконуй-Перевірй-Дій", підходить до будь-якої організації, призначений для визначення контролю та моніторингу екологічних аспектів, а також містить інформацію про те, як потрібно контролювати та покращувати екологічне управління в цілому.

Стандарт ISO 14001 має ряд переваг:

- зростання довіри замовників, суспільства та компаній, які інвестують в розвиток вашого бізнесу, за рахунок демонстрації того, що ви дотримуетесь міжнародних стандартів для управління екологічними аспектами вашого підприємства;

- зниження цін на вашу продукцію/послуги завдяки економії енергії та скороченню витрат на матеріали;

- скорочення кількості інцидентів, негативно впливаючих на навколишнє середовище, та пов'язаних з ними страхових виплат;

- сертифіковані підприємства можуть отримати кредити ЄБРР та світового банку. Умовами отримання є сертифікація по системам екологічного управління;

- відповідальне ставлення до відходів, їх управління та утилізацію;

- внутрішні переваги підприємства, які стосуються регламентації процесів, суттєвих аспектів з урахуванням елементів життєвого циклу продуктів або послуг.

Сертифікація ISO 14001 включає такі етапи:

- визначення сфери сертифікації;

- попередній аудит, який проводиться в випадку, якщо компанія хоче переконатися в ступені готовності до сертифікаційного аудиту;

- сертифікаційний аудит;

- щорічні наглядові аудити для контролю функціонування сертифікованої системи управління якістю ISO 14001.

- аналіз провадження та ефективності системи екологічного управління організації.

При умовах успішного проходження аудиту системи екологічного управління ISO 14001 видається сертифікат, який діє протягом 3-х років.

Щоб впевнитися в тому, що компанія на належному рівні підтримує систему управління в період дії сертифікату, орган з сертифікації проводить наглядовий аудит один раз на рік.

До закінчення 3-х річного циклу сертифікату, для підтвердження СЕУ, з видачею нового сертифікату циклом на 3 роки, компанія повинна пройти ресертифікаційний аудит системи екологічного управління ISO 14001.

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Н. Шпортюк, к.держ.упр., доцент

Аналіз господарської практики дозволяє зробити висновок про те, що в Україні співіснує кілька моделей корпоративного управління [1], зокрема: модель «приватного підприємства», модель «колективної власності менеджерів», модель «концентрованого зовнішнього володіння», модель «розпорошеного володіння», модель «переважаючого державного контролю».

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

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

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

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

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

В аграрній сфері, завдяки процесам приватизації, вже створено велику

кількість акціонерних товариств, які потребують особливих підходів до впровадження і використання корпоративного управління.

Отже, процеси корпоратизації та приватизації є невід'ємними заходами політики інституційних перетворень економіки країни. Поетапне дослідження цих процесів дозволяє виявити причини, здійснити аналіз помилок, а також виділити приховані потенційні резерви і можливості корпоративного сектора економіки в Україні, що в кінцевому підсумку сприятиме розвитку виробничої та соціальної інфраструктури регіонів і держави в цілому.

ЛОГІСТИЧНІ ПРИНЦИПИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В АПК

І. Пальчик, к.е.н., доцент

Ведення господарської діяльності в агропромисловому комплексі передбачає управління фінансовими, трудовими, матеріальними, нематеріальними та інформаційними ресурсами. Матеріальні ресурси відіграють ключову роль у діяльності сільськогосподарських підприємств та визначають вектор розвитку всього комплексу.

Особливість підприємництва в аграрному секторі економіки полягає в специфіці перетворення сільськогосподарської сировини в продукцію і відходи, частина з яких є сировинною базою для інших підприємств. Логістичні аспекти збереження даного ресурсу полягають у виконанні функцій щодо постачання, транспортування, складування, збереження, управління запасами, розподілу та збуту. Неefективне ресурсозбереження в масштабах країни є результатом географічної розрізненості підприємств різних галузей АПК та відсутності можливості використання та переробки придатних відходів рослинництва і тваринництва в межах невеликих сільськогосподарських підприємств, тому проблема логістичного забезпечення даного процесу є особливо актуальною.

Внутрішня та зовнішня логістика відіграє провідну роль у функціонуванні АПК, адже реалізує забезпечувальні процеси, які спрямовані нераціональний розподіл сировини між підприємствами всіх сфер комплексу, а також збут кінцевої продукції споживачам. Управління процесом збереження ресурсів аграрного підприємства також неможливе без потужної логістичної бази. Обґрунтуванню логістичної складової ресурсозбереження в агропромисловому комплексі передують визначення сутності поняття «ресурсозбереження», а також ідентифікація тих ресурсів, які відіграють ключову роль в процесі збереження ресурсів комплексу.

В економічній літературі виділяють три основні напрями ресурсозбереження: ефективне використання всіх наявних ресурсів підприємства з метою мінімізації витрат виробництва, раціональне використання природних ресурсів з позиції охорони навколишнього середовища, поєднання раціонального виробництва та позитивного екологічного ефекту.

Формування продуктивної логістичної системи ресурсозбереження в АПК передбачає встановлення інформаційного обміну між усіма ланками

виробництва та переробки сільськогосподарської продукції. Саме активний обмін інформацією щодо наявної кількості біологічних відходів та потреб в сировині є важливим інструментом максимального збереження ресурсів, що сприяє розробці достовірних планів об'ємів виробництва як в сільськогосподарській, так і в переробній галузі.

Процес обміну даними в системі передбачає отримання інформації щодо пропозиції відходів рослинництва, тваринництва та виробництва харчових продуктів, а також щодо об'єму попиту на дану сировину від підприємств, що займаються виробництвом органічних добрив, біопалива, біоенергії, кормів та інших споживчих товарів. Система обробляє інформацію та розподіляє наявну пропозицію між наявним попитом, віддаючи перевагу потребам сільськогосподарської сфери, як такої, що визначає функціонування всього комплексу.

Для розподілу біологічних відходів за визначеними напрямками обираються можливі способи транспортування відповідно до мінімізації витрат. Передбачається, що система дозволить встановити мінімальні ціни на транспортні послуги за допомогою ефекту масштабу, адже її цільовим споживачем стане весь агропромисловий комплекс України.

Отже, реалізація логістичної системи ресурсозбереження АПК України забезпечить наступні позитивні зміни:

1. Зниження витрат на транспортні перевезення біологічних відходів між підприємствами АПК, тобто збільшення економічної ефективності організації переробки в порівнянні з утилізацією;

2. Скорочення термінів доставки сировини до підприємств-споживачів та переробників, що дозволить зменшити термін складування сировинних запасів та здійснювати більш достовірне планування попиту, тобто зменшити кількість зіпсованих вхідних компонентів;

3. Стимулювання процесу ресурсозбереження на великих, середніх та малих сільськогосподарських підприємствах;

4. Зменшення агропромислового навантаження на екологію навколишнього середовища;

4. Зменшення загальних витрат матеріальних, фінансових та людських ресурсів в агропромисловому комплексі України.

Ресурсозбереження в АПК неможливо розглядати в рамках виокремленого підприємства, адже весь процес виробництва аграрної продукції від сировини до кінцевої продукції передбачає залучення значної кількості підприємств різних галузей економіки. Отже, під ресурсозбереженням в АПК слід розуміти процес збереження сировинних ресурсів за допомогою повного розподілу біологічних відходів, що є придатними для переробки між сукупністю підприємств різних галузей комплексу.

Управління ресурсозбереженням в АПК України здійснюється на основі внутрішньої виробничої, складської та інформаційної логістики, інсорсингу логістики постачання та аутсорсингу транспортної логістики. Наявна система функціонує неефективно, що виражається в значних обсягах утилізації

сільськогосподарських відходів. Запропоновано впровадити приватну логістичну систему ресурсозбереження АПК України, націлену на отримання прибутку, підтримку сільського господарства та екологічної безпеки країни, а також усунення недоліків наявної інформаційної та транспортної логістики.

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ДО ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА АГРОПІДПРИЄМСТВ

Н. Горобець, к.с.-г.н., доцент

Однією з суттєвих можливостей підвищення рентабельності та зростання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є впровадження агроінновацій. Однак агровиробники не поспішають задіювати інноваційну діяльність в своїй роботі, що пояснюється ризиками, зростанням цін на матеріальні ресурси, низьким рівнем заробітної плати в галузі та загалом економічною кризою в країні. Разом з тим, слід зазначити, що такі сильні боки, як сприятливі ґрунтово-кліматичні умови, багаторічний аграрний досвід, традиційні канали збуту дають змогу, поки що, агробізнесу і без новацій отримувати прибутки. Тому оцінка ефективності впровадження інновацій в рослинництві залишається проблемним, але й актуальним, питанням.

У відповідності до потреб українських агровиробників слід відокремити чотири напрямки інновацій у галузі рослинництва:

1) техніко-технологічні:

- технологічні: використання ресурсоощадних технологій; біологізація землеробства; використання інтеграційних технологій боротьби з шкідниками та бур'янами тощо;

- технічні: обладнання техніки комп'ютеризованою системою управління; оновлення автопарку; використання сервісного обслуговування автопарку; застосування багатоопераційних машин тощо;

- біологічні: селекція високоврожайних та стійких до хвороб сортів й гібридів сільськогосподарських культур; гуміфікація ґрунту тощо;

- хімічні: розробка препаратів для підготовки посівного матеріалу до посіву; розробка комбінованих добрив, регуляторів росту рослин, засобів захисту рослин тощо.

2) організаційно-економічні:

- економічні: розробка технологічних карт; удосконалення норм виробітку; вихід на нові сегменти ринку; розробка ефективних каналів розподілу аграрної продукції тощо;

- фінансові: залучення нових інвестицій; торгівля на світовій біржі тощо;

- регуляторні: пільги та кредити від держави; державне та законодавче регулювання галузі; створення інфраструктури для розвитку інновацій в рослинництві тощо;

3) соціально-управлінські:

- соціальні: зменшення використання хімічних добрив; використання альтернативних джерел енергії; удосконалення форм оплати праці, режимів

роботи та відпочинку працівників;

- управлінські: удосконалення засобів мотивації персоналу; розробка стратегічного менеджменту рослинницької галузі;

4) інформаційні:

- контрольні: обладнання транспортних засобів GPS; використання дронів для спостереження за посівними площами; моніторинг та спостереження за працівниками щодо відповідності дотримання регламентів, норм та вимог

- виробничі: автоматизація контролю витрат ресурсів; використання геоінформаційних систем; автоматизація перевірки зерна в лабораторії тощо.

З огляду на оцінювання якісних результатів, які мають бути одержані від впровадження певних інновацій в галузі рослинництва, слід зазначити на таких перевагах: у техніко-технологічному напрямку – підвищення ефективності використання посівних площ; покращення стану ґрунту; в організаційно-економічному напрямку – забезпечення ефективної роботи механізаторів; піклування про їх здоров'я; можливість виходу підприємства на світові ринки; підвищення репутації серед інших агропідприємств у галузі рослинництва; у соціально-управлінському напрямку – збереження навколишнього середовища від шкідливих викидів та репутація соціально-відповідального підприємства; підвищення ефективності роботи працівників; в інформаційному напрямку: можливість контролю за технікою та водіями; зростання можливостей щодо оперативного менеджменту підприємства; можливість якісного моніторингу за виробництвом. Загалом контроль посівних площ з точки зору фіто санітарного та агротехнічного стану посівів дозволяє оптимізувати витрачання засобів захисту рослин та добрив, що надасть можливість підвищувати операційну ефективність агробізнесу. Також стимулом, який спонукає агровиробників до впровадження інновацій до галузі рослинництва, є можливість якіснішого контролю за витрачанням паливно-мастильних матеріалів за допомогою сучасної цифрової техніки.

З врахуванням поточної ситуації, стратегія і тактика подальшого розвитку аграрних підприємств повинні базуватися на використанні таких організаційно-управлінських інновацій як: застосування стратегічного планування та прогнозування, використання інформаційних технологій для прийняття управлінських рішень, удосконалення організаційної структури для впровадження інновацій, розробка нового мотиваційного механізму, реформування системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, застосування нових форм роботи з персоналом тощо. Враховуючи особливості здійснення інноваційної діяльності в галузі рослинництва пріоритетними напрямками інноваційної політики держави є розвиток аграрної освіти, перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів аграрного сектора економіки, стимулювання фундаментальних наукових досліджень, реалізація цільових науково-технічних державних, регіональних, галузевих програм, розвиток інформаційно-консультативних служб тощо.

ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Ю. Коломоєць, к.ю.н., доцент

Останніми роками вчені прийшли до висновку, що Інтернет це невід'ємний компонент для життєдіяльності середньостатистичної людини. Всі ті технології, які раніше вважалися абсурдними, доступні абсолютно кожній людині, незалежно від віку, статі та інших факторів. В умовах розвитку суспільних відносин нового типу, або інтернет-відносин, назріває питання про розробку правового регулювання, пов'язаного з узаконенням всіх норм, що відносяться до питань використання мережі Інтернет. Така увага до інтернет-ресурсів з боку пояснюється тим, що Інтернет відкриває можливість для швидкого обміну і поширення інформації. Однак мало хто бере до уваги той факт, що для деяких користувачів активне використання мережі Інтернет може обернутися плачевно, оскільки розвиток шахрайських операцій набирає обертів буквально з кожним днем.

Нормативно-правова база, що регулює сферу інтернет-відносин в Україні, ґрунтується на Конституції України, Цивільному кодексі України, ЗУ «Про інформацію, інформаційні технології і про захист інформації», ЗУ «Про внесення змін до окремих законодавчих актів України з питань захисту інтелектуальних прав в інформаційно-телекомунікаційних мережах» і т.д. Законодавство спрямоване на захист прав і свобод людини і громадянина від різного роду порушень, пов'язаних з інтелектуальною власністю. Інакше кажучи, закон спрямований на зменшення матеріальних збитків правовласника, виявлення правопорушення і припинення протиправних дій. Законодавство України гарантує досить об'ємний перелік можливостей, які може здійснювати особистість в результаті самореалізації. Прикладом таких гарантій можуть бути гарантія свободи літературної, художньої, наукової, технічної та інших видів творчості, охорона інтелектуальної власності, свобода поширення інформації будь-яким незабороненим законом способом. Тим часом важливо відзначити той факт, що розвиток суспільства не стоїть на місці і законодавець просто не встигає регулювати весь спектр суспільних відносин, які складаються в мережі Інтернет. У такому випадку, якщо відсутня та чи інша правова норма, що узаконює певне правило поведінки та користування інтернет-ресурсами, то в свідомості людей зміцнюється той стереотип, що дотримання законів у Всесвітній павутині можливо лише в теорії, але ніяк не на практиці. Це призводить до того, що Інтернет це та сфера, де порушення спостерігаються найчастіше.

Найбільш вразливим залишається питання про об'єкти інтелектуальної власності. Відповідно до Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності, від 14 липня 1967 року об'єктами захисту інтелектуальної власності прийнято вважати: товарні знаки, фірмові найменування, знаки обслуговування (охороняються патентним правом); наукові праці, художні та літературні твори (охороняються суміжними

авторським правом); радіопередачі, фонограми (охороняються авторським правом). Цивільний кодекс України визначає, що інтелектуальною власністю є результати інтелектуальної діяльності і прирівняні до них засоби індивідуалізації юридичних осіб, товарів, робіт, послуг і підприємств, яким надається правова охорона. Важливо відзначити, що інтелектуальна власність охороняється законом, що закріплює за громадянином або юридичною особою, яка має виключне право на результат інтелектуальної діяльності, використовувати такий результат або такий засіб на свій розсуд будь-яким способом, що не суперечить закону, дозволяти чи забороняти іншим особам використання результату інтелектуальної діяльності або засоби індивідуалізації, відзначаючи при цьому, що відсутність заборони не рахується згодою (дозволом) [1].

Ми вважаємо, що всі дії, що проводяться з інформацією в мережі Інтернет, необхідно обмежити такими ж способами, а також пред'являти до них вимоги, які застосовуються в повсякденному житті. Ці обмеження в першу чергу повинні застосовуватися до гарантій проходження і дотримання авторських прав. Правовласники або автори на всі фотографії, картинки, тексти, будь-які інші об'єкти, які розміщені в Мережі, мають обмежуватися особистими правами. Але більшість звичайних користувачів мережі Інтернет навіть не здогадуються про це і не усвідомлюють, що власними діями можуть порушити авторські права, а також завдати шкоди.

ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ВІД НЕЗАКОННОГО ВТРУЧАННЯ В ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ З БОКУ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ

Л. Пастернак, старший викладач

Держава забезпечує захист суб'єктів господарювання від незаконного втручання в їх діяльність цілим комплексом засобів.

Перш за все, до цього комплексу слід віднести законодавче закріплення прав і свобод суб'єктів господарювання.

Дуже важливим для свободи підприємництва є те, що в ст.19 ГК, нормам про контроль і нагляд передуює загальна норма про свободу господарської діяльності — суб'єкти господарювання мають право без обмежень самостійно здійснювати господарську діяльність, що не суперечить законодавству.

Обмеження щодо здійснення господарської діяльності, а також перелік видів діяльності, в яких забороняється підприємництво, встановлюються виключно законом.

Другим засобом слід зазначити законодавчо закріплену заборону незаконного втручання та перешкоджання господарській діяльності суб'єктів з боку органів державної влади, їх посадових осіб при здійсненні ними державного нагляду та контролю.

Державні органи і службові особи можуть давати підприємцям вказівки тільки відповідно до своєї компетенції, встановленої законодавством.

Не допускається прийняття державними органами актів, які визначають привілейоване становище суб'єктів підприємницької діяльності однієї з форм власності щодо суб'єктів підприємницької діяльності інших форм власності

Держава гарантує всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права і створює рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів.

У разі видання державним чи іншим органом акта, який не відповідає його компетенції або вимогам законодавства, підприємець має право звернутися до суду з заявою про визнання такого акта недійсним.

Третім засобом є чітке регламентування та обмеження законного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарську діяльність суб'єктів.

Таке обмеження встановлюється шляхом чітких правил державного нагляду (контролю), в результаті чого скорочується час на проведення державної реєстрації суб'єктів господарювання, зменшується кількість і час проведення перевірок та інших контрольних заходів, виключається можливість прийняття регуляторних нормативно-правових актів, що погіршують правове становище суб'єктів господарювання.

Відповідно до статті 19. Господарського кодексу України держава здійснює контроль і нагляд за господарською діяльністю дотримуючись наступних обмежень:

- Органи державної влади і посадові особи, уповноважені здійснювати державний контроль і державний нагляд за господарською діяльністю, їх статус та загальні умови і порядок здійснення контролю і нагляду визначаються виключно законами;

- Незаконне втручання та перешкоджання господарській діяльності суб'єктів господарювання з боку органів державної влади, їх посадових осіб при здійсненні ними державного контролю та нагляду забороняються;

- Органи державної влади і посадові особи зобов'язані здійснювати інспектування та перевірки діяльності суб'єктів господарювання неупереджено, об'єктивно і оперативно, дотримуючись вимог законодавства, поважаючи права і законні інтереси суб'єктів господарювання;

- Суб'єкт господарювання має право на одержання інформації про результати інспектування і перевірок його діяльності не пізніше як через тридцять днів після їх закінчення, якщо інше не передбачено законом. Дії та рішення державних органів контролю та нагляду, а також їх посадових осіб, які проводили інспектування і перевірку, можуть бути оскаржені суб'єктом господарювання у встановленому законодавством порядку;

- Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання, відокремлених підрозділів юридичних осіб, виділених на окремий баланс, подання статистичної інформації та інших даних, не передбачених законом або з порушенням встановленого порядку.

Державний нагляд (контроль) повинен бути достатнім, щоб забезпечувати

дотримання законодавства з боку підприємців, але не надмірним, щоб не стримувати розвиток підприємництва в Україні. Саме такий баланс покликаний забезпечити ЗУ «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» № 877-5 від 05.04.2007р. Відповідно до цього закону, в Україні запроваджена ризикоорієнтована система планування контрольних заходів, завдяки якій до планового контролю відбираються тільки суб'єкти, які мають ризик здійснення господарської діяльності.

Розподіл ризиків за ступенями здійснюється у відповідності до їх фіскальної важливості і ймовірних втрат. Кожен орган державного нагляду визначає у своїй сфері критерії, за якими оцінюється ступінь ризику господарювання та подає їх на затвердження КМ України.

Як бачимо, державна політика щодо здійснення контролю спрямована на зменшення державного втручання та на заохочення тих суб'єктів, що дотримуються законодавчих вимог.

Органи державної влади і посадові особи зобов'язані здійснювати інспектування і перевірки діяльності суб'єктів господарювання неупереджено, об'єктивно й оперативно, дотримуючись вимог законодавства, поважаючи права і законні інтереси суб'єктів господарювання.

Якщо три попередні засоби направлені на забезпечення прав суб'єктів господарювання ще до їх порушення, то четвертий засіб це – захист вже порушеного права, який може здійснюватись як в адміністративному так і в судовому порядку.

Адміністративний захист здійснюється шляхом оскарження незаконного втручання органів державного нагляду (контролю) у господарські відносини до вищестоящих органів та посадових осіб.

Судовий захист здійснюється шляхом оскарження незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державного нагляду (контролю) до суду.

Захист суб'єктів господарювання від втручання в їхню діяльність державних органів має конституційну основу. “Кожному гарантується право на оскарження в суді рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб” (ст. 55 КУ). “Кожен має право на відшкодування за рахунок держави чи органів місцевого самоврядування матеріальної і моральної шкоди, завданої незаконними рішеннями, діями чи бездіяльністю органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб при здійсненні ними своїх повноважень” (ст. 56 КУ).

Важливими засобами захисту суб'єктів господарювання є оскарження неправомірних дій державних органів у встановленому законодавством порядку (ст.19 ГК).

Згідно зі ст.20 Господарського кодексу України одним із засобів захисту прав суб'єктів господарювання є визнання недійсними актів, що суперечать законодавству, ущемляють права та законні інтереси суб'єкта господарювання. Визнання незаконного акта недійсним може застосовуватися як єдиний засіб захисту, або поєднуватися з іншими засобами захисту і

відповідальності.

Нерідко у практиці поєднується вимога про визнання недійсними актів державних органів з позовом про повернення (зворотне стягнення) необґрунтовано списаних цими органами у примусовому порядку сум та відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої незаконними рішеннями.

Таким чином, засобами захисту від незаконного втручання державних органів у господарську діяльність підприємців є:

- визнання наявності або відсутності прав;
- визнання недійсними (повністю або в частині) актів державних та інших органів, які не відповідають законодавству і порушують права та інтереси суб'єктів господарювання або споживачів, що охороняються законом;
- відновлення становища, яке існувало до порушення прав та законних інтересів суб'єктів господарювання;
- припинення дій, що порушують право або створюють загрозу його порушення;
- відшкодування збитків, завданих підприємцям неправомірними діями посадових осіб;
- повернення з бюджету грошових коштів, безпідставно списаних у вигляді санкцій або за іншими підставами державними органами в примусовому порядку.

Підприємства, установи, організації мають право звертатись з такими заявами до адміністративних судів, яким підвідомча дана категорія справ.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. Полегенька, асистент

В сучасних умовах ринкових відносин, особливо з урахуванням нинішніх, турбулентних процесів, економічна діяльність агропромислових підприємств, яка спрямована на нарощування конкурентних переваг і забезпечення з їх допомогою стійкості своїх позицій, значною мірою залежить від своєчасного, правильного управління ефективністю їх діяльності. Управління ефективністю діяльності агропромислових підприємств необхідно розглядати як систему, яка складається з певної кількості елементів, а досягати успіху вона може лише за умов скоординованих дій її складових, правильно обраних методів управління, програми мотивацій та організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності підприємства.

Організаційно-економічний механізм управління підприємством – це комплексна система економічних, правових, організаційних, технічних та інформаційних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), які чинять вплив на економічні і організаційні параметри системи управління агропромисловим підприємством, що дозволяє йому керовано

розвиватися, а також регулювати його внутрішні і зовнішні економічні відносини і сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому [1].

Результатом використання даного механізму буде досягнення такого рівня ефективності діяльності промислового підприємства, який дасть йому можливість здійснювати свою діяльність у зовнішньому середовищі ефективно та отримувати чистий прибуток, забезпечувати стійкий фінансовий стан підприємства. Критерієм ефективності при такому підході управління підприємницькою діяльністю буде здатність господарської системи відповідати викликам екзогенних факторів та адаптація до них.

Доцільно відзначити, що організаційно-економічний механізм не може існувати як замкнена система, він є динамічною відкритою системою, яка враховує вплив множини внутрішніх та зовнішніх факторів, так як і промислове підприємство, рівень ефективності якого може гальмуватися або обмежуватися різними впливами та факторами [2].

Виходячи з цього, організаційно-економічний механізм ефективності діяльності агропромислового підприємства повинен виконувати наступні функції: - реалізація потенціалу, закладеного у кожній формі власності та господарювання, забезпечення конкуренції та співпраці між ними у справі підвищення ефективності господарської діяльності для виходу з економічної кризи на шлях економічного зростання; - забезпечення збалансованості та внутрішньовиробничої пропорційності між структурними ланками виробництва на основі ефективної господарської діяльності; додержання стійких стимулів підприємців, менеджерів, працівників і колективів у створенні якісно нових технологій, форм організації виробництва, маркетингового обслуговування, реалізації кваліфікації та творчого потенціалу всіх суб'єктів відтворення; - створення рівних економічних умов для реалізації соціально-економічного потенціалу та господарювання в організації ефективної господарської діяльності.

Використання тих чи інших форм управління визначається специфікою господарської діяльності агропромислових підприємств та їх фінансовою стратегією, відповідно, модель управління для різних підприємств однозначно буде відрізнятися, що дозволяє говорити про існування різних стратегій управління. Однак усю сукупність таких моделей можна згрупувати та виділити наступну їх типологію: - агресивна (наступальна) стратегія – забезпечення максимізації рівня реалізації через стимулювання збуту з метою збільшення прибутку суб'єкта; - захисна стратегія – забезпечення контролю витрат з метою збільшення прибутку суб'єкта господарювання як різниці між абсолютною величиною доходів та затрат, стратегія є ефективною у довгостроковій перспективі; - диверсифікована стратегія – поєднує у собі виважений компроміс між агресивною та захисною стратегіями, що дозволяє узгодити переваги та недоліки обох варіантів стратегій управління прибутком підприємства [3].

Отже, стратегія управління підприємством повинна бути спрямована на вдосконалення механізму формування та управління ефективністю діяльності підприємства, що сприятиме підвищенню результативності діяльності агропромислових підприємств та їх розвитку. Управління ефективністю діяльності підприємства необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, при цьому важливе значення необхідно слід звернути увагу на визначення пріоритетного напрямку використання ефективності діяльності підприємств – тезаврації коштів, що сприятиме подальшому його розвитку та покращенню і підвищенню ринкової привабливості агропромислових підприємств.

Література:

1. Савченко Т.І. Організаційно-економічний механізм управління підприємством. Науковий вісник РДГУ. 2016. Вип. 7(120). С. 6–12.
2. Транченко Л. В. Проблеми удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2005. Вип. 7. С. 188–195.
3. Ширко О.Є. Методика аналізу фінансових результатів підприємства. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. №12 (36). С. 78–84.

ОСОБЛИВОСТІ УКЛАДАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВИХ ДОГОВОРІВ З ПРАЦІВНИКАМИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КООПЕРАТИВАХ

В. Тропін, к.ю.н., доцент

Правовий статус та механізми діяльності сільськогосподарських кооперативів регулюються у сучасних умовах Законами України «Про кооперацію» [2] та «Про сільськогосподарську кооперацію» [3]. Це є базовими нормативно-правовими актами.

Відповідно до ч.2 ст.2 Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію», загальні принципи, поняття та норми утворення, забезпечення функціонування, управління та ліквідації сільськогосподарського кооперативу і кооперативних об'єднань, контроль за їх діяльністю, права та обов'язки їх членів, формування майна, фондів, цін і тарифів на продукцію та послуги, а також трудові відносини у таких кооперативах та об'єднаннях регулюються Законом України «Про кооперацію».

В свою чергу, статтею 34 Закону України «Про кооперацію» закріплено, що трудові відносини в кооперативних організаціях регулюються цим Законом, законодавством про працю, статутами кооперативних організацій та правилами їх внутрішнього розпорядку.

Для здійснення мети і статутних завдань кооперативна організація може залучати до роботи за трудовим договором осіб, які не є її членами. У разі залучення осіб на визначений строк чи на час виконання певної роботи за згодою сторін між кооперативною організацією та найманим працівником може укладатися договір у формі контракту.

В той же час, як свідчить практика господарської діяльності в Україні, фізичні особи виконують роботи (надають послуги) суб'єктам господарювання як на підставі трудового договору, так і на підставі цивільно-правових договорів.

Проте, чинне законодавство та усталена правозастосовна практика передбачає різні підходи щодо правової природи та можливостей застосування зазначених договорів, оскільки вони не є тотожними та мають багато відмінностей.

Так, фізичні особи, під час виконання робіт (надання послуг) за трудовим договором, повинні дотримуватися вимог трудового законодавства, а за умови укладання цивільно-правових договорів на виконання роботи (надання послуг) - керуються цивільним законодавством. На цьому наголошувало Мінсоцполітики, зокрема у листі від 20.04.2012 р. №64/06/187-12 [5].

Предмет договору, на перший погляд, не є суттєво різним у зазначених договорах, оскільки предметом трудового договору є виконання певної роботи за конкретною кваліфікацією - за професією (посадою), що передбачена штатним розкладом (ст. 21 КЗпП) [1], а цивільно-правовий договір спрямований на надання певного обсягу послуг, виконання певного обсягу робіт, що ним обумовлені (ст. 837, 901 ЦК України) [4].

Проте слід врахувати, що предметом трудового договору є безпосередньо праця працівника в процесі виробництва, а характер цивільно-правового договору визначає обов'язки з виконання визначеного в договорі обсягу робіт (надання послуг). Тобто метою трудового договору є виконання певних трудових функцій, що визначаються угодою з роботодавцем та в наступному фіксуються у таблиці обліку робочого часу. В той час метою цивільно-правового договору з виконання робіт (надання послуг) є отримання певного кінцевого матеріального результату, що фіксується у належному чином оформленому акті.

Особливостями є також й умови підпорядкованості осіб, що виконують роботи (надають послуги). Так, на відміну від найманого працівника, залучена за цивільним договором особа не повинна підкорятися правилам внутрішнього розпорядку роботодавця, не має власного робочого місця у роботодавця, не отримує від роботодавця засобів виробництва, а самостійно організовує процес виконання предмету договору на власний ризик та власними засобами, за що отримує винагороду у розмірі, у строки та у порядку, що визначені в договорі (в той час як наймані працівники отримують заробітну плату, яка виплачується їм щонайменше двічі на місяць).

Особи, що виконують роботи (надають послуги) цивільно-правовим договором не зараховуються до штату, у їх трудову книжку не вносяться відомості про прийняття та подальше переміщення у роботодавця і він не забезпечується жодними трудовими та соціальними гарантіями, передбаченими для найманих працівників КЗпП України. Окрім цього, слід зважати, що найманий працівник зобов'язаний виконувати трудові обов'язки особисто, без права передоручення третій особі, в той час як залучена особа у випадках,

встановлених в договорі, може покласти виконання своїх обов'язків на інших осіб. Окрім цього слід зважати, що в той час, як більшість трудових договорів укладаються на безстроковій основі, то цивільні договори не можуть бути безстроковими і укладаються на певний конкретно визначений строк (водночас, у випадках, визначених конкретним договором, вони можуть продовжуватися).

Якщо ж говорити про форму договору, то на відміну від цивільно-правового договору, письмова форма не є обов'язковою для оформлення трудових правовідносин між працівником та роботодавцем. Водночас, усний характер такого договору не виключає необхідність видачі роботодавцем спеціального наказу чи розпорядження про прийом працівника на певну посаду.

Під час укладання трудового договору особа зобов'язана пред'явити роботодавцю трудову книжку і паспорт або інший документ, що посвідчують особу, а також документ з реєстраційним номером облікової картки платника податків. Особи, які вперше шукають роботу і не мають трудової книжки, повинні надати паспорт, диплом або інший документ про освіту чи професійну підготовку. Неповнолітні, яким ще не виповнилося шістнадцяти років, замість паспорта подають свідоцтво про народження. Військово службовці, звільнені зі Збройних сил України, Національної гвардії України, Служби безпеки України та інших військових формувань, створених відповідно до законодавства України, подають військовий квиток. Звільнені з місць відбування кримінального покарання зобов'язані надати довідку про звільнення

В той же час, для укладання цивільно-правової угоди достатньо пред'явити роботодавцеві паспорт, який посвідчує особу та документ з реєстраційним номером облікової картки платника податків.

Література:

1. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1971. - додаток до №50. - ст. 375
2. Про кооперацію. Закон України від 10.07.2003 // Відомості Верховної Ради України. – 2004. - №5. - ст.35.
3. Про сільськогосподарську кооперацію. Закон України від 17.07.1997р.// Відомості Верховної Ради України. - 1997. - № 39. - ст.261.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. - №11. - ст.461
5. Щодо виконання робіт на підставі цивільно-правових договорів. Лист Міністерства соціальної політики України від 20.04.2012 р. №64/06/187-12 // Баланс. – 2012. - № 63.

ЕКОНОМІКА

ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

І. Вініченко, д.е.н., професор

За оцінками експертів український ринок молочної продукції достатньо розвинений, насичений і не відрізняється від європейських ринків. Однак за даними Державної служби статистики України споживання молочної продукції на одну особу в Україні значно поступається перед європейськими країнами. Спостерігаються зміни переваг вітчизняних покупців молочних продуктів. При незмінних обсягах споживання вони перейшли з категорії *modern dairy* на кисломолочні продукти, а молоко стали купувати не в магазинах, а на ринках. За цих умов, молочні підприємства змушені були орієнтуватися на виробництво продукції з низькою еластичністю попиту.

Сучасний ринок молочних продуктів України динамічно розвивається і все більшою мірою стає відкритим для виробництва нових продуктів харчування для близько 20 великих “гравців” і декілька сотень дрібних локальних товаровиробників. До великих компаній в молочному бізнесі належать Danone, комбінат Придніпровський, Галичина, Lactalis, Західна молочна група та ін. Кожна з цих компаній виробляє кілька видів молочної продукції [1, с.48].

Останніми роками на українському ринку молочних продуктів відзначаються позитивні зрушення. Визначилися інтенсивні регіони з високими показниками продуктивності й позитивною динамікою обсягів виробництва в молочному секторі. У вітчизняному молочному бізнесі спостерігається тенденція концентрації виробництва, витіснення дрібних молокозаводів з ринку, поглинання їх великими компаніями. Значні фінансові можливості останніх та агресивний стиль ведення бізнесу дають їм змогу міцно закріпитися на ринку. Куплені районні молокопереробні підприємства у кращому випадку вони використовують для виробництва деяких видів молочної продукції та збуту її на місцевому ринку, а в гіршому – для прийому, охолодження і транспортування сировини на головне підприємство.

Процес поглинання дрібних підприємств великими стає характерним і для європейських країн. Збільшення кількості товаровиробників молочної сировини зумовлює зниження ціни. Водночас переробка молока в розвинених країнах стає прерогативою великих компаній. Так, компанії Arla Foods належить 39 % ринку Великобританії, National Foods – 19 % ринку Австралії, Meiji Dairies – 30 % ринку Японії. Досить довго безумовним світовим лідером переробки молока залишалася італійська компанія Parmalat, що володіє 3 % світового ринку та 140 різними підприємствами по всьому світу. Проте нині одним з лідерів світового ринку переробки молока є новозеландська компанія Nestlé [2, с.136].

Слід зазначити, що в сегменті ринку продукції з незбираного молока в Україні поки що немає такої консолідації товаровиробників, як у Франції або Нідерландах. Так, 40 % вітчизняного ринку контролюють лише чотири мультинаціональні компанії (Wimm-Bill-Dann PepsiCo, Lactalis, Danone і Unimilk) та українська компанія «Галичина», 60-80 % інших компаній. За останні п'ять років частка «інших» у натуральному виразі скоротилася майже на 10 %. Проте частка дрібних регіональних підприємств на українському ринку молочної продукції з незбираного молока ще досить висока. Це свідчить, що ринок знаходиться на початковій стадії свого розвитку.

На українському ринку молокопродукції в найближчі два-три роки очікується подальша консолідація і зростання трьохрівневої конкуренції між молокопереробними підприємствами. На першому рівні – між великими підприємствами-лідерами галузі, зазвичай, за рахунок нецінових методів конкуренції. На другому – між великими та малими підприємствами, які донедавна працювали в розбіжних цінових сегментах та на різних ринках. Великі підприємства пропонували широкий асортимент якісної продукції за високими або середніми цінами, реалізуючи її, як правило, в столиці та містах-мільйонерах, залишаючи дрібним молокозаводам ринкову нішу дешевшої продукції у регіонах. Проте останнім часом молокопереробні гіганти наступають, намагаючись забрати у районних молокозаводів їхній сегмент ринку. На третьому рівні – серед дрібних, районних молокопереробних підприємств.

Література:

1. Вініченко І.І., Сидоров І.П. Організаційно-економічний механізм управління інвестиційним процесом в агропромисловому виробництві. Агросвіт. 2017. № 18. С. 47-51.

2. Россоха В.В. Управління вартістю молокопереробних підприємств. Київ.: ННЦ «ІАЕ», 2014. 264 с.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

О. Гончаренко, д.е.н., професор

Т. Самілик, к.е.н., доцент

Основною проблемою агровиробництва при переході на інноваційний шлях розвитку є обмеженість інституціонального забезпечення для мотивації економічних агентів у виробничій сфері до інновацій, а в науковій сфері – до прикладної діяльності, орієнтованої на формування інноваційних розробок.

Подальший розвиток вимагає всебічного аналізу сучасного організаційно-економічного інструментарію поширення інновацій, що дозволяє дати оцінку і розробити реальну стратегію, активна реалізація якої буде стимулювати модернізацію і науково-технічний прогрес в галузі. Першочергового значення набуває організаційно-економічне забезпечення впровадження і дифузії інновацій в аграрному секторі за рахунок вдосконалення організації та

інфраструктури інноваційного процесу, стимулювання інноваційної діяльності на всіх рівнях регулюючого впливу, підвищення інноваційної активності і сприйнятливості сільськогосподарських товаровиробників до нововведень.

Управлінський інструментарій ефективного розвитку аграрного сектора крім цілепокладання, виділення і систематизації базових параметрів, обґрунтування основних напрямів, супроводу бізнес-процесів управлінських рішень включає оцінку результативності проведеної аграрної політики, програм і стратегій з урахуванням витрат на їх досягнення. Досягнення результативності управління інноваційним розвитком аграрного сектора можна здійснювати на основі оцінки ефективності реалізації аграрної політики, стратегій, цільових програм на місцевому, регіональному та загальнодержавному рівнях; аналізу за напрямами ефективного розвитку (соціально-економічної, інституційної та екологічної сфери); по процедурам оцінювання (оперативний і стратегічний контроль, моніторинг, вироблення коригувальних заходів); по суб'єктах оцінювання (внутрішньогалузеві і міжгалузеві взаємодії при реалізації відтворювального процесу) і ін.

Реалізацію обґрунтованих альтернативних сценаріїв інноваційного розвитку доцільно здійснювати на основі відповідної концепції, яка націлена на оптимізацію ресурсів, акумулювання територіальних потенціалів і резервів в досягненні ефективності агропромислового виробництва. Концепція виступає певною системою поглядів і управлінських ідей, практична реалізація яких орієнтована на досягнення бажаного якісного стану.

Формування системної концепції має враховувати те, що сучасні умови господарювання і економічна невизначеність ускладнюють інституціональне середовище аграрної сфери. При цьому в самому аграрному секторі проходить перманентна централізація державного регулювання і дефрагментація агровиробництва з урахуванням специфіки і особливостей регіональних територіальних виробничих комплексів, що вимагає координації і збалансування внутрішньогалузевих, а також міжгалузевих взаємодій.

Успішність і ефективність реалізації концептуальної моделі досягається мінімальною кількістю узгоджувальних етапів, а також центрів прийняття управлінських рішень; конкретизацією вкладу і ресурсів, елементів і підсистем в їх концептуальній єдності; забезпеченням умов настання прогнозованих наслідків і мінімізації побічних ефектів; альтернативністю процесів і їх етапів, що забезпечують потенційну гнучкість; регламентацією методів та інструментів регулювання можливих внутрішніх протиріч або конфліктних ситуацій із зовнішнім середовищем; високим професіоналізмом реалізаторів.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМ АГРАРНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

С. Васильєв, к.е.н., доцент

Запровадження приватної власності на землю, роздержавлення земель колгоспів і радгоспів, передача їх у власність колективним сільськогосподарським підприємствам та розпаювання землі та майна між

працівниками й пенсіонерами з їх числа, створило умови для формування сільськогосподарських підприємств ринкового типу, великих і малих фермерських господарств, а також особистих селянських господарств на базі господарств населення.

Модель сучасного аграрного сектору України після трансформаційних процесів реформування характеризується наявністю різноманітних форм сільськогосподарського виробництва, що мають різні цілі функціонування, володіють та розпоряджаються якісно та кількісно різноманітним набором засобів виробництва та предметів праці, забезпечуючи при цьому багатокладність економіки.

У результаті трансформаційних перетворень в аграрному секторі економіки України було утворено систему господарських суб'єктів ринкового спрямування на основі двох груп: сільськогосподарських підприємств і господарств населення.

Подальший розвиток організаційно-правових форм аграрного господарювання відбувався різновекторно. Зокрема, кількість фермерських господарств, які в загальній структурі становлять понад 70%, змінила зростаючу динаміку на спадну, а збільшення кількості господарських товариств та приватних підприємств стало більш відчутним (табл. 1). Водночас відбувалося суттєве зменшення кількості виробничих кооперативів та державних підприємств порівняно з 2000 роком, а також переважно цей процес у такій же тенденції спостерігаємо щорічно.

Таблиця 1

Кількість підприємств за організаційно-правовими формами
в сільському господарстві України*

| Категорії підприємств | 2000 | 2010 | 2013 | 2014** | 2015** | 2016** | 2017** |
|--|----------------------------|------|------|--------|--------|--------|--------|
| | Кількість підприємств, од. | | | | | | |
| Усього | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |
| Господарські товариства | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |
| Приватні підприємства | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |
| Виробничі кооперативи | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |
| Фермерські господарства | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |
| Державні підприємства | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |
| Підприємства інших форм господарювання | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 | 592 |

*Розрахунки за даними Державної служби статистики України

**Без урахування тимчасово окупованих територій

Проведена трансформація забезпечила формування та формалізацію в аграрній сфері різних організаційно-правових форм підприємницьких структур, достатній рівень продовольчої безпеки держави, тобто задоволення потреб економіки і населення у відповідній продукції. Нині недержавним сільськогосподарським підприємствам належить провідне місце в аграрному підприємницькому середовищі, вони постійно збільшують частку валового виробництва сільськогосподарської продукції, яка становить 50 і більше відсотків у структурі виробників.

Водночас господарські структури постійно укрупнюються, що підтверджується поступовим зменшенням їх кількості у 2000-2018 рр., що характерно для усіх категорій, окрім фермерських господарств, чисельність яких збільшується.

ПРОДУКТИВНІСТЬ РЕКУЛЬТИВОВАНИХ ЗЕМЕЛЬ ЯК ОБ'ЄКТ ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Т. Галаган, к.е.н., доцент

Загальновідомо, що можливість функціонування культурної рослинності зумовлюється наявністю в ґрунті різноманітних властивостей і явищ. Це є аксіомою з усіх точок зору, у т.ч. і з економіко-екологічної. Але вона набуває специфічні особливості коли культурні рослини виростають в умовах техногенного середовища, де кожна окрема ділянка, навіть кожний окремий шар цієї ділянки, мають свої, тільки їм властиві, характеристики. По загальній сукупності своїх якісних властивостей природно-техногенні комплекси повинні мати сприятливі умови теплового, повітряного, водного та живильного режимів. Саме вони і зумовлюють рівень майбутньої економічної родючості земельної ділянки та відіграють вирішальну роль при цілеспрямованому освоєнні природно-техногенних комплексів у відповідній сфері економічної діяльності.

Таким чином, те, що ми називаємо словом родючість, в умовах техногенного середовища є, при більш докладному розгляді, дуже складною рівнодіючою силою досить складних і різноманітних властивостей природно-техногенних комплексів і тих явищ, що в них відбуваються.

В умовах техногенного середовища це явище і складає економічну (ефективну) родючість, яка представляє собою спільний вплив природної і штучної родючості, коли рекультивована земля отримує додаткові вкладення коштів і праці. Зазвичай мірилом економічної родючості виступає урожайність сільськогосподарських культур. Продуктивність цих рослин на варіантах без добрив знаходиться на рівні недоцільності їх використання. Лише бобові ставляться до цього індиферентно, бо вони спроможні проявити енергійну розчинюючу дію своїх кореневих систем, здатних функціонувати навіть у жорстких екологічних умовах природно-техногенних комплексів та сформувати певну кількість продукції.

Дві багаторічні бобові культури (люцерна та еспарцет) складають основу

багатокомпонентних травосумішів, урожаї яких здатні задовольнити потреби у кормах тваринницьких ферм.

Однак, головна увага при рекультивації природно-техногенних комплексів повинна бути направлена не стільки на отримання високої урожайності сільськогосподарських культур, скільки на підвищення рівня родючості (продуктивності) створених ґрунтів. Тим більше, що перехід аграрної сфери виробництва до ринкових відносин вимагає нових підходів до визначення ефективності використання рекультивованих земель.

Отже, рекультивованим землям, як предмету праці, властива здатність сприймати додаткові вкладення праці та коштів. В цьому випадку можна штучно створювати землі для цільового використання в певній сфері економічної діяльності. Скажімо, для вирощування сільськогосподарських культур, бо ці техногенні новоутворення володіють певним рівнем родючості і можуть бути залучені у сільськогосподарський оборот.

В контексті цього мислення дуже важливо мати на увазі і той факт, що на початку XXI століття перед усією людською спільнотою гостро постали проблеми екологічної безпеки на планеті, пошуку науково обґрунтованої стратегії відносин у системи «людина – суспільство – природа», актуалізації екологічної політики для запобігання деградації навколишнього середовища та глобальній екологічній катастрофі.

Для України, яка підписала Угоду про асоціацію з Європейським Союзом і його державами-членами (2013 р.), ці проблеми є особливо актуальними.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ

О. Масляєва, к.е.н., доцент

Динамічні трансформації у сфері науково-технічних досягнень, глобалізації економіки, розширення внутрішніх та зовнішніх ринків, все це зумовлює необхідність проведення своєчасних стратегічних управлінських рішень.

Сьогодні логістика має велике значення на агропромисловому підприємстві. Для того щоб підприємство залишалося завжди конкурентоспроможним, необхідно формування ефективних логістичних стратегій.

Поряд із функціональними стратегіями підприємства, а саме виробничою, маркетинговою, стратегією розвитку та інші, значне місце відіграє логістична стратегія. Вона ґрунтується на таких цілях як оптимізація рівня запасів, мінімізація часу переміщення матеріалів і виробів, забезпечення високого рівня логістичного сервісу, мінімізації загальних витрат.

Різні підходи до розуміння та ідентифікації логістичних стратегій пропонують різні автори, деякі з них наведені в таблиці. Розглянувши наведені визначення різних авторів, можна зробити висновки, що логістична стратегія є інструментом реалізації головної стратегії підприємства.

Підходи до розуміння та ідентифікації логістичних стратегій

| Автор | Визначення |
|----------------|---|
| Д. Уотерс | Логістична стратегія включає усі довготермінові рішення, поєднані з логістичною діяльністю, складається з усіх стратегічних рішень і планів щодо управління ланцюгом постачань, “формує зв’язок між більш абстрактними стратегіями вищого рівня та детально проробленими операціями, що виконуються в ланцюзі постачань” |
| В. Крикавський | Логістичні стратегії подібні до інших функціональних стратегій і взаємопов’язані з конкурентними. |
| А. Семенко | Трактує логістичну стратегію як “стратегію економічної (підприємницької) структури, тобто узагальнену модель дій, необхідних для досягнення головних (довгострокових) цілей шляхом координації та розподілу ресурсів структури (компанії, Фірми)”. |
| М. Родніков | Визначає як “стратегія довгострокового планування (на рівні підприємства чи району) розміщення капітальних вкладень у транспортну мережу, складське господарство та інші елементи інфраструктури ; формування тривалих господарських зв’язків, методик розрахунку під час логістичної операції та інші елементи господарського механізму на перспективу”. |

Використання логістичної стратегії сприяє досягненню максимально можливого варіанта. Логістичну стратегію можна трактувати, як сукупність дій, рішень та методів ефективного управління підприємством, а саме: управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

О. Ткаліч, к.е.н.

Фінансові інновації були й залишаються невід’ємною складовою економічного розвитку людства протягом останніх декількох сторіч. Сплески інноваційної активності чергуються з її послабленням або навіть відсутністю. За останні 30 років на фінансових ринках розвинених країн спостерігається бурхлива інноваційна діяльність, унаслідок якої появилися нові продукти, у т. ч. нові форми деривативів, альтернативні продукти перенесення ризику, біржові індексні фонди. Учасники інноваційної діяльності намагаються створити такі продукти, які б відрізнялися від існуючих і відповідали поступовим або стрімким змінам у економіці.

Внаслідок стрімких процесів глобалізації світової економіки та послідовного здійснення в Україні економічних реформ, що супроводжувались процесами приватизації, формування ринків (цінних паперів, праці, капіталу, інновацій тощо), промислові підприємства постали перед ринковою необхідністю впровадження нових форм і методів організації управління та,

разом з тим, вдосконалення механізмів реалізації досягнень НТП, від чого в подальшому залежить розвиток виробничої сфери, конкурентоспроможність продукції зокрема, та української економіки в цілому, ефективна інтеграція у світову економіку.

Джерела фінансування інноваційної діяльності класифікуються на: залучені кошти (добровільні внески, емісія цінних паперів, бюджетні кредити), власні кошти (доходи майбутніх періодів, резервний фонд, нерозподілений прибуток, амортизаційний фонд, статутний фонд) та запозичені кошти (кредити банків та кредитних спілок, кошти партнерів, ФПГ та інституційних інвесторів, кошти іноземних інвесторів та міжнародних фінансових інститутів, лізинг, кошти технопарків та технополісів, кошти венчурних фондів, кошти інноваційних фондів, кошти замовників, бюджетні кошти). На різних етапах життєвого циклу інновації залучаються різні джерела фінансування [1].

Суб'єктами фінансування інноваційної діяльності можуть бути інноваційні підприємства (наукові організації, інноваційно-активні підприємства, об'єкти інноваційної інфраструктури), державні органи влади (міністерства та відомства), спеціалізовані інноваційні фонди, різноманітні фінансові установи (банки, інвестиційні та страхові компанії, недержавні пенсійні фонди та ін.), венчурні фонди, іноземні інвестори та приватні особи.

Зазначимо, якщо за основу оцінки фінансового забезпечення взяти його ресурсну складову (тобто розглядати як сукупність фінансових ресурсів усіх суб'єктів фінансової системи), то виникає питання, пов'язане з відсутністю єдиної думки щодо визначення фінансових ресурсів, їх економічного змісту та джерел формування. Фінансові ресурси інноваційних підприємств являють собою ту частину інвестицій, яку спрямовують на розробку та впровадження як технологічно нових, так і значно вдосконалених продуктів і процесів, організаційних і управлінських методів тощо. Їх економічний зміст виявляється в стимулюванні інноваційної активності і прирості кінцевих результатів інноваційної діяльності – інновацій.

До того ж, вкладення фінансових ресурсів в інновації характеризуються значним часовим лагом від моменту авансування коштів в інновації до одержання комерційної віддачі від них. Таким чином, на наш погляд, поняття «ризиковий капітал» найадекватніше відображає характер використання фінансових ресурсів для здійснення інноваційної діяльності, характер зв'язку між різними етапами інноваційного циклу. Водночас необхідно розуміти, що ступінь ризику інвестицій у нововведення істотно варіюватиметься залежно від рівня невизначеності кінцевого результату інновацій (ступеня новизни) [2].

На сучасному етапі найперспективнішим напрямом є залучення до інвестиційної діяльності в Україні корпоративного сектора економіки.

Література:

1. Юркевич О.М. Фінансове забезпечення науково-технічної інноваційної діяльності // Фінанси України. 2004. № 6. С.106–102.
2. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. К.: Знання, КОО, 2002. С. 316.

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

А. Сітковська, к.е.н., доцент

Підвищенню конкурентоспроможності аграрних підприємств сприяє використання можливостей зовнішнього середовища, до якого відноситься особливі розвитку підприємництва в регіонах. Так, активна заохочувальна розробка регіональних стратегій «розумної спеціалізації», яка повинна бути індивідуальною для кожного регіону впливає на підприємницьку орієнтацію господарюючих суб'єктів. Різні регіони стикаються з різними проблемами і мають унікальні можливості, які має враховувати така стратегія. Таким чином, бути «розумним» не означає копіювати хороші ідеї інших регіонів, особливо якщо розробляє стратегію спеціалізації регіон істотно відрізняється від того, в якому стратегія була підготовлена спочатку. Суть ідеї в тому, щоб регіональна стратегія сформувалася на основі переваг і потенціалу конкретного регіону та враховувати такі властивості як: підприємницьке відкриття, тобто на регіональному рівні - зосередитися на видах діяльності, а не на секторах; спеціалізована диверсифікація; експериментування, тобто свідомо йти на ризик, так як будь-яка стратегія може бути приречена на провал; інклюзивність стратегії, тобто це означає, що у кожного сектора повинен бути шанс на включення в стратегію, якщо буде запропонований привабливий (з економічної точки зору) проект. Стратегія «розумної спеціалізації» може базуватися на існуючих діяльності, зокрема на динамічно взаємопов'язані процеси «со-конкуренції», «ко-еволюції» і «со-спеціалізації» (co-opetition, co-specialization, co-evolution, 3C). Концепція «розумної спеціалізації» допомагає в регіонах удосконалювати дослідницькі та інноваційні стратегії окремих суб'єктів підприємництва, виходячи з ключових принципів, зокрема багаторівневого управління, підприємницької орієнтації. Підприємницька стратегічна позиція, яка буде враховувати пропозиції регіональної, надає веденню господарської діяльності численні переваги. Підприємницька орієнтація також розглядається як унікальний ресурс - організаційна спроможність, що дозволяє посилювати конкурентні переваги і покращувати результати.

Концепція підприємницької орієнтації характеризує активну стратегічну позицію підприємств і пов'язана з безперервним розвитком інноваційної діяльності, проактивною поведінкою і готовністю інвестувати в проекти з високим ступенем невизначеності, коли результат неочевидний, а ймовірність успіху – невідома. Бізнес-клімат в кожній конкретній країні формує відповідну підприємницьку поведінку і визначає особливості її впливу на конкурентоспроможність підприємств. Таким чином, дослідження зв'язку останньої з підприємницькою орієнтацією в контексті ринку, що розвивається допоможе краще зрозуміти сутність зазначеної залежності в конкретному зовнішньому середовищі і оцінити значимість кожного з названих компонентів для підприємства.

Беручи до уваги, що концепції, сформульовані для розвинутого ринку,

зазвичай вимагають адаптації при застосуванні до ринків, що розвиваються оцінимо взаємозв'язок компонентів підприємницької орієнтації на певній вибірці. Встановлено, що в українському контексті вона сприймається як двомірний конструкт, в якому інноваційність та проактивність об'єднані в одну складову, а готовність до ризику представляє окремий компонент. Розглядаючи особливості умов, в яких діє підприємство, відмітимо як одну з пріоритетних характеристик важливість зовнішнього середовища у формуванні зв'язку між підприємницькою орієнтацією і конкурентоспроможністю підприємств аграрного сектору економіки.

МАРКЕТИНГ

МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК АДАПТАЦІЙНА СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

*В. Писаренко, д.е.н., професор
Полтавська державна аграрна академія
М. Багорка, д.е.н., доцент*

В період реформування та сучасного розвитку економіки України вкрай важливою є адаптація вітчизняних підприємств до умов динамічного зовнішнього середовища, де особливо жорстокими стають умови ведення бізнесу на внутрішньому і зовнішньому ринках, конкурентне середовище, процеси інноваційного розвитку та організаційні трансформації. На ефективну діяльність сучасних підприємств впливає велика кількість чинників як зовнішніх так і внутрішніх.

Можливість та ефективність адаптації підприємств до змін середовища їх функціонування залежать від сформованого ними потенціалу, зокрема маркетингового. При цьому успішним може бути тільки підприємство, яке не тільки володіє маркетинговим потенціалом, але і здатне його постійно нарощувати.

Маркетинговий потенціал є одним із найважливіших чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємства, який має реалізовуватися за допомогою створення відповідних структур управління, системи моніторингу ринків, маркетингового аналізу, формування комплексної інформаційної системи [1, с. 24].

Не маючи достатнього досвіду та інструментів стратегічного управління, які б дозволили ураховувати наростаючу конкуренцію, нестабільність і високий рівень невизначеності зовнішнього оточення, підприємствам дуже складно забезпечити ефективність діяльності та високий рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку. В цьому контексті необхідно розуміти, що у системі ринкових економічних відносин, в результаті дії низки

притаманних особливостей підприємствам важко пристосуватися до змін бізнес-середовища. Враховуючи цей факт, впровадження маркетингового підходу у практичну діяльність торгівельних підприємств є резервом для підвищення ефективності використання наявного ресурсного потенціалу, а особливо маркетингового для забезпечення його конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Більшість авторів акцентують увагу на маркетинговому потенціалі як на інструменті, що допомагає суб'єкту господарювання максимізувати результати діяльності. Так Н. Рожко, О. Бурлицька доводять, що сутність маркетингового потенціалу полягає в максимально можливій спроможності господарського суб'єкта використовувати всі передові напрацювання в галузі маркетингової діяльності [2, с. 62].

Деякі фахівці вважають, що маркетинговий і ринковий потенціал інтерпретуються однаково. Але ми вважаємо, що це рівні поняття. На нашу думку, важливою складовою маркетингового потенціалу є кадровий склад працівників, організаційна структура служби маркетингу, тобто вирішальну роль має людський фактор, розкриття здібностей, ініціатив, соціальної відповідальності. І ще ми переконані, що до питання маркетингового потенціалу необхідно підходити виходячи з концепції інтегрованого маркетингу.

На нашу думку, маркетинговий потенціал це не просто можливості підприємства, а складова інтегрованої маркетингової системи підприємства, в основі якої лежить маркетингова концепція управління, організація і реалізація ефективних маркетингових заходів за допомогою маркетингового інструментарію, система досліджень, збору і аналізу інформації, організація стратегічного планування і контролю маркетингової діяльності. Ми переконані, що підвищення прибутковості підприємства напряму залежить від зростання його маркетингового потенціалу, який відповідає реальним можливостям і компетентностям підприємства, що мають бути реалізовані. Треба також зауважити, що можливості можуть бути і нереалізовані, і спричинити негативний вплив на результат діяльності підприємства.

Основу маркетингового потенціалу становлять групи елементів: комплекс маркетингу, маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз інформації, матеріальні активи, людські ресурси, кваліфікована робота служби маркетингу.

Маркетинговий потенціал як складова концепції інтегрованого маркетингу дозволить зменшити негативні наслідки змін, в умовах невизначеності майбутнього, полегшить роботу підприємства в коротко- та довгостроковій перспективі, налагодить командну роботу працівників стратегічних господарських підрозділів підприємства.

Важливо враховувати, що процес формування маркетингового потенціалу сучасних підприємств має певні особливості, які пов'язані з специфічними особливостями галузі, в якій функціонує підприємство; номенклатурою та асортиментом продукції підприємства, витратами на виробництво і реалізацію продукції/послуг та формуванням ціни, державним регулюванням цін на деякі

види продукції, а також специфікою логістики.

Отже, маємо відзначити, що маркетинговий потенціал є інструментом, за допомогою якого підприємство зможе визначити свій існуючий стан, виявити невикористані резерви і розробити ефективні стратегії розвитку.

Література:

1. Божко В.М. Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом / В.М. Божко // Економіка та управління персоналом, економічний форум. – 2012. – 43 с.

2. Рожко Н. Формування маркетингового потенціалу в умовах сучасного ринку / Н. Рожко, О. Бурлицька // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 2 (27). – С. 60-63.

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Т. Ільченко, к.е.н., доцент

Проблема розподілу та збуту сільськогосподарської продукції вирішується ще на початковому етапі розробки політики аграрного підприємства – відбувається підбір більш ефективнішої системи, каналів і методів збуту продукції в розрахунку на цільові сегменти ринку. Тобто виробництво продукції на підприємстві на початковому етапі орієнтується на використання конкретних форм і методів збуту виробленої продукції, на найсприятливіші умови її реалізації. Тому формування ефективної розподільчо-збутової системи на підприємстві направлене на визначення оптимальних обґрунтованих напрямів і засобів збутової діяльності, необхідних для забезпечення ефективного процесу реалізації продукції та досягнення запланованих результатів.

На сучасному етапі розвитку теорії маркетингу діяльність щодо реалізації та збуту продукції розглядається у двох аспектах:

1. Перший аспект передбачає створення ефективної системи заходів з раціонального розподілу й реалізації продукції, а саме:

-вибір стратегії збуту;

-побудова збутової мережі, що включає встановлення каналів розподілу з визначенням кількості посередників та зазначенням їх якісних характеристик;

-розробка комунікаційних рішень щодо цінової й комунікаційної підтримки всередині збутової мережі.

2. Другий аспект розглядає збутову діяльність як систему заходів з ефективного фізичного переміщення продукції від виробника до кінцевого споживача. До цих заходів відносять:

-вибір транспортних засобів для доставки продукції;

-встановлення раціональних маршрутів руху продукції;

-визначення кількості та місця розташування складів для збереження продукції;

-створення інформаційного забезпечення системи «виробник-споживач»

[1].

В цілому завдання по збуту продукції підприємства на практиці прийнято поділяти на дві групи: стратегічні й тактичні. Так, стратегічні завдання пов'язані з формуванням та організацією каналів збуту:

- 1) прогнозування перспективних каналів збуту;
- 2) вибір прямого чи опосередкованого каналу збуту;
- 3) вибір оптимальних каналів збуту, маршрутів збуту, розміщення складів для збереження сільськогосподарської продукції.

Тактичні завдання розподілу включають:

- 1) роботу з наявними споживачами та залучення нових;
- 2) пошук й відбір комерційних пропозицій на поставку продукції;
- 3) організацію виконання замовлень й поставку товарів: визначення маршрутів збуту, перевірку наявності необхідних товарних запасів, заходи по стимулюванню збуту та ін. [2, с. 234].

Підрозділи по управлінню підприємством, які саме забезпечують розвиток системи розподілу, можуть бути представлені у вигляді таких організаційних структур: відділ збуту продукції, відділ маркетингу, група по збуту, яка входить в склад інших управлінських підрозділів підприємства.

Основними завданнями відділу маркетингу по забезпеченню ефективної збутової діяльності є:

- маркетингове дослідження та прогнозування споживацького попиту;
- дослідження та вивчення діяльності конкурентів;
- вибір найбільш оптимальних каналів збуту товарів та форм їх розподілу, які задовольнятимуть вимоги споживача;
- організація та встановлення дієвих договірних відносин на постачання продукції;
- створення необхідних умов для забезпечення замовленою продукцією в передумовлені договором терміни.

При цьому варто зауважити, що не існує універсальних системи та структури управління збутовою діяльністю підприємства, які б ідеально підходили всім компаніям й ситуаціям. Кожне підприємство, в тому числі й аграрне, має вибрати для себе ту систему й ту структуру, яка б щонайкраще відповідала потребам саме його клієнтів й загальній маркетинговій стратегії. Водночас управлінська структура має бути гнучкою, щоб підприємство могло вчасно пристосовуватися до мінливої ситуації на ринку відповідно до своєї мети [3, с. 69].

Саме маркетинг за рахунок формування ринків підприємства, налагодження зв'язків зі споживачами та з усіма заінтересованими сторонами забезпечує конкурентоспроможність й ефективність агробізнесу як усередині країни, так і за її межами.

Література:

1. Гончаренко І.Г. Теоретичні основи розподілу продукції підприємства / І.Г. Гончаренко // Держава та регіони. – 2007. – №3 – С.64-67.
2. Сухарський В.С. Менеджмент: теорія, методологія, практика. Монографія / В.С. Сухарський. - Тернопіль: Астон, 2002. – 416 с.

3. Янишин Я.С., Кашуба Ю.П. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві // Економіка АПК. – 2013. – № 9. – С. 67-70.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*І. Кадирус, к.е.н., доцент
А. Донських, к.е.н., доцент*

Основною метою маркетингових комунікацій є інформування споживачів та формування попиту, тому основне завдання фахівців з маркетингу полягає в використанні всіх можливих інструментів маркетингових комунікацій, щоб максимально збільшити вплив своєї комунікаційної діяльності на споживачів.

У зв'язку з стрімким розвитком телекомунікацій, супутникового та кабельного телебачення, інтерактивних терміналів, маркетингові комунікації постійно доповнюються новими сучасними комунікаційними елементами.

Постійно розробляються й використовуються нові інтерактивні маркетингові комунікації, які розширюють можливості бізнес-комунікацій і підносять їх на якісно новий рівень, оскільки дозволяють ефективно подавати інформацію споживачам в повному обсязі та з високою швидкістю. Така активність нових комунікаційних каналів сприяє тому, що споживачі стають активними учасниками маркетингових комунікативних процесів – вони мають можливість не тільки отримувати інформацію, а й обирати, ту яка їм потрібна, встановлювати та підтримувати зворотній зв'язок з продавцем.

Сучасні засоби зв'язку дають доступ споживачам до великих обсягів інформації у різних сферах маркетингу. Наприклад, використовуючи мережу Інтернет можна отримувати велику кількість інформації про товари та їх характеристики, рівень цін, здійснити порівняння цих товарів з товарами конкурентів.

Ефективним каналом розповсюдження інформації є «маркетинг пліток Word of mouth, Buzz Marketing – заходи з комунікації, які передбачають передачу інформації про товар, торгівельну марку індивідуально від однієї людини до іншої (або до певної групи людей) під час розмови, телефонної розмови, у блогах, через електронну пошту [2].

Різновидом Word of mouth є вірусний маркетинг. Це метод популяризації рекламної інформації, при якому головним розповсюджувачем контенту є його одержувачі. Основним його завдання є створення такого рекламного продукту, який би максимально зацікавив користувачів і надихнув їх настільки, що вони матимуть бажання поділитися цією інформацією з іншими. Вірусний контент поширюється за лічені хвилини: на Facebook, YouTube, в блогах, в особистих повідомленнях, в бесідах при особистих зустрічах. Фактично це маркетинг з вуст в уста.

Прикладом маркетингу Word of mouth є Evangelist marketing – заходи з маркетингу, які передбачають формування такої довіри у споживача до товару,

що він з власної волі починає переконувати інших споживачів купити цей товар.

Досить широко почало застосовуватися QR-кодування, необмежені можливості якого створюють умови для онлайн-взаємодії підприємств і споживачів. QR-коди можна побачити в газетах і рекламі, на упаковках продукції, в торгівельних закладах, на стінах будівель, де вони містять, в більшості випадків, адреси Інтернет ресурсів.

Мобільні Android- та Ios-додатки є на сьогодні дуже актуальними у формуванні позитивного ставлення споживачів до бренду, які дозволяють підприємствам не стільки збільшувати клієнтську базу, скільки підвищувати лояльність вже існуючих споживачів [1].

Ще один сучасний інструмент маркетингу – це SMS-маркетинг, при якому просування товарів і послуг відбувається з розсилкою SMS-повідомлень на мобільні телефони споживачів.

Кожен з наведених інструментів маркетингових комунікацій має свої особливості застосування та сфери найбільш доцільного використання, але разом вони створюють єдиний комплекс маркетингових комунікацій.

Отже, для ефективного просування товарів і послуг необхідно сформувати універсальний інструмент просування – інтегровані маркетингові комунікації, які, використовуючи різні елементи, одночасно дають можливість підсилити один одного та отримати синергійний ефект. Використання останнього дозволяє підприємству створити цілісний образ у свідомості покупця, а також дає можливість апелювати до логічної та емоційної складової, не втрачаючи завдяки цьому у величині ефекту.

Література:

1. Ілляшенко С. М. Аналіз застосування інтернет-технологій і методів у сучасному маркетингу / С. М. Ілляшенко // Зб. тез доповідей П'ятої міжнар. науково-практ. конференції «Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу». 29 вересня – 1 жовтня 2011 р. – Суми: ТОВ «Папірус», 2011. – С. 83 – 84.

2. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань: Візаві, 2018. – 191 с.

СУТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Л. Курбацька, к.е.н., доцент

Диверсифікація – це один із видів економічного процесу, основна суть якого полягає у розвитку декількох невзаємопов'язаних або обслуговуючих виробництв, розробці нових видів товарів, робіт та послуг. Загальновідомо, що диверсифікація – це процес розвитку діяльності підприємства, який передбачає збільшення кількості видів продукції при одночасному проникненні у нові сфери діяльності, освоєння нових видів виробництв, розширення асортименту товару, за умови не тільки диверсифікації товарних груп, але й одночасного

розповсюдження підприємницької діяльності на нові види діяльності підприємства.

В сучасних умовах актуальності набуває дослідження питання розробки прикладного інструментарію формування маркетингової стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Слід враховувати, що диверсифікація може бути застосована на будь-якому підприємстві, адже є найбільш доцільним та зручним методом коригування будь-яких диспропорцій чи то проблем, пов'язаних з розподілом всіх задіяних видів ресурсів.

Диверсифікація діяльності підприємства має відбуватися з урахуванням маркетингової стратегії, адже це є передумовою необхідності та можливості формування цілісної концепції маркетингу диверсифікації. При цьому, концепція характеризується місією диверсифікації та має ґрунтуватися на об'єктивній інформації щодо споживчого попиту на нові послуги та/або знаннях щодо попиту на інші послуги на інших ринках.

До основних складових маркетингової стратегії диверсифікації діяльності підприємства належать:

- мета – спрямована на стабілізацію та зростання прибутку, досягнення соціальних цілей, підвищення конкурентоспроможності підприємства загалом та в розрізі окремих товарів та послуг, досягнення стабільності та сталого розвитку за усіма напрямками діяльності);

- інформаційна база – включає інформацію щодо вимог споживачів, стану та динаміки платоспроможного попиту, стану конкуренції на ринку продукції. Отримати інформацію можна, використовуючи методи: PEST-аналіз, матриця БКГ, SWOT-аналіз, матриця Ansoff тощо.

- інструментарій – безпосередньо прикладні інструменти, які застосовуються для формування стратегії.

Розробку та реалізацію стратегії диверсифікації необхідно здійснювати з урахуванням наступних етапів маркетингової діяльності та відповідних стратегій:

- стратегія концентрованої диверсифікації – базується на пошуку та використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів або надання послуг, які містяться в існуючому технологічному процесі (при цьому існуючі послуги залишаються основою бізнесу, а нові послуги виникають, виходячи з тих можливостей, які мають місце в освоєному ринку, використаній технології або ж інших сильних сторонах підприємства);

- стратегія горизонтальної диверсифікації – припускає пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нових послуг, що, в свою чергу, вимагає нової технології, відмінної від існуючої (ця стратегія має переорієнтувати підприємство на технологічні інновації для існуючих споживачів, надаючи новий рівень якості послуг та обслуговування);

- стратегія конгломеративної диверсифікації – передбачає розширення підприємством сфер діяльності шляхом виробництва технологічно не пов'язаних видів продукції, що реалізуються на нових ринках (це є однією з найскладніших для реалізації стратегій розвитку, оскільки вимагає не тільки

фінансових витрат, а й інвестування інтелектуального, технологічного та інших ресурсів).

З огляду на зазначене, маркетингова стратегія диверсифікації діяльності підприємства, має відповідати наступним вимогам: узгоджувати всі напрями діяльності підприємства з урахуванням взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів; сприяти успішному розвитку підприємства за всіма напрямками диверсифікації; розвивати функції маркетингу та менеджменту для забезпечення сталого розвитку підприємства на ринку; забезпечувати взаємодію та координацію діяльності всередині підприємства, зокрема між структурними підрозділами, що має особливе значення для товароруку продукції та ресурсів.

Розроблена відповідно наведеної концепції стратегія являє собою комплекс принципів, методів і механізмів прийняття управлінських рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей та успіх виробничих підприємств при постійно мінливих ринкових умовах.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА РЕГІОНУ

І. Білоткач, к.е.н., доцент

Одним із головних питань в розвитку ринку органічної сільськогосподарської продукції в Україні на даний час є формування ефективної інституціональної інфраструктури яка забезпечить всіх учасників процесу можливостями раціонально виробляти, транспортувати, реалізовувати та споживати органічну сільськогосподарську продукцію та продукцію отриману після її переробки як на загальнодержавному так і на регіональному рівні. Важливою умовою формування і розвитку ефективного функціонування ринку органічної сільськогосподарської продукції виступає наявність якісного інституційного забезпечення, що сприяє формуванню оптимальної інфраструктури, якісному виконанню функції розподілу, нагромадження, маркетингову, комунікаційну тощо.

Якісна інституціональна інфраструктура буде сприяти забезпеченню скорочення непродуктивних витрат на отримання органічної сільськогосподарської продукції, підвищить її якість, сприятиме формуванню оптимальних ринкових цін.

Все вищенаведене обґрунтовує актуальність цього дослідження, що має важливе значення для розвитку як ринку органічного агровиробництва так і інституціональної системи взагалі в нашій країні та за її межами.

Україна має добрі умови для виробництва органічної сільськогосподарської продукції, а саме: наявність великих площ родючих ґрунтів; відносно низький рівень використання хімічних засобів захисту рослин та мінеральних добрив; потенційно великий внутрішній ринок для споживання органічної сільськогосподарської продукції; розвиток органічного руху на території України. Але органічне сільське господарство на теперішній час не

завжди є високоефективним [1].

Серед основних причин які стримують ефективність виробництва органічної продукції в Україні науковцями виділяються такі: недосконале інституційне забезпечення та відсутність державної фінансової підтримки; інноваційна пасивність більшості виробників та управлінських структур; слабка обізнаність виробників щодо специфіки органічного виробництва та населення щодо переваг органічної продукції; переважання експорту органічної сировини; переробка, виробництво, гуртова та роздрібна торгівля органічними продуктами споживання все ще перебувають у нерозвиненому стані; дефіцит насіння та інших сільськогосподарських культур органічного походження; недостатня кількість великої рогатої худоби як основного виробника органічних добрив; висока вартість позичкових коштів (відсоткові ставки на сільськогосподарські кредити на рівні 25–29 %); високе техногенне навантаження на площі Центральної та Східної України [2].

Загальна площа сертифікованих сільськогосподарських угідь в Україні, на яких вирощується органічна продукція з кожним роком зростає. Станом на 2017 р. вона становила 420,0 тис. га, що на 155,5 % більше порівняно з 2002 р. Таке стрімке зростання площ, що обробляються, можна пояснити специфікою економічного розвитку України. У складний період переходу до ринкових відносин деякі поля тут не оброблялися по декілька років. За наявності історії полів і допустимих хімічних показників ґрунту проходження процесу сертифікації виробництва за органічними стандартами займало період до двох років [3].

Стратегічним напрямом розвитку регіональної політики сьогодні повинна стати реалізація нової, активної ролі регіону як суб'єкта сталого розвитку й усвідомлене використання регіональними управлінцями, експертами і громадськими активістами принципів сталого розвитку під час підготовки стратегічних документів розвитку й утілення розроблених програм у життя. Дніпропетровська область – одна з найбільш економічно розвинених областей України. Проте нинішня структура економіки області не є запорукою прискореного розвитку та гарантією стабільного поліпшення якості життя її мешканців.

Відсутність цілеспрямованої державної та регіональної політики щодо подолання визначених загроз розвитку призводить до консервації неефективної економічної структури Дніпропетровського регіону, закріплення та подальшої експлуатації нераціональних напрямів розвитку: сировинної спеціалізації, нераціонального та неефективного використання природно-ресурсної бази, соціально-економічного, виробничого, інвестиційного та науково-технологічного потенціалу. Переведення економіки Дніпропетровського регіону на інноваційний шлях розвитку є однією з головних умов забезпечення сталого розвитку в економічній сфері. Але інноваційна активність поки що залишається на низькому рівні.

З метою удосконалення інституційного регулювання органічного виробництва, зберігання, транспортування обігу та маркування органічної

продукції та адаптації вимог органічного законодавства до права ЄС (оскільки більше 70% органічної продукції виробленої в Україні експортується до країн ЄС) 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 новоприйнятому Законі враховані директиви й регламенти ЄС, що дозволить адаптувати українське законодавство до європейського; удосконалено вимоги до виробництва, маркування та обігу органічної продукції; та внесені інші вимоги як для виробників так і інших потенційних суб'єктів ринку органічної сільськогосподарської продукції та органів сертифікації та контролю [4].

Формування ефективного маркетингу органічного сектора потребує налагодження системи маркетингової взаємодії та партнерства на засадах концепції маркетингу відносин на регіональному рівні. Такі відносини можуть розвиватися: між усіма учасниками ланцюга створення вартості (цінності для споживачів і суспільства); між товаровиробниками і державними та іншими владними інституціями (угоди, договори про розподіл продукції, інституціональну взаємодію державної влади з бізнесом); між державою та проміжними споживачами – суб'єктами соціальної сфери (формування поінформованості, лояльності, взаємодії).

Впровадження державно-приватного партнерства має свої переваги для обох сторін. Перевагами такого партнерства для держави є активізація підприємницької діяльності, підвищення ефективності ринкової інфраструктури. Держава на регіональному рівні повинна надавати підприємцям, які займаються виробництвом та просуванням органічної сільськогосподарської продукції, гарантії довгострокового співробітництва, законодавчу базу, ведення достовірної статистичної звітності, фінансову та інформаційну підтримку. Органічні товаровиробники повинні мати конкурентоспроможний доступ до ресурсів, спрощення процедур сертифікації, можливості кредитування та страхування на пільгових умовах під державні гарантії тощо. Співробітництво у вигляді державно-приватного партнерства дозволить забезпечувати узгодження та врахування взаємних інтересів держави і бізнесу в реалізації спільних інноваційно-інвестиційних проектів, цільових галузевих програм тощо. Публічними партнерами органічних товаровиробників можуть бути держава, регіональна влада, територіальна громада, підприємства, установи, організації.

Отже, реалізація окреслених напрямів інституціонального розвитку регіону з підтримки розвитку органічного сектора аграрної економіки в умовах складного економічного становища має органічно доповнюватись формуванням і реалізацією маркетингового управління, заснованого на партнерських відносинах. На сучасному етапі розвитку економічних систем різних рівнів набувають розвитку якісно нові управлінські технології, засновані на активній взаємодії бізнес-партнерів. Мережеві форми взаємодії та координації суб'єктів

ринку забезпечують надійність і стабільність функціонування, нарощування доданої вартості продуктів (послуг), знижують трансакційні витрати та ризики.

Література:

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

2. Лупенко Ю.О. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / Ю.О. Лупенко; за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ННЦ “ІАЕ”, 2012. – 182 с.

3. European Organic Farming Statistics. Available at: <http://www.organic-europe.net>.

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

ВПЛИВ ІНФРАСТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ СЕЛА

Л. Безугла, к. н. держ. упр., доцент

Українські села мають багату історичну та архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, мальовничі ландшафти, лікувально-рекреаційні ресурси. Але значною проблемою для багатьох сіл є брак робочих місць, зростаючий надлишок робочої сили, що звільняється з сільськогосподарського виробництва. З огляду на відсутність потрібних капіталовкладень на створення нових робочих місць, більше уваги слід приділяти галузям, які не потребують для свого розвитку великих коштів. До таких галузей відноситься сільський зелений туризм, який давно практикується в різних країнах світу.

Розглянемо основні різновиди сільського зеленого туризму на рис.1.

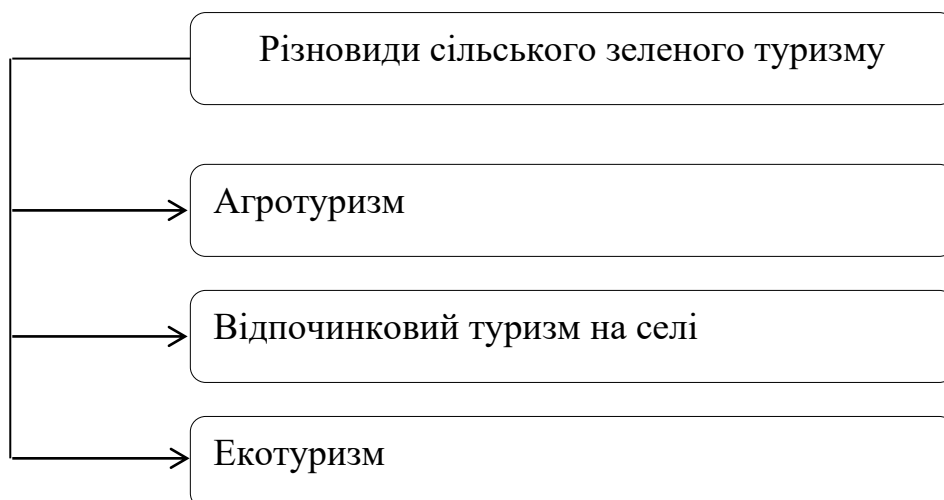


Рис.1. Основні різновиди сільського зеленого туризму

Агротуризм – це вид сільського зеленого туризму, пізнавального та розважального характеру, пов'язаний з використанням особистих господарств населення, або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовуються в аграрній сфері. Цей вид може не мати обмежень в завантаженості території та в регламентуванні видів розважального відпочинку.

Відпочинковий туризм на селі – це вид сільського зеленого туризму, базою якого являється капітальний житловий фонд господарських садиб та наявні природні, рекреаційні, історичні та архітектурні, культурно-побутові та інші визначні місця та пам'ятки місцевості.

Екотуризм – це вид сільського зеленого туризму, характерний для сільських місцевостей, які розташовані в межах територій національних парків, природних заповідників, урочищах, заказниках і т.д., де передбачені відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовано види розважального відпочинку.

Головним елементом в системі забезпечення функціонування зазначених видів туризму виступає сільська родина, яка надає житло, забезпечує харчуванням і знайомить з особливостями сільської місцевості. Для того, щоб здійснювати та урізноманітнювати можливості розвитку сільського зеленого туризму необхідно володіти інформацією даної сфери на відповідному рівні, запозичувати закордонний досвід, стажуватися та навчатися.

В сучасних реаліях формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону. Сільський зелений туризм в більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох соціально-економічних проблем села. В умовах загальноекономічної кризи економічно-соціальні проблеми села надзвичайно загострилися, таким чином, широке поширення і розвиток сільського зеленого туризму особливо являється бажаними.

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає:

- в розширенні сфери зайнятості сільського населення;
- в наданні додаткової можливості заробітку;
- в розширенні можливості зайнятості сільського населення не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування.

При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток інфраструктури сфери послуг: транспорту, зв'язку, торгівлі, побутової служби, рекреаційних закладів відпочинку та розважально-пригодницьких послуг та інших.

Особливо сприятливі умови для розвитку сільського зеленого туризму створюються на територіях національних і ландшафтних парків. Важливим результатом розвитку сільського зеленого туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого селянського господарства та її

реалізації на місці в якості готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування.

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає:

- до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл;
- стимулює розвиток соціальної інфраструктури.

Звичайно, на перших порах прийом і обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями домагаються зміни сфери обслуговування на краще, що водночас робить вагомий внесок у розвиток села.

Також значну роль грає розвиток сільського зеленого туризму в підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати відпочиваючих, члени селянських родин мимоволі змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, приготування їжі і т.д., а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дозволяє зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах.

Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають велику кількість відпочиваючих, мають змогу вдосконалювати структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширювати асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивати і урізноманітнювати присадибне тваринництво, займатися тепличним господарством.

РЕАЛІЗАЦІЯ РЕКЛАМНИХ СТРАТЕГІЙ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

І. Абрамович, к.е.н., доцент

В умовах ринкових відносин, посиленої конкуренції і боротьби за лідируюче місце на ринку, підприємства змушені по-новому організувати свою діяльність. Підприємство постійно стикається з проблемами, які обумовлені доцільністю задоволення потреб покупців в товарах, які їх цікавлять. Проблема стратегічного успіху, створення і утримання конкурентних переваг є однією з найактуальніших. Вирішенню подібних проблем сприяє маркетинг, виступаючи в якості основи підвищення ефективності та результативності діяльності підприємства, невід'ємною частиною якого виступає рекламна стратегія фірми. Реклама утворює свою власну «територію» в складі маркетингу, так як здійснюється відповідними фахівцями, які використовують у своїй діяльності спеціальні технології та інструменти.

У більш компактному вигляді рекламна стратегія визначається як широкомасштабна і довгострокова програма, спрямована на досягнення найважливіших рекламних цілей. Стратегія допомагає домогтися поставлених цілей і робить продукт максимально привабливим для потенційних споживачів.

Це означає, що формулювання рекламної стратегії є центральним (і вихідним) моментом всієї рекламної діяльності. Тому що саме рекламна стратегія лягає в основу рекламної політики, як керівництво по практичній рекламній діяльності компанії. У свою чергу рекламна політика повинна відповідати на наступні питання:

- як позиціонувати продукт на ринку;
 - які переваги або особливі властивості продукту представлені;
 - якою має бути цільова аудиторія продукту;
- які найбільш дієві канали комунікації слід вибрати.

Предметом реклами може бути конкретний товар або послуга, торгова марка і сам виробник товарів і послуг. Під концепцією товару в рекламі, є його позиціонування, уявлення сукупного обсягу унікальних властивостей, як з точки зору споживача, так і з точки зору рекламодавця. Розгляд концепції товару є необхідним для вироблення стратегії управління споживчою.

Ключовим завданням при розробці рекламної кампанії є вірний вибір каналів комунікації. Правильно підібрані канали комунікації дозволять оптимізувати бюджет і підвищити ефективність рекламної кампанії. Канал комунікації – інструмент, за допомогою якого суб'єкт комунікації (джерело) передає повідомлення своєї цільової аудиторії (адресату).

Правильно побудований процес вибору каналів комунікації можна умовно розділити на три етапи:

1. Необхідно виділити всі існуючі канали;
2. Розділити їх на обов'язкові та другорядні;
3. Вибрати найбільш підходящі канали.

Основні фактори, що впливають на вибір рекламної стратегії:

1. Тип рекламованого товару;
2. Сегмент ринку;
3. Реклама конкурентів;
4. Загальний стиль рекламного звернення.

Найскладніше в рекламній стратегії – знайти базову концепцію, що спонукає до покупки, що виділяє продукт з ряду конкуруючих. Іноді базову концепцію називають «рекламною ідеєю». Творче рішення рекламної ідеї є основою рекламної стратегії. Хоча деякі дослідники ототожнюють рекламну стратегію з рекламною ідеєю, але це далеко не так. Рекламна стратегія відповідає на питання про те, як побудувати рекламну компанію, щоб вирішити маркетингові задачі. Тоді як рекламна ідея визначає виражальні засоби і технології, які дозволяють передати рекламні послання з урахуванням особливостей різних категорій потенційних споживачів продукту. Рекламна ідея в першу чергу орієнтується на тип сприйняття споживачем рекламного повідомлення і на рекламну здатність продукту або його торгової марки. При цьому рекламна ідея являє собою авторське рішення або хоча б авторське бачення реалізації рекламної стратегії. Тому від розробника рекламної ідеї потрібно в першу чергу знання психології людей і творчі здібності.

Завдання рекламної стратегії:

- а) донести до цільової аудиторії інформацію про вигоди і переваги;
- б) запровадити для споживачів унікальну пропозицію;
- в) донести до цільової аудиторії про існування послуги або товару;
- г) відреагувати на ствердження конкурентів;
- д) створити хорошу, сприятливу емоційну схильність до марки;
- е) розважити потенційного споживача, тим самим привернути його увагу;
- ж) створити для товару соціально-психологічну характеристику.

Покупець повинен розуміти, що:

а) продукт може вирішити будь-яку існуючу проблему або проблему, яка може з'явитися пізніше;

б) володіння продуктом дозволить людині психологічно долучитися до чогось, що йому подобається, є комфортним, або вона вважає для себе важливим.

Отже, від причини залежить на чому будується рекламна мотивація – на задоволенні потреб аудиторії або символічних значущих перевагах. Рекламна стратегія задає інформаційну суть рекламного звертання, а рекламна ідея наділяє її в цікаву, красиву форму.

Ефективна рекламна стратегія допомагає виділити конкретну рекламу товару або послуги, в загальному, рекламно-інформаційному полі, сформувані у споживача позитивне ставлення до рекламованого продукту і спонукати його до покупки, тим самим збільшити товарообіг виробника і зміцнити його конкурентні позиції. Письмове формулювання рекламної стратегії є невід'ємною частиною будь-якого рекламного плану. При її відсутності важко проаналізувати логіку і послідовність рекомендованого рекламного графіка. Як правило, опис стратегії повинен вказувати типи рекламних засобів і те, як вони будуть використовуватися, а також аргументувати зроблений вибір.

Опис рекламної стратегії повинен починатися з короткого визначення аудиторії, на яку спрямована рекламна кампанія, пріоритети в роботі з нею, а також вказувати конкретні плановані рівні охоплення, частотності і безперервності. Повинно бути пояснено характер рекламного повідомлення. Необхідно уявити розбивку по різних рекламним засобам, що плануються до використання за період рекламної кампанії, бюджет на кожен з них, витрати на виробництво і необхідні матеріали. Якщо в рекламі робиться ставка на імідж, то товару додаються певні характеристики, ідентифікація в цінностях цільової аудиторії, на яку спрямовано вплив. Це характерний стиль поведінки, манери, звички і т. п. Маркетологи повинні чітко уявляти портрет аудиторії. І найважливішим моментом є навіть не поточний соціальний статус (що, є важливим) а те, до чого прагнуть люди, на який рівень життя орієнтуються, чому і кому хочуть відповідати. Тобто, потрібна максимальна цілісність образу, бажаного для цільової аудиторії. На закінчення необхідно вказати планований обсяг і тривалість рекламного оголошення разом з технічними можливостями і міркуваннями часу, а також бюджетні обмеження. В умовах постійно мінливого економічного і соціального середовища сучасна реклама змушена шукати способи впливу на споживача. Велике значення в руслі маркетингових заходів

має розробка такої рекламної стратегії, яка допомагає мобілізувати всі ресурси компанії для створення реклами та проведення рекламної кампанії, здатних ефективно впливати на споживчу аудиторію.

СОЮЗИ КООПЕРАТИВІВ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ

Р. Безус, д.е.н., професор

Л. Крючко, к.е.н., доцент

У науковій літературі існує поняття «модель кооперативу», яке, як економічна категорія, відображає ефективно функціонуючу побудову складових блоків, ланок виробництва людської діяльності, здійснених на основі комплексної взаємодії організаційних, соціально-економічних, політико-правових, технологічних, ґрунтово-кліматичних і економічних факторів [1]. Виробники органічної продукції – члени сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів – можуть знаходитися у складі настільки великих кооперативів, що їх продукція може експортуватися за тисячі кілометрів від її виробництва, а кількість членів сягнути сотень. Моделі кооперативних підприємств і організацій можуть створюватися на різних рівнях: місцевому, районному, регіональному. Так, однією з перспективних моделей розвитку сільськогосподарської кооперації може стати формування союзу кооперативів (так званий кооператив другого рівня). Як стверджує Ю.В. Ушкаренко, у союзі кооперативів, крім первинних внутрішньогосподарських виробничих кооперативів, створених на базі діючих виробничих підрозділів, можуть функціонувати орендні підрозділи з переробки сільськогосподарської продукції, цехи промислового виробництва, ремонтні структурні підрозділи. У середині союзу кооперативів можуть створюватися кооперативи з реалізації сільськогосподарської продукції; матеріально-технічного забезпечення; ремонту та технічного обслуговування техніки; енергетики, електрифікації, теплофікації і газифікації; будівництва й капітального ремонту приміщень; науково-технологічного обслуговування сільськогосподарського виробництва; фінансово-економічного й бухгалтерського обслуговування та ін. [2]. Проведені дослідження показали, що деякі науковці виділяють і третій рівень – це міжнародні кооперативи, членами яких є національні федерації. При цьому активний розвиток кооперативів та союзів кооперативів дасть змогу агровиробникам впевнено займатися виробництвом сільськогосподарської продукції, знаючи, що їх інтереси захищені і будуть відстоюватися.

Одним з напрямків збереження життєздатності подібних господарств є реалізація нових стратегій: підвищення прибутковості завдяки участі в переробці сировини та збуті готової продукції (а не просто збут сировини, що було типово для традиційних сільськогосподарських кооперативів), розвиток маркетингової діяльності і в кінцевому підсумку здійснення організаційних інновацій в формі кооперативів нової генерації (New Generation Cooperatives).

Кооперативи нової генерації характеризуються такими відмітними особливостями: 1) закрите членство, при цьому участь забезпечується на основі

контрактних, а не добровільних відносин; 2) розміри інвестицій в капітал кооперативу і оптимальні рівні потоків продукції, що надаються членами кооперативу, визначаються перш, ніж кооператив почне свою господарську діяльність; 3) зобов'язання поставки продукції і права поставки пов'язані між собою, при цьому права поставки обмежуються кількістю часток (паї), які кожен член придбав в кооперативі; 4) частки (паї) можуть продаватися і купуватися, що забезпечує вільний вхід і вихід з кооперативу; 5) частки (паї) через механізм мають ринкову оцінку, частки (паї) трансформуються в акції кооперативу які перебувають в обігу на фондовій біржі; 6) господарська діяльність націлена на створення доданої вартості, а не на задоволення потреб членів кооперативу. Подібні принципи організації і діяльності дозволили проблеми традиційних кооперативів мінімізувати в рамках моделі кооперативів нової генерації (нового покоління) водночас фактично вступаючи в протиріччя з основними принципами кооперації.

Отже, перспективними моделями розвитку сільськогосподарської кооперації можуть стати формування союзу кооперативів (так званий кооператив другого рівня) та розвиток кооперативів нової генерації, які є поєднують в собі інвестиційно привабливу бізнес модель та задоволення своїх членів.

Література:

1. Безус Р.М. Роль кооперативів у розвитку органічного агровиробництва / Р.М. Безус, М. Ляфльор // Інноваційний менеджмент збалансованого (сталого) природного агровиробництва: матеріали Міжнар. науково-практ. конф., 23–24 жовтня 2014 р. – Дніпропетровськ: Вид-во «Свідлер А.Л.», 2014. – С. 245–246.

2. Ушкаренко Ю.В. Моделювання розвитку кооперації в агропромисловому виробництві південного регіону України / Ю.В. Ушкаренко // Економічні інновації: зб. наук. праць. – 2013. – Вип. 54. – С. 330–335.

МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Д. Воловик, к.е.н., доцент

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість і ефективність адаптації підприємств до умов ринкового середовища. Сучасна адаптація підприємств до конкурентних умов нестабільного і мінливого середовища повинна проводитися в процесі ґрунтового і безперервного аналізу діяльності конкурентів, власного ринкового потенціалу і потенціалу конкурентів.

Сільськогосподарські підприємства мають у розпорядженні широкий набір методів оцінки ринкового потенціалу, але недостатньо уваги приділяють вивченню елементів маркетингового потенціалу, як важливої складової конкурентоспроможності.

Підвищення конкурентоспроможності, а отже і ринкового потенціалу

сільськогосподарських підприємств відбувається в умовах швидкої зміни законодавчо-нормативного регулювання економіки та під впливом кризових явищ в економіці держави. Гострою проблемою в сфері управління потенціалом є інформаційний дефіцит, що спричиняє брак знань про поточний і прогнозний стан ринку, необхідність високих затрат зусиль і ресурсів для орієнтації на ринку, пошуку платоспроможних покупців і постачальників товарів, неготовність керівництва сільськогосподарських підприємств до зміни попиту, появи на ринку якісної конкурентної продукції. Як відомо, конкурентоспроможність підприємства – це відносне поняття, яке відображає відмінність процесу розвитку даного підприємства від конкурента. В свою чергу ринковий потенціал підприємства може визначатися шляхом порівняння існуючих позицій з позиціями конкурентів, а також залежить від елементів потенціалу, які використовуються для оцінки.

Основним інструментом аналізу конкурентоспроможності є зіставлення становища підприємств, які входять в галузь, з конкуруючими підприємствами і з середніми показниками по галузі. При такому підході предметом аналізу, як правило, виступають три головні групи показників: ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства, ефективність власної виробничої діяльності, фінансова стійкість підприємства. При оцінці потенціалу підприємства здійснюється співставлення одиничних і групових показників роботи підприємств з відповідними показниками конкурентів і середньогалузевими показниками. На основі отриманих таким чином співвідношень показників робляться певні висновки про порівняльну конкурентоспроможність потенціалів об'єктів дослідження. Однак даний метод має недоліки. По-перше, показники першої і другої груп достатньо тісно взаємопов'язані і їх розмежування носить умовний характер. По-друге, досить важко узагальнити результати аналізу навіть за групами показників, а тим більше складно обґрунтувати підсумкову інтегральну оцінку рівня потенціалу підприємства. По-третє, даний метод не дозволяє оцінити динаміку факторів, які здійснюють вплив на рівень конкурентоспроможності. Цікавими, з наукової точки зору, є розроблені в середині 60-х рр. ХХ ст. матричні методи оцінки рівня потенціалу підприємств. Їх перевагою є те, що вони дозволяють досліджувати потенціал в динаміці. Теоретична основа цих методів - концепція життєвого циклу товару. Згідно із цією концепцією, будь-який товар чи технологія з моменту його появи на ринку і до зникнення проходить певні стадії життєвого циклу, що включає в себе впровадження, ріст, насичення і спад.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

С. Кобернюк, к.е.н., доцент

На сьогоднішній день відомо безліч способів і інструментів, за допомогою яких можна розповісти про свій продукт або послугу. Завдяки науково-технічному прогресу сьогодні йде стрімкий розвиток і поширення цифрової економіки [1]. З'являються нові можливості для розвитку цифрового маркетингу. Споживачі віддають перевагу тим брендам, які швидше освоюють

цифрові канали [2]. З розвитком інтернету і нових технологій, можна сміливо стверджувати, що інструменти і канали digital-маркетингу є найбільш популярними і ефективними.

Digital-маркетинг використовує цифрові технології для просування товарів і залучення споживачів, сприяючи створенню цифрової економіки – глобальної мережі економічної і соціальної діяльності, яка доступна через платформи інтернету, мобільні і сенсорні мережі [3]. Digital-маркетингові комунікації представлені засобами он-лайн взаємодії компанії з покупцями, партнерами за допомогою використання цифрових каналів комунікацій. Такий комплексний підхід щодо просування і реалізації товарів і послуг включає в себе інтеграцію величезної кількості різних технологій – інтернету, мобільних систем, ТБ, CRM та ін. (табл. 1).

При просуванні і продажу товару використовуються різні інструменти і способи, які постійно змінюються виходячи з потреб і переваг споживачів. Дуже важливо розуміти, що споживачі це люди – особистості з різноманітним набором цінностей, емоцій і якостей, які втомлюються від автоматизації великої кількості процесів зустрічаються в повсякденному житті. До кожного споживача необхідний підхід, як до особистості з індивідуальними якостями і особливостями. Таким чином перед сучасним маркетингом стоїть складне завдання, яке полягає в тому, щоб здійснювати свою діяльність на основі інтеграції різноманітних засобів маркетингових комунікацій.

Таблиця 1

Інструменти digital-маркетингу

| Інструменти маркетингу | Опис |
|--|--|
| SMM (social media marketing) | Маркетинг в соціальних мережах - використання соціальних медіа в якості каналів для просування компаній або бренду і вирішення інших бізнес-завдань |
| SEO (пошукова оптимізація) | Комплекс дій виводять сайт в топ органічної видачі пошукових систем |
| Контент-маркетинг | Сукупність маркетингових прийомів з метою завоювання довіри і залучення потенційних клієнтів, заснованих на створенні і / або розповсюдженні корисною для споживача інформації |
| Реклама в комп'ютерних і мобільних іграх, додатках | Реклама, яка використовує комп'ютерні і відеоігри як новий канал просування продукту / бренду |
| Відео | Рекламні ролики для залучення нової аудиторії, підвищення лояльності аудиторії, посилення бренду |
| Co-creation | Створення спільної цінності – виробництво товарів або послуг спільними зусиллями розробників і зацікавлених сторін |

Сучасний інтернет ринок як складова digital є чи не найдинамічнішим сегментом ринку реклами, про що свідчать темпи його щорічного зростання. На думку експертів ринку рекламних послуг України, прогнози онлайн-відео і пошуку отримали за фактом мінімальне корегування з урахуванням фактичних даних за першим півріччям із застосуванням коефіцієнта сезонності між півріччями 40%:60%. У 2020 зростання ринку інтернет-реклами продовжиться, ключовими факторами зростання стануть домінуючі обороти глобальних гравців Facebook для банерної реклами, Google (Youtube) для онлайн-відео і пошуку. Також прогнозується подальше зростання частки мобільного трафіку, що пояснюється позитивною динамікою мобільного споживання інтернету населенням [4].

У зв'язку зі зміною методології оцінки інтернет ринку фахівці вважають некоректним показувати дані за попередні роки, обмежуючись фіксацією даних за 2019 рік і прогнозними показниками (табл. 2).

Таблиця 2

Підсумки та прогнозні значення обсягів ринку інтернет-реклами

| Види комунікацій | Підсумки 2019 р., млн грн | Частка мобайла (трафік) | Прогноз на 2020 р., млн грн | Прогноз 2020 р. у % до 2019 р. |
|---|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media | 2 915 | 65% | 3 500 | 20% |
| Спонсорство | 180 | 60% | 180 | 0% |
| цифрове відео, вкл. Youtube | 2 645 | 70% | 3 440 | 30% |
| Всього інтернет медіа | 5 740 | | 7 120 | 24% |
| Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN | 8 100 | 70% | 11 100 | 37% |
| інший діджитал | 676 | | 700 | 4% |
| Всього інтернет ринок | 14 516 | | 18 920 | 31% |

Маркетингові комунікації та їх складові видозмінюються під впливом чинників розвитку технологій і зміни споживчої поведінки. Одним з ключових удосконалень, яке є значним внеском останніх років в області комунікацій, є поєднання різних видів комунікацій. Воно формує ефективне повідомлення для донесення необхідної інформації до цільової аудиторії та спонукає до здійснення купівлі. Таким чином, комплексу інтегрованих комунікацій з використанням сучасних інструментів digital-маркетингу є важливим елементом в побудові діалогу з цільовою аудиторією і ефективного розвитку компанії в цілому.

Література:

1. Алексеев И. В. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития электронного взаимодействия // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. – 2016. – № 4-2 (10). – С. 42-45.

2. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick Digital marketing. Upper Saddle River: Pearson, 2016. 702 p.

3. Авдокушин Е. Ф. Мобильно-цифровые технологии как фактор формирования новой экономики // Вопросы новой экономики. – 2016. – №2 (38). – С. 4-14.

4. Лазебник М. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины і прогноз на 2020 рік // Маркетинг. – 2019. - № 6. – С. 12-18.

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Н. Юрченко, к.е.н., старший викладач

Основні проблеми досліджень у сфері послуг маркетингового туризму є сутність і роль маркетингу в розвитку туристичної галузі, в тому числі, процес управління маркетингом, види стратегій та маркетингові плани.

Маркетинг туристичних послуг можна описати як проведену діяльність з вивчення споживчого попиту, недоліків та переваг, з формуванням раніше нерозкритих потреб, ефективно заохочували купувати дані послуги, а також доставляти їх замовнику в потрібний час і місце після виставлення економічно обґрунтованих цін.

Метою маркетингових послуг туризму є залучення суб'єктами господарювання як можна більше клієнтів, в той час надаючи їм найвищу якість обслуговування та гарантуючи повне задоволення їх потреб, як частини базового та розширеного продукту. Туристичний продукт поділяється на два типи: вузький, тобто все що турист купує, і широкий, все, що турист робить у часі подорожі і в пункті призначення.

Розглядаючи маркетингові інструменти в сфері послуг, необхідно зазначити, що в даний час можна припустити, що всі господарюючі суб'єкти туристичної галузі використовують концепцію широкого кола маркетингових послуг.

Набір маркетингових послуг – це сукупність інтегрованих елементів, завдяки яким виробник, використовуючи ринкову орієнтацію, може вплинути на обраний ринок. Його елементи можуть включати: продукт, ціну, місце виконання послуги, просування, персонал, обслуговування клієнтів та матеріальні сертифікати на послуги.

Слід підкреслити, що маркетинговий набір складається практично з усього завдяки чому компанія може впливати на попит на товари, які вона випускає, або надані послуги. Через те, що концепція маркетингу відома як постачальникам послуг, так і клієнтам, варто подумати про те, який з інструментів маркетингу за даними клієнтів туристичних послуг на даний момент є найважливішим.

Адекватна адаптація маркетингових інструментів до певної ринкової ситуації сприяє успіху, стратегія іншої ситуації може бути причиною невдачі. Це показує той факт, що гнучкість маркетингової комбінації дозволяє її використовувати різними способами в різних ситуаціях, на різних ринках або у

випадку різних продуктів, але вибір відповідних параметрів стратегії повинен враховувати якомога більше факторів. Головне питання стосувалося просування туристичних послуг в інтернеті. На питання про те, чи сприяє така популяризація вибору туристичних послуг 81,98% людей сказали, що «так», і 18,22 % респондентів вважали «ні». Тому Інтернет слід трактувати як основний інформаційний канал коли справа доходить до туристичних послуг.

Таблиця 1

Джерела та частота отримання інформації про туристичні послуги (у%)

| Типи носіїв | Дуже часто | Часто | Рідко | Дуже рідко | Ніколи |
|-----------------------|------------|-------|-------|------------|--------|
| Інтернет | 67,08 | 15,97 | 3,47 | 10,70 | 2,79 |
| Радіо | 0.00 | 5,52 | 22,22 | 23,61 | 48,61 |
| Телебачення | 2.08 | 18.75 | 37.50 | 25.00 | 16.67 |
| Друковані матеріали | 2.08 | 35.42 | 36.81 | 13.88 | 11.81 |
| Друзі, знайомі, сім'я | 38.47 | 52.78 | 2.50 | 4.17 | 2.08 |

В таблиці 1 представлені джерела інформації, зазначені респондентами та частота їх використання. Респонденти шукали інформацію про туристичні послуги майже виключно в Інтернеті: 67% дуже часто і 16% часто. Інші використовували це середовище рідко, у тому числі 2,79% взагалі не використовували. Інформація підтверджена багатьма туроператорами, що Інтернет є основним середовищем послуг.

Інформація, подана в таблиці підтверджує висновки багатьох туроператорів, що Інтернет є основним середовищем, яке використовується для пошуку відповідних пропозицій туристичних послуг. Що стосується телебачення, респонденти також не розглядають його як важливий засіб під час вибору туристичних послуг: майже 19% часто переглядають рекламні ролики на телебаченні щодо туристичних послуг, 37,59% респондентів рідко шукають там інформацію, дуже рідко 25%, і 16,67% ніколи. На телебаченні повідомлення про туристичні центри досить часто відбувається у формі завуальованого спонсорства: спонсор призів у програмах конкурентоспроможного характеру, наприклад спонсор «прогнозу погоди».

Реклама туристичної індустрії, що базується на друкованих матеріалах, характеризується дуже привабливою формою, з яскравими фотографіями, такі як каталоги з пропозиціями поїздок за кордон, вони виконують головну інформаційну та промо-акцію в офісах.

В даний час неможливо не використовувати Інтернет у просуванні туристичних послуг. Але той, хто інвестує в просування реклами в цьому середовищі, повинен проводити цю діяльність систематично. Контроль позиції може приносити дуже хороші результати. Серед багатьох видів онлайн-акцій згідно з опитуванням 44,44% респондентів вважали веб-сайт дуже важливим, 43% – важливим і тільки 7,64% це було байдуже.

Основні висновки дослідження доводять, що тільки професійно підготовлена реклама, в тому числі в інтернеті, може сприяти зацікавленості у

наданому туристичному обслуговуванні, а отже і розвитку туристичної галузі. Що стосується інструментів взаємодії із громадськістю як загальної форми просування туристичних послуг, вони є досить популярними серед мешканців туристичних напрямків. Проте державі потрібно звернути особливу увагу на розвиток рекреаційних зон, та інших напрямків туризму на Україні.

МЕНЕДЖМЕНТУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

ОСНОВНІ МОДЕЛІ ДЕРЖАВНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

А. Пугач, д.н. держ упр., професор

В. Бондаренко, магістр

Культурна політика демократичної держави є діяльністю, що передбачає формування концептуальних уявлень про місце і роль культури в суспільному житті, виявлення пріоритетних цілей розвитку культури, створення відповідних програм розвитку культури, реалізацію програм за допомогою розподілу різних видів ресурсів.

Особливого значення процес вироблення культурної політики на рівні розробки стратегічних цілей та реалізації тактичних завдань набуває в умовах кардинальних суспільних перетворень, коли саме від якості і продуманості політико-управлінських рішень залежить результат тих чи інших реформ, соціальних трансформацій, їх сприйняття суспільством.

В сучасній світовій науці існує декілька підходів до класифікації моделей державної культурної політики. За ознакою характеру державного втручання в культурну сферу канадський культуролог Г. Гільман-Чартренд запропонував цікаву типологію, за якою виділяється чотири типи взаємодії держави зі сферою культури:

- держава як «допоміжна інституція» - йдеться про такий стан, коли державні органи фінансово підтримують культурну сферу шляхом узгодження своєї підтримки з підтримкою із приватних джерел (благодійники, спонсори тощо) та «заохочення» останніх (така система діє, наприклад, у США);

- «держава-патрон» - має місце, коли держава ставить за мету розвивати творчий мистецький потенціал, підносити якість вітчизняного мистецтва через систему грантів, субсидій тощо, які надаються через мережу «незацікавлених», незалежних органів (як, наприклад, у Британії);

- «держава-архітектор» - коли гарно фінансована державою культурно-мистецька інфраструктура «проектується» й функціонує як складова частина загальних соціальних служб та інституцій, а головною метою є соціальна підтримка культурно-мистецького середовища (як у більшості країн Скандинавії);

- «держава-інженер» - коли митці розглядаються, більшою чи меншою мірою, як фактично державні службовці, а культурні заклади є частиною мережі державних інституцій (випадок колишніх соціалістичних країн) [1].

Аналізуючи досвід зарубіжних країн більшість дослідників визначають наявність у світі трьох основних моделей державної культурної політики: американської, британської та французької. Кожна з них має свої сильні сторони та слабкі місця, а також певні спільні риси. Відрізняються вони рівнем державного втручання в процеси підтримки культури, обсягами й механізмами недержавної підтримки культури.

Співставлення позитивних рис системи законодавчих і виконавчих механізмів взаємодії держави і культурних інституцій дає можливість виділити певні спільні моменти названих моделей державної культурної політики:

– господарсько-правова самостійність більшості культурно-мистецьких закладів, відмова держави від адміністрування у взаєминах з культурною сферою;

– відмова від утримання закладів, колективів, інституцій, лише фінансова допомога конкретним культурним проектам, де некомерційним організаціям забезпечується пільговий режим господарювання, а державна підтримка, як правило, не є стовідсотковою;

– законодавче й економічне стимулювання недержавної підтримки культури, сприяння виникненню й розвитку мережі недержавних організацій, основна мета яких полягає в підтримці та розвитку культури.

Оцінка закордонних моделей державної політики у сфері культури дозволяє розробити рекомендації щодо використання зазначених позитивних елементів кожної моделі в державному регулюванні сфери культури в Україні. Водночас існуючі моделі культурної політики також мають свої недоліки, і запровадження якоїсь однієї із них повинно здійснюватись з урахуванням особливостей історико-культурної спадщини та тенденцій сучасного розвитку культури в Україні.

На сучасному етапі розвитку України найбільш доцільною можна вважати британську модель, яка передбачає підтримку культури державою за принципом «втягнутої руки», розподілом бюджетних коштів через автономні недержавні й напівдержавні інституції. Центральна влада має змогу розробити та здійснювати три стратегії фінансування: прямі безпосередні асигнування, підтримка високого рівня інвестицій на місцях і, нарешті, оптимальне використання тих засобів, які держава не може прямо контролювати, тобто приватних інвестицій. Можливим є втілення в життя наступних принципів керування культурою: рішення повинні прийматись на тому рівні, на якому будуть втілюватись в життя, тобто органи місцевого самоврядування несуть відповідальність за культурне життя відповідної територіальної громади; більшість установ культури повинно мати зв'язок із владою загальнодержавного, регіонального та місцевого рівнів. Пріоритети на шкалі суспільної користі повинні розподілятися так: по-перше, інтереси громадян, по-друге, інтереси діячів культури, по-третє, інтереси органів влади. Кількість

офіційних структур і органів повинно бути зведене до необхідного мінімуму; потрібно розвивати структури громадянського суспільства, створювати мережі культурних контактів, забезпечувати фінансування їх діяльності.

На підставі аналізу наукових праць, матеріалів міжнародних наукових конференцій визначено сутність і основні завдання державної політики у сфері культури в сучасних умовах. Ця політика являє собою діяльність держави, спрямовану на максимально можливе забезпечення основної ролі культури в розвитку і самореалізації сутнісних сил людини, збереження національної самобутності народів, утвердження їх гідності. Проводячи власну політику у сфері культури, держава через систему відповідних органів визначає її мету, пріоритети, завдання, прогнозує розвиток подій і ситуацій, програмує дії суб'єктів управління, враховуючи існуючі умови й можливості, визначає вибір механізмів, форм і методів вирішення перспективних і поточних завдань, коригує їх в разі потреби, оцінює результати, забезпечує моніторинг. Державна політика у сфері культури має спиратися на історико-культурні традиції як країни в цілому, так і її регіонів [2].

Основні завдання державної політики у сфері культури полягають у забезпеченні організаційно-управлінських, правових, фінансово-економічних умов для створення, збереження та поширення культурних цінностей у суспільстві з метою максимального задоволення культурних запитів різних суспільних груп; прав громадян у сфері культури; спадкоємності культурного розвитку; збереження єдиного культурного простору.

Література:

1. Культурна політика в Україні. Аналітичний огляд. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://culturalstudies.in.ua/zv_2007_s1.php
2. Культурна політика України: національна модель у європейському контексті. Аналітична доповідь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Kul%5C_tura2012-6090f.pdf.

ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК СУБ'ЄКТ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

А. Плотницька, асистент

Пріоритетним питанням реформи місцевого самоврядування в Україні є забезпечення розширення прав і можливостей територіальних громад щодо вирішення питань місцевого значення. Проблема реалізації повноважень сільських, селищних, міських рад щодо вирішення питань життєзабезпечення територіальних громад має розглядатися у нерозривній єдності із зміцненням статусу територіальної громади як базової одиниці адміністративно-територіального устрою. Відповідно до цього актуалізується питання конкретизації статусу територіальної громади в українській системі місцевого самоврядування

Територіальна громада є первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій та повноважень. В українській практиці конституційне визначення «місцевого самоврядування» та визначення його у профільному законі базується на понятті «територіальна громада». Так, ст. 140 Конституції України визначає, що місцеве самоврядування є правом територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України [1].

Конституцією України визначено, що місцеве самоврядування може здійснюватися територіальною громадою як самостійно, так і через органи місцевого самоврядування. Саме тому основне призначення територіальної громади полягає в забезпеченні життєдіяльності певної території.

Територіальні громади безпосередньо або через утворені ними органи місцевого самоврядування:

- управляють майном, що є в комунальній власності;
- затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку, контролюють їх виконання;
- затверджують бюджети відповідних адміністративно-територіальних одиниць і контролюють їх виконання;
- встановлюють місцеві податки і збори згідно із законом;
- забезпечують проведення місцевих референдумів та реалізацію їх результатів;
- утворюють, реорганізують та ліквідують комунальні підприємства, організації й установи, а також здійснюють контроль за їхньою діяльністю [1].

З початком реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні з'явилися об'єднанні територіальні громади, як крок до створення належної територіальної основи для організації та функціонування місцевого самоврядування на базовому рівні.

Результати декількох років процесу об'єднання територіальних громад дозволяє виокремити низку проблем, які перешкоджають подальшому розвитку територіальних громад. До таких проблем експерти відносять:

- незавершеність розробки перспективних планів формування територій громад регіонів, до них постійно вносяться зміни щодо тих об'єднаних територіальних громад, які пройшли процедуру об'єднання, хочуть провести перші місцеві вибори та отримати додаткові фінансові ресурси і управлінські повноваження;
- потребу стабільного забезпечення державної фінансової підтримки добровільного об'єднання територіальних громад;
- процес створення об'єднаних територіальних громад переважно не має підтримки, а подекуди стикається зі спротивом з боку районних адміністрацій, місцевих рад та місцевих еліт;
- неврегульованість питання оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади загалом та, зокрема, розподілу функцій та повноважень між місцевими радами об'єднаних

територіальних громад та районними адміністраціями й районними радами районів, на території яких створені об'єднані територіальні громади;

- відсутність належного кадрового забезпечення органів місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад, спостерігається недостатність кваліфікації службовців місцевого самоврядування для виконання нових функцій;

- необхідність запровадження механізмів контролю за законністю рішень органів місцевого самоврядування та якістю надання населенню адміністративних та соціальних послуг [2, с. 13 – 16].

Наприклад, що стосується розподілу функцій та повноважень між місцевими радами об'єднаних територіальних громад та районними радами районів, на території яких створені об'єднані територіальні громади. Це питання підтверджує відсутність цілісного бачення моделі реформування всіх рівнів адміністративно-територіального устрою, що спричиняє загострення протиріч між різними рівнями місцевого самоврядування, передусім, базовим та районним. В Україні є низка районів, територія яких повністю або майже повністю покривається кількома створеними об'єднаними територіальними громадами, в них продовжують функціонувати районні ради. Варіантом зняття такої колізії, на думку окремих науковців, може бути делегування органам місцевого самоврядування об'єднаної громади повноважень районної ради та районної державної адміністрації.

Забезпечення спроможності територіальних громад пов'язується з необхідністю забезпечення наступного: законодавчим визначенням статусу територіальних громад, механізму закріплення права власності, розподілу владних повноважень; передачею найширшого переліку владних повноважень на рівень територіальних громад; запровадженням дієвих механізмів контролю за органами місцевого самоврядування; запровадженням механізмів широкого залучення членів територіальних громад до участі в управлінні й формування управлінських рішень; розвитком громад як публічних корпорацій, акцент на власних ресурсах та можливостях, безпосередня участь громади у вирішенні господарських питань; розповсюдженням юрисдикції органів місцевого самоврядування на території за межами населених пунктів; супроводженням децентралізації повноважень адекватним для їх виконання бюджетних ресурсів.

Основними кроками подальшого зміцнення територіальної громади як основного носія функцій та повноважень місцевого самоврядування має стати: посилення її інституційної та ресурсної спроможності; запровадження стратегічного планування їх розвитку; розбудова інфраструктури; підвищення якості надання публічних послуг населенню.

Література:

1. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254-вр>.

2. Формування об'єднаних територіальних громад: стан, проблемні питання та шляхи їх вирішення. Аналітика. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/terutor_gromad-86ead.pdf.

ЗНАЧЕННЯ ТА РІЗНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

І. Байдак, старший викладач

Сучасні умови господарювання потребують від підприємства підвищення ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом. Важлива роль у реалізації цієї задачі приділяється організації виробництва.

Вдосконалення організації виробництва – це розробка системи заходів, що забезпечать найбільш ефективне поєднання в просторі і часі елементів виробництва. Досягнення максимальної продуктивності і найбільшого економічного ефекту стає можливим завдяки поєднанню техніки і технології з найбільш раціональною організацією виробництва.

Значення вдосконалення організації виробництва в тому, що вона стає все більш визначальним фактором технічного прогресу, сприяє ряду змін у техніці і технології. Підприємства приймають заходи, щодо мінімізації втрат, які виникають при недостатній пристосованості виробництва до сучасних умов технічного прогресу.

Одним з основних підходів до вдосконалення організації виробництва є інноваційний підхід або вдосконалення організації виробничих процесів в умовах інноваційного розвитку підприємства.

Такий підхід дасть змогу підвищити якість і ефективність управління на підприємстві, адаптувати параметри функціонування організації до зовнішнього або внутрішнього середовища.

Активізація інноваційної складової економічного розвитку вимагає формування моделі інноваційного розвитку, становлення інноваційного підприємництва, посилення інноваційного характеру виробничої діяльності. Все це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної економіки, збереженню і примноженню інтелектуального потенціалу нації.

Дослідження факторів, функцій та закономірностей виробничих процесів дозволяє запропонувати алгоритм розробки програми вдосконалення організації виробництва в умовах інноваційного розвитку, використання якої дозволить керівництву підприємства створити таку систему організації виробництва, яка буде ефективною саме для нього.

Програма удосконалення організації виробництва включає:

1. Аналіз зовнішнього середовища підприємства та оцінка можливостей розвитку.
2. Аналіз стійкості функціонування підприємства.
3. Розробка інноваційних шляхів розвитку діяльності за умов виникаючих ризиків та невизначеностей.
4. Визначення фінансових границь при використанні інноваційного маневрування.
5. Оцінка існуючого організаційного потенціалу підприємства.

6. Розробка загальної програми вдосконалення організації виробництва в умовах інноваційного розвитку враховуючи дані аналізу, оцінки та сформованих потенціальних можливостей підприємства

Сучасні підприємства повинні володіти не тільки високим технічним оснащенням і кваліфікованими кадрами, а й містити прогресивні форми організації виробництва, раціонально використовуючи всі потужності, з урахуванням ринкової ситуації і можливістю оперативного реагування на всі зміни. Програма вдосконалення організації виробництва в умовах інноваційного розвитку дозволить забезпечити відповідність організації виробництва підприємства його цілям та перспективним планам, співвідношення форм і методів організації виробництва його матеріально-технічному базису, конкретним виробничо-технічним умовам і економічним вимогам комплексності виробництва.

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ «ШІСТЬ СИГМ» В УПРАВЛІНСЬКОМУ КОНСАЛТИНГУ

О. Бербенець, к.е.н., доцент

«Шість сигм» (Six Sigma) – це концепція контролю якості, яка є добре структурованою, керованою за допомогою показників методологією, метою якої є усунення дефектів, втрат і інших проблем з якістю у виробництві продукції, сфері послуг, в управлінні та інших напрямках діяльності.

Концепцію «Шість сигм» пов'язують з такими компаніями як Motorola і General Electric. Ідея народилася в компанії Motorola при виробництві пейджерів і мобільних телефонів в 1987 році у зв'язку з виникнення проблеми великого відсотка бракованих транзисторів. Для вирішення цієї проблеми старший інженер підрозділу зв'язку Біл Сміт створив новий підхід до стандартизації методів обліку дефектів. На цій основі компанія розробила методика статистичного аналізу процесу, в якій враховувався відсоток бракованих виробів в динаміці.

Суть цієї методики полягала в тому, що була проаналізована динаміка зміни числа дефектів. На основі цього визначені процеси з великим числом дефектів, що дозволило направити зусилля на виправлення саме цих процесів. На основі отриманих результатів стало можливим спрогнозувати динаміку поліпшення якості і знизити собівартість виробництва.

Система «Шість сигм» з'явилась завдяки програмі боротьби з дефектами шляхом зниження варіабельності процесів, і піонерами в цій галузі були виробничі підприємства. У кінці 90-х «Шість сигм» поступово взяли на озброєння сервісні компанії. І «Шість сигм» чудово адаптувалася в цій галузі, довівши свою універсальність.

Концепція «Шість сигм» – це спосіб управління всією компанією або окремим підрозділом. Вона ставить на перше місце споживача і допомагає знаходити оптимальні рішення, спираючись на факти і дані. «Шість сигм» – це систематизована сукупність інструментів, що дозволяють: виявляти потенційні

дефекти, які можуть виникнути при вживанні продукції або наданні послуг; визначати причини їх появи та виробляти дії з усунення цих причин.

«Шість сигм» забезпечує максимальну вартість компанії і максимальну цінність її продукції і послуг для споживачів.

Основна ідея управління на основі «Шість сигм» полягає в тому, що якщо ви можете вимірювати число дефектів в процесі, то можете визначати і способи, що дозволяють їх усунути, а значить, вийти на рівень якості з практично нульовим браком. Таким чином, значно збільшується участь менеджменту в регулярний моніторинг результатів і досягнень. За головний компонент концепції «Шість сигм» вважається використання інструментів статистичного управління процесами.

Різні компанії по-різному використовують концепцію «Шість сигм». Проте усі шляхи можна об'єднати в три групи: 1). Трансформація бізнесу. Використовується тими компаніями, які хочуть здійснити повномасштабні зміни за допомогою трансформації бізнесу. 2). Стратегія вдосконалення. Використовується тими компаніями, які вирішили сконцентрувати зусилля на зміні окремих бізнес-одиниць або функціональних галузей. 3). Вирішення проблем. Використовується компаніями, які націлені на вирішення певної низки конкретних проблем.

Основні етапи розвитку концепції «Шість сигм»: у 80-х роках «Шість сигм» - це програма по виявленню дефектів і поліпшенню якості продукції. У 90-х «Шість сигм» перетворюється на широкомасштабну програму змін, яка зачіпає всіх працівників компанії. Основний фокус переміщається на завдання економії і зниження собівартості. На початок нового століття це одна з найбільш популярних систем управління ефективністю бізнесу в самих різних сферах діяльності.

ЯК ВПРОВАДИТИ НОВУ СТРАТЕГІЮ, БЕЗ ШКОДИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

В. Гаркавий, к.е.н., доцент

Протягом практично всієї історії бізнесу, прагнучи максимально збільшити додану вартість, корпорації шукали ідеальну комбінацію оргструктури і стратегії. У XIX столітті, в епоху масового виробництва, компанії досягали істотної економії на масштабі, централізуючи свої ключові функції (операційну діяльність, продажу 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 XX 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 кол-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 однакове ціннісне пропозицію в своїх територіально роз'єднаних точках продажів.

Третій рівень системи збалансованих показників відноситься до корпоративних синергій, які досягаються при використанні декількома 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).

ДОРАДНИЦТВО, ЯК ЕЛЕМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

І. Застава, старший викладач

Сільськогосподарське дорадництво, або інформаційно-консультативні послуги – це найважливіший партнер малого та середнього товаровиробника.

Адже дорадники – це кращі фахівці-аграрії, вони мають щоденно самоудосконалювати свої знання. Вони першими знають новації, запропоновані наукою, і рекомендують товаровиробникам їх застосування. Крім того, дорадчі служби забезпечують вивчення причин певних проблем у виробництві: змін у сівозміні, підбір кормів, покращення ґрунтів та ін.. Сьогодні дуже важливою є тема розвитку сільських територій і першим помічником сільських рад також є дорадники.

Проблемою функціонування дорадництва є те, що ця форма освіти для села є невдосконала та достатньо не організована на теренах України.

Дорадництво, це той елемент який допоможе у відновленні сільських територій, яке нині необхідне. Адже занепад рівня життя у селах України призводить до вимирання сіл, тотальної міграції у пошуках кращого життя для українського селянина.

Успішність аграрного сектора в значній мірі залежить від його динамічності щодо освоєння новітніх технологій, використання ринкової

кон'юнктури, а також організаційних змін, необхідних для його поступального розвитку. Дорадництво може стати таким провідником у сільській місцевості інноваційних технологій. Саме дорадники зможуть донести до селян необхідну їм інформацію для започаткування своєї свого бізнесу, диверсифікації існуючого сільськогосподарського виробництва.

Зважаючи на триваючі кризові явища в діяльності аграрних товаровиробників, сільськогосподарська дорадча служба має надавати різноманітні консультаційні та інші послуги суб'єктам аграрного господарювання, сприяти у збільшенні їх прибутковості їх виробничо господарської діяльності. Складання програм соціально-економічного розвитку, визначення так званих «точок» розвитку села, бізнес-плани сільського туризму, ведення подвірних господарських книг та багато інших напрямків може забезпечити дана служба.

Згідно зі статтею 404 Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом передбачено, що Співробітництво між Сторонами у сфері сільського господарства та розвитку сільських територій охоплює, зокрема поширення знань шляхом проведення навчальних та інформаційних заходів, а також сприяння інноваціям шляхом проведення досліджень та просування системи дорадництва до сільськогосподарських виробників.

На сьогодні в усіх регіонах України сформовані та функціонують сільськогосподарські дорадчі служби. На постійній основі працюють 692 професійних дорадника і 777 експертів-дорадників, яких внесено до державного Реєстру. Переліки соціально спрямованих дорадчих послуг, обсяги їх фінансування для кожного виконавця та районів, де надаються послуги, передбачені у планах заходів, які щорічно затверджуються відповідними структурними підрозділами обласних державних адміністрацій. Бюджетні кошти спрямовуються на оплату послуг, які мають найбільшу ефективність, а саме проведення навчальних семінарів, індивідуальних послуг, випуск і розповсюдження друкованої продукції, демонстраційний показ форм і методів роботи суб'єктів господарювання.

Сільський зелений туризм є багатоаспектною і багатоцільовою формою розв'язання великої кількості проблем розвитку села та задоволення потреб зацікавлених у відпочинку та оздоровленні, водночас забезпечуючи селян прибутком. Сільський туризм успішно розвивається у Польщі, де організаційну фазу розвитку агротуристичних об'єднань бере на себе дорадництво.

Мотивуючи зв'язок науки та виробництва держава за допомогою дорадників зможе вирішити низку проблем:

- створення нових робочих місць у сільських територіях;
- залучення сільських жителів до проведення демонстрацій, навчань, підвищення кваліфікації;
- популяризація аграрної освіти;
- соціально-культурний розвиток села;
- поширення інформації серед сільських жителів;
- проведення навчань та підвищення кваліфікації для працівників

сільськогосподарських підприємств, для забезпечення їх прибутків і гідного рівня життя;

- сприяння зовнішнім зв'язкам із дорадниками інших країн та можливість організувати спільні навчання, обмін досвідом;

- задоволення вимог якості сільськогосподарського виробництва і реалізації продукції;

- дотримання стійких параметрів при збереженні природних ресурсів, навколишнього середовища і відкритих площ.

Отже, дорадництво виконує важливу роль саме у відновленні сільських територій. Враховуючи традиції українського селянства і сільського господарства, за допомогою дорадництва, шляхом впровадження зарубіжного досвіду прогресивних країн, інноваційних технологій, енергозберігаючих та екологічних впроваджень, можна відновити і спонукати подальший розвиток сільських територій України.

РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ СІМ'Ї ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Н. Деревягіна, к.т.н., доцент

І. Дмитренко, магістр

Суперечливість існуючих сімейних трансформацій стає однією з найгостріших соціальних проблем й супроводжується різкою розбіжністю думок про необхідність оновлення підходів до сприяння розвитку інституту сім'ї, висуваючи складні завдання як перед практикою, так і перед теорією.

На сьогодні сім'я, будучи багатограним соціальним утворенням, є об'єктом дослідження багатьох суспільних наук – соціології, демографії, права, економіки, психології, педагогіки тощо. Така багатоманітність сфер знання, які беруть це явище як предмет дослідження та виділяють особливі сторони функціонування сім'ї, неминуче обумовлює множинність визначень сім'ї, які при цьому змінюються як з історичним розвитком цього явища, так і з розвитком відповідної науки.

Так, демографічні дослідження [1] розглядають сім'ю як осередок демопроцесу, основну ланку відтворення населення, наступності сімейних поколінь. Економісти досліджують сім'ю як виробничу й споживачку ланку та визначають її як групу осіб, які мешкають разом на одній жилій площі, ведуть спільне господарство та перебувають у відносинах родинності, шлюбу чи опікунства [2]. Правознавство розглядає сім'ю як спільність людей, пов'язаних певними правами, обов'язками та відповідальністю [3]. З психологічного погляду сім'я є системою взаємовідносин між членами сім'ї [4]. У педагогічних дослідженнях йдеться про сім'ю як виховний колектив, вивчаються її соціалізуючий потенціал, педагогічна культура сім'ї.

Завдання інтеграції досягнень цих наукових галузей ставить перед собою соціологія сім'ї (фамілістика), що зумовлює її міждисциплінарний характер. Варто зазначити, що сучасний стан розвитку вказаної науки характеризується так званим «соціологічним плюралізмом», тобто множинністю методологічних

підходів до розуміння сутності сім'ї та її вивчення, залежно від ролі, в якій розглядається цей суспільний феномен. Сукупність таких підходів, яка відмічається у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі [5] представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Основні напрями соціологічних досліджень сім'ї

| Напря́м | Змі́ст |
|--|---|
| Інституціональ-но-історичний, еволюціонізм | Визначає сім'ю як соціальну систему та історичну категорію, виділивши декілька послідовно змінюваних одна одну форм шлюбно-сімейних відносин |
| Структурно-функціональни́й | Зосереджує увагу на соціокультурних функціях сім'ї і взаємозв'язках соціокультурних ролей, пов'язаних з шлюбом, родинністю та спорідненістю |
| Символічний інтера́кціоні́зм | Розглядає сім'ю як сукупність соціальних ролей, які виникають і реалізуються у взаємодії її членів, зумовлюючи займані ними позиції |
| Конфлі́ктний | Визначає сім'ю як мікрокосмос, що відображає суспільні конфлікти, місце, де відбуваються конфлікти щодо перерозподілу засобів, ведення домашнього господарства та виховання дітей |
| Девелопмента́лі-стський | Ґрунтується на сприйнятті сім'ї як системи, що саморозвивається і відображає суспільство у мініатюрі |
| Феміністичний, гендерний | Базується на вивченні сім'ї як сукупності взаємовідносин чоловіка та жінки, статевих ролей |
| Ситуаційний | Центральним поняттям є соціальна ситуація, що визначає функціонування різних типів родин |
| Соціобіологі́чний | Розглядає сім'ю радше у природному, аніж соціальному контексті, як спосіб реалізації інстинкту продовження роду, що має універсальний та первинний характер |
| Суб'є́ктно-центри́стський | Визначає сім'ю як центр задоволення природно-біологічних, соціально-психологічних, індивідуально-психологічних потреб, властивих індивіду як потенційному чи реальному її члену |

Однак, при всій різноманітності напрямів до дослідження сім'ї, вони не можуть бути покладені в основу її визначення з позицій державного управління, оскільки: по-перше, кожен з них орієнтований на певну, обмежену групу завдань, що призводить до перебільшення одних аспектів дослідження за рахунок інших, а отже до односторонності методів та висновків, по-друге, представники цих підходів зазвичай не торкаються проблем державного впливу на функціонування та розвиток сім'ї, а обмежуються лише окремими пропозиціями щодо зміцнення сім'ї, стабілізації сімейних відносин тощо.

Проте, загальним у визначенні сім'ї є те, що науковці виходять переважно з певного розуміння її основи. У наукових дослідженнях, як зарубіжних, так і

вітчизняних [5]; вказується на такі сім'єутворюючі ознаки сім'ї як:

- наявність шлюбних та/чи батьківських відносин, відношення споріднення (кровного споріднення або ж свояцтва);
- спільне проживання, спільність побуту та бюджету, спільна матеріальна турбота про непрацездатних членів родини;
- наявність взаємних прав і обов'язків, правової та/чи моральної відповідальності подружжя по відношенню один до одного й до дітей;
- комплекс психологічних та етичних відносин, які утворюються на певній почуттєвій основі.

Література

1. Дорошенко Л. С. Демографія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Міжрегіональна академія управління персоналом / Л. С. Дорошенко. – К. : МАУП, 2005. – 112 с.
2. Бондарчук О. І. Психологія сім'ї : курс лекцій / О. І. Бондарчук – К. : МАУП, 2001. – 96 с.
3. Пал Леслі А. Аналіз державної політики / Леслі А. Пал ; [пер.з англ. І. Дзюб]. – К. : Основи, 1999. – 422 с.
4. Концепція державної сімейної політики: Постанова Верховної Ради України від 17.09.1999 р. № 1063-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 46. – Ст. 404.
5. Про перелік, кількісний склад і предмети відання комітетів Верховної Ради України п'ятого скликання : Постанова Верховної Ради України від 11.07.2006 р. № 8-V // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 35. – Ст. 304.

АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

*І. Байдак, старший викладач
Д. Омельченко, магістр*

Кардинальні зміни в культурній сфері, зумовлені демократичними й ринковими перетвореннями, сприяли виникненню різноманітних суб'єктів культурної діяльності - закладів, організацій, підприємств і осередків культури, заснованих як на державній, так і на недержавній формах власності, підвищенню активності творчих спілок, національно-культурних товариств, громадських організацій, зацікавлених в оновленні культурно-мистецького життя, відродженні традицій вітчизняної культури. За цих обставин збільшилася кількість суб'єктів політики у сфері культури, виникла потреба пошуку нових підходів до організації і здійснення державного управління. Особливого значення набуває формування такої моделі управління, яка б ґрунтувалася на встановленні конструктивного діалогу та тісній співпраці між органами державної влади і управління й громадськістю, їх взаємодії у вирішенні питань культурного розвитку, що відповідає специфіці культурної

сфери, особливостям її розвитку, і є важливим в умовах становлення громадянського суспільства в Україні.

Культура – найважливіша складова системи гуманітарної сфери, що прямо впливає на духовний розвиток громадян. Системний характер культури представляє культурна тріада: культура особи, соціальної спільноти (групова, корпоративна, класова, національна культура), соціуму в цілому (суспільна культура). Це сукупність матеріальних та духовних цінностей суспільства, які, постійно примножуючись, постають об'єктом підтримки та регулюючого впливу з боку держави [1].

В Радянському Союзі термін «культура» тлумачили як «те, що робить міністерство культури». Те ж, що міністерство культури не «робило», не контролювало чи не фінансувало, «культурою» не було [2]. Радянська спадщина досі відчувається в статичній, вузькій та застарілій офіційній концепції культури. Урядові і державні органи, які задіяні в культурі і витрачають на неї свої ресурси, зусилля і час, тлумачать культуру як певні форми спадщини (будівлі, історична народна культура, традиційні музеї тощо) та «високої» класичної культури (балет, театр, опера, класична музика тощо). Таке розуміння культури виявляється непридатним для європейської країни, що проводить модернізацію і живе у XXI столітті, коли для культурного здоров'я нації необхідними є поєднання різноманітних соціально-економічних заходів і цілей, стимулювання творчих індустрій і економіки знань та засвоєння нових і синтетичних форм культурного виразу та продукту.

Закон України «Про культуру» визначає поняття культури як сукупність матеріального і духовного надбання певної людської спільноти (етносу, нації), нагромадженого, закріпленого і збагаченого протягом тривалого періоду, що передається від покоління до покоління, включає всі види мистецтва, культурну спадщину, культурні цінності, науку, освіту та відображає рівень розвитку цієї спільноти [3].

Тобто, культура має не тільки духовно-інтелектуальний, але й матеріальний вираз, тому вона краще піддається державному регулюванню, яке в даній сфері носить специфічний характер: держава дбає про розвиток духовно-інтелектуального життя нації, створює відповідні умови, підтримує прогресивні напрями, але не втручається у творчий процес художніх колективів, митців, артистів, письменників.

Вагомий внесок у дослідження різних аспектів впливу чинника культури на суспільство і державу зробили українські науковці В.П. Андрущенко, Ю.П. Богуцький, І.Д. Безгін, О.А. Гриценко, В.М. Даниленко, І.М. Дзюба, М.Г. Жулинський, С.І. Здіорук, С.В. Майборода, А.О. Ручка, В.А. Скуратівський, І.Ф. Надольний, М.В. Попович, Г.П. Чміль, С.А. Чукут та інші. Автори згаданих праць висвітлюють окремі аспекти функціонування культурної сфери в період трансформацій українського суспільства, напрями і моделі державної політики у зазначеній сфері.

Велике наукове і практичне значення мають дослідження таких аналітиків культурної політики сучасних країн світу, як А. Аппадурі,

М. Драгічевіч-Шешіч, Ф. Кольбер, Дж. Шустер Ч. Лендрі, Ф. Вуд, Ф. Матарассо, Ж. Паскуаль-і-Руїса, С. Драгоєвич, Ф. Діташмайр, Г. Гільман-Чартренд, Е. Ертурк, М. Гнедовський та інші.

Культура як об'єкт управління є специфічною сферою суспільного життя, що зумовлюється існуванням таких різноманітних її сторін, властивостей і граней, які не допускають жорсткої впорядкованості чи регламентування. Об'єктом державного управління є сфера культури, яка забезпечує створення, збереження, поширення і засвоєння духовно-культурних цінностей, що становлять культурний здобуток людини і суспільства. Зазначена сфера потребує певного регулювання, підтримки та проведення відповідної політики державою, тоді як творчі процеси, якщо вони не суперечать загальнолюдським цінностям, нормам суспільної моралі, мають відбуватися вільно, за власними законами.

Література.

1. Фесенко Н.С. Державна культурна політика: закордонний досвід / Н. С. Фесенко // Вісник Національного університету внутрішніх справ. – Х., 2004. – № 25. – С. 411 – 416.

2. Культурна політика України: національна модель у європейському контексті. Аналітична доповідь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Kul%5C_tura2012-6090f.pdf.

3. Про культуру : Закон України від 14 груд. 2010 р. № 2778-VI. – Режим доступу : zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2778-17/page

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

О. Лебеденко, к.е.н., доцент

Кооперація є вагомим засобом підвищення ефективності функціонування суб'єктів аграрного господарювання та важливим напрямом соціально-економічного розвитку сільських територій.

В економічно розвинених країнах світу сільськогосподарські кооперативи є значимими організаційними формуваннями, які захищають інтереси дрібних товаровиробників.

Європейські країни в аграрному секторі реалізують через кооперативні організації понад 60 % усієї виробленої фермерами продукції. Кооперативи Китаю та Японії реалізують на внутрішньому та зовнішньому ринках понад 90 % продукції, виробленої своїми членами [6].

В аграрній сфері України кооперативи розвиваються досить повільно і за роки структурних реформ не набули очікуваного поширення.

Важливу роль в забезпеченні ефективної діяльності підприємств аграрної сфери відіграють сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи.

Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація сприяє:

- зменшенню витрат сільськогосподарських виробників при придбанні необхідних засобів виробництва;
- реалізації сільськогосподарської продукції за більш вигідними умовами;

- отриманню більш дешевих і якісних агросервісних послуг, порівняно з тими, які надають комерційні фірми;
- розвитку сільських територій та покращенню умов життя селян.

Велике значення сільськогосподарська обслуговуюча кооперація має для усунення торговельних посередників, діяльність яких зумовлює відтік фінансових ресурсів з аграрної сфери і посилює проблему диспаритету цін на промислову та сільськогосподарську продукцію.

Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив дозволяє сільськогосподарським виробникам обирати як канали матеріально-технічного забезпечення, так і канали збуту продукції, впливати на ціну завдяки формуванню великих партій товару.

В кінцевому підсумку сільськогосподарська обслуговуюча кооперація сприяє посиленню конкурентних позицій сільськогосподарських товаровиробників.

Проблемами, які стримують розвиток сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів є наступні:

- нестабільність політичних та соціально-економічних умов;
- незавершеність структурної перебудови аграрної сфери;
- недосконалість чинного законодавства, зокрема неможливість отримання неприбуткового статусу кооперативів, що обумовлює подвійне оподаткування особистих селянських і фермерських господарств;
- слабка техніко-технологічна база кооперативів;
- відсутність знань сільського населення щодо сутності та переваг кооперації;
- відсутність коштів для створення обслуговуючих кооперативів;
- відсутність підтримки з боку органів місцевого самоврядування;
- брак лідерів та професійних кадрів на селі, необхідних для організації кооперативів;
- недостатня кількість сільськогосподарських дорадчих служб.

Для розвитку сільськогосподарської кооперації необхідна реалізація наступних заходів:

- вдосконалення законодавства у сфері сільськогосподарської кооперації, зокрема, з питань реєстрації, та оподаткування сільськогосподарських кооперативів;
- фінансово-кредитна підтримка становлення і розвитку сільськогосподарських кооперативів;
- популяризація кооперативної діяльності, роз'яснення її переваг та перспектив розвитку;
- підготовка в закладах вищої освіти лідерів та фахівців з питань створення та розвитку кооперативних підприємств;
- інформаційно-консультативне забезпечення функціонування сільськогосподарських кооперативів.

Література:

1. Бурик З.М. Державна підтримка обслуговуючої кооперації сільських територій в контексті сталого розвитку / З.М. Бурик // Інвестиції: практика та досвід. – 2019. – № 6. – С. 81-86.
2. Корінець Р.Я. Інформаційне забезпечення сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в Україні / Р.Я. Корінець, М.Й. Малік // Економіка АПК. – 2016. – № 8. – С.61-70.
3. Лебеденко О.В. Державна підтримка розвитку кооперації аграрних підприємств / О.В. Лебеденко // Економіка та держава. – 2018. - № 7. – С. 50-51.
4. Сухоставець А.І. Пріоритетні напрями розвитку кооперації як форми підприємництва в аграрній сфері / А.І. Сухоставець // Держава та регіони. – 2019. – № 3. – С. 166-170.
5. Репілевська О.Ю. Інституційне забезпечення управління діяльністю сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів / О.Ю Репілевська // Агросвіт. – 2019. – № 15. – С. 39-44.
6. Торосян Г.А. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація як стратегічний напрям у контексті соціально-економічного розвитку сільських територій / Г.А. Торосян // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – Вип. 19. – С. 45-48.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ WEB OF SCIENCE ДЛЯ СУЧАСНОГО НАУКОВЦЯ

В. Мареніченко, к.н. з держ. упр., доцент

Зараз все більшої актуальності набуває необхідність публікації в зарубіжному журналі. Обсяг даних досліджень швидко зростає. Можливість виявити важливі зв'язки – між минулими і поточними дослідженнями, між вченими, між фінансуванням і успіхами досліджень має величезне значення.

З платформою WoS є можливість отримати доступ до великого обсягу дослідницької літератури світового масштабу, пов'язаної з ретельно відібраним списком журналів, і відкрити для себе нову інформацію за допомогою записаних метаданих і посилань.

Набір даних Web of Science Core Collection платформи Web of Science пов'язаний з регіональними індексами цитування, патентними даними, спеціалізованими предметними індексами і індексом наборів дослідних даних – всього в загальній сумі з більш ніж 34 000 журналів, що означає, що існує інструмент, достатній для по-справжньому всеосяжного пошуку.

Індекси цитування, що входять в Web of Science Core Collection:

- Science Citation Index Expanded, архів з 1975 року;
- Social Sciences Citation Index, архів з 1975 року;
- Arts & Humanities Citation Index, архів з 1975 року;
- Emerging Sources Citation Index, архів з 2015 року;
- Conference Proceedings Citation Index, архів з 1990 року;

- Book Citation Index, архів з 2005 року;

Додаткові індекси цитування:

- BIOSIS Citation Index;
- Chinese Science Citation Database;
- Data Citation Index;
- Russian Science Citation Index;
- SciELO Citation Index.

Спеціалізовані та регіональні індекси:

- Biological Abstracts, BIOSIS Previews;
- CABI: CAB Abstracts and Global Health;
- FSTA-the food science resource;
- KCI-Korean Journal Database, архів з 1980;
- Zoological Record Medline, архів з 1950;
- Inspec.

Додаткові ресурси:

- Current Contents Connect;
- Derwent Innovations Index.

Ресурс дозволяє побудувати звіт за цитованістю для будь-якого масиву даних до 10 000 документів і розрахувати для нього такі показники:

- кількість публікацій, в тому числі в розбивці по роках;
- кількість цитувань, з можливістю розбивки по роках виходу публікацій;
- кількість цитувань без урахування самоцитування;
- середню цитованість однієї статті;
- індекс Хірша.

Платформа WoS використовує ряд інструментів, які допомагають у проведенні досліджень і їх оцінці. При пошуку цитувань є можливість відкрити для себе унікальні дослідження і зробити оцінку вкладу, який ці дослідження внесли в науку. Інструменти дозволяють візуалізувати мережу цитувань, ідентифікувати тренди і створювати звіти: аналіз, звіт, карту цитувань. Дані гранично точні і містять прізвища всіх авторів, їх імена; прив'язують авторів до їх інститутів, що дає можливість швидко ідентифікувати ці інститути. Крім того, з'являється також інформація про гранти та спонсорів досліджень. Доступні також інструменти для створення бібліографічних списків і бази досліджень.

Платформа WoS не перестає активно рости і розвиватися: дані тут оновлюються щотижня, в архіви включаються навіть досить молоді журнали, рівень яких, однак, уже практично відповідає більш іменитим авторитетним виданням. Для сучасного науковця дана платформа є плацдармом до ідентифікації у світовому науковому товаристві та інструментом пошуку необхідних наукових видань. Таким чином, слід зазначити, що використання платформи WoS створює перспективи для розвитку та представлення досягнень сучасного науковця.

Література:

1. Что если вы сможете выявить новые связи между различными исследованиями – качественную, важную и нейтральную информацию? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.clarivate.ru/products/web-of-science/>
2. Web of Science – основные преимущества [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://uran.ua/archives/2011may-thomson-reuters/webofknowledge-z.pdf>

ФОРМУВАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

О. Миронова, к.е.н., ст.викладач

В умовах перетворення української економіки і в процесі її інтеграції в міжнародну сферу підприємництва, питання пошуку ефективності взаємовідносин суб'єктів ринку розглядаються в якості першочергових. Ці процеси пред'являють все більш високі вимоги до підвищення ролі і соціальної значущості комунікативної політики та бізнес-комунікацій. Основою процесів взаємодії ринкових суб'єктів є, був і буде обмін інформацією.

У зв'язку з глобалізацією економічних відносин, зростаючим значенням сервісної політики, раціоналізацією і індивідуалізацією потреб споживачів процес конкурентної боротьби ринкових суб'єктів переходить на якісно новий інформаційний етап свого розвитку. Для того щоб залишатися конкурентоспроможними в швидко мінливих умовах сучасного ринку, підприємствам необхідно швидко і гнучко реагувати на всі зміни, що відбуваються в навколишньому середовищі, що можливо лише при наявності ефективної інтегрованої системи маркетингових комунікацій.

Розвиток комунікацій зобов'язаний еволюції засобів масової інформації, процес якої тісно пов'язаний як з розвитком друкарської продукції і вербальним способом організації комунікацій, так і з прискореною динамікою нововведень в області електронних засобів обміну інформацією, інакше мультимедіа технологій. Динамічний розвиток в області телекомунікацій, інформаційних технологій, електроніки призвів до появи абсолютно нових, більш ефективних засобів передачі інформації і відповідно вивів на якісно новий рівень процеси маркетингових комунікацій ринкових суб'єктів. У зв'язку зі зростаючою індивідуалізацією потреб споживачів і ускладненням позиціонуванням ринків до маркетингу пред'являються все нові вимоги. В області маркетингових комунікацій індивідуалізація що передається за допомогою традиційних каналів інформації утруднена їх вузькими межами незмінних системних якостей, що в свою чергу призводить до перевантаження інформацією адресата через все зростаючу активність використання всіх засобів передачі інформації. Таку ситуацію зменшення комунікативної ефективності довгий час намагалися подолати або шляхом постійного збільшення комунікативного бюджету, або за допомогою поверхневої активізації комунікативного послання. Для подолання

ситуації, що склалася пропонується використовувати мультимедіа технології, що на відміну від традиційних засобів передачі інформації мають величезний потенціал для індивідуалізації формування послань. Мультимедіа уможливають передачу інформації за єдиною комунікаційною мережею, модульну структуру змісту, а також попереднє управління двосторонніми комунікативними процесами з урахуванням індивідуальних потреб адресата.

Маркетингові комунікації - це процес спілкування, взаємодії суб'єктів маркетингової системи з приводу узгодження і прийняття тактичних і стратегічних рішень у маркетинговій діяльності. Під інтерактивними комунікаціями слід розуміти комунікації, що базуються на використанні обчислювальної техніки, за допомогою яких користувач в будь-який час, в будь-якому місці, вільно і багаторазово може отримати доступ до запропонованої інформації. Функції передачі інформації при інтерактивних комунікаціях виконують мультимедіа, які представляють собою сукупність сучасних засобів аудіо-, теле-, візуальних і віртуальних бізнес-комунікацій і дозволяють здійснювати інтерактивний і мультимодальний діалог між людиною і електронними медіа. При цьому мова йде про нові форми комунікацій, що відрізняються новими модифікованими формами передачі, обробки і збереження інформації. Застосування мультимедіа орієнтоване на концепцію масових комунікацій і спочатку передбачає використання їх в якості рекламоносіїв. Сьогоднішнє розуміння місії мультимедіа технологій включає в себе поряд з технічним розвитком в області інформаційних технологій і телекомунікацій також нову орієнтацію комунікативної політики ринкових суб'єктів.

Однією з основних тенденцій комунікативного розвитку сьогодні є все зростаюча індивідуалізація потреб і потреб споживачів, а також потреба споживача в активному самовираженні, тобто адресат хоче виступати комунікативним партнером, який активно і індивідуально задовольняє свої інформаційні потреби. В системі інформаційного обслуговування підприємництва мають місце тенденції еволюції використання мультимедіа:

- лінійні, односторонні масові комунікації замінюються на форми діалогового, мережевого маркетингу взаємодії як основи індивідуалізованої комунікації;
- намітилася відмова від моделі доставки інформації споживачам, що реалізується традиційними засобами інформації (радіо, телебачення, газети і т.д.), в якій споживачі займають пасивну позицію і мають тільки досить обмежену можливість вибору каналів інформації, на користь моделі, при якій інформація надається за запитом і користувач сам вирішує, коли і які переглядати комунікативні послання.

Аналіз умов і факторів конкурентного середовища показав, що підприємства стали менше брати участь у товарному конкурентному процесі, але все більш залучаються до процесів комунікативної конкуренції. Таким чином, комунікації стають одним з основних чинників успіху для підприємств в області споживчих товарів і сфери послуг. Комунікативна конкуренція

супроводжується значним збільшенням витрат при використанні класичних комунікативних інструментів. Звідси впливають спроби підприємств в майбутньому посилено використовувати потенціал зниження витрат і синергетичний ефект в комунікативному процесі.

З боку споживачів спостерігаються так звані феномени "розчарування в рекламі" і "перевантаження інформацією". Накопичується роздратування споживачів найважливішими засобами масової інформації, що знижує інтерес до класичної реклами, а також роздратування від суперечливих комунікацій спонукають підприємства здійснювати свої комунікативні заходи чіткіше, концентровано і цілеспрямовано.

У той же час встановлено, що комунікативна діяльність ринкового суб'єкта характеризується недоліками, що виявляються тоді, коли різні комунікативні заходи в певній формі (змістовній, формальній, тимчасовій) не відповідають один одному. Це так само відноситься і до комунікативних процесів всередині підприємства (внутрішні комунікації), а також до ринкових комунікативним заходам (зовнішні комунікації).

У зв'язку з поширенням інтерактивних засобів інформації виникають нові форми маркетингу, що вимагають змін поглядів не тільки з боку підприємства, але і з боку оточуючих його організацій. Одночасно інтерактивний маркетинг повинен бути інтегрований в загальну концепцію маркетингу, особливо в комунікативний мікс.

Безсумнівно, довгострокове майбутнє належить використанню мультимедіа, що функціонують в режимі online. Такі переваги, як актуальність запропонованої інформації, яка оперативно може бути передана підприємством на нове місце роботи, і здатність трансакції, що означає можливість зав'язування прямих контактів між підприємством і клієнтом, говорять самі за себе. Не можна вважати, що вони (online медіа) повністю витіснять з маркетингу медіа, що функціонують в режимі offline. Швидше можна очікувати, що offline-медіа в майбутньому будуть функціонувати в деякому роді як живильної техніки при online режимі.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Л. Польська, аспірантка

Розвиток та удосконалення системи державного регулювання земельних відносин є важливою складовою ефективного управління земельними ресурсами України. Земля - це основа суверенітету країни, її просторовий базис, та основний засіб виробництва в економіці. Отже, зважаючи на особливий статус землі та її надзвичайну цінність, державна політика в сфері земельних відносин повинна виходити, з точки зору, забезпечення раціонального використання, охорони та відтворення земель, відповідно до законодавчо закріпленого принципу ст. 5 Земельного Кодексу України (далі – ЗКУ) [4].

Здійснення теоретико-методичного аналізу системи державного регулювання земельних відносин, а також розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення системи державного регулювання є метою наукових розробок в даній сфері суспільних відносин. Значний внесок у дослідження проблем державного регулювання зробили наступні вчені: В. Мороз [3], Ю. Ковбасюк, В. Трощинський, О. Руденко, О. Шершньова, Н. Філіпова, Н. Ткаченко та ін. Дослідженням сфери розвитку та удосконалення системи державного регулювання земельних відносин займались такі провідні вчені, як: М. Шульга, А. Мірошніченко [6], А. Бойко [1], В. Боклаг, О. Степенко, О. Сакаль, Я. Гадзало, Ю. Лузан [2], А. Крисак [5].

Державне регулювання у галузі земельних відносин, відповідно до визначення А.М. Мірошніченко, - це діяльність із використанням владного примусу, спрямована на забезпечення раціонального використання, охорони та відтворення земель [6]. У доктрині земельного права досить часто вживаються терміни: «державне управління в галузі земельних відносин», «державне управління земельними ресурсами», «державне управління земельним фондом», «державне регулювання земельних відносин» та інші, і вони досить часто використовуються в якості синонімів. В теорії державного управління, не існує чіткого визначення терміну «державного регулювання в сфері земельних відносин», тому аналіз даного поняття, визначення основних складових системи державного регулювання земельних відносин є досить важливим для удосконалення системи державного управління земельних ресурсів.

Відповідно до енциклопедичного словника державне управління - це діяльність органів державної влади, спрямована на створення умов для як найповнішої реалізації функцій держави, основних прав і свобод громадян, узгодження різноманітних груп інтересів у суспільстві та між державою і суспільством, забезпечення суспільного розвитку відповідними ресурсами [3]. Інше визначення державного управління визначає його як - форму і різновид соціального управління, соціально-політичну функцію держави, зумовлена об'єктивними потребами суспільства, яка проявляється в цілеспрямованому, систематичному, ідеологічному, організаційному впливі з використанням владних повноважень на суспільну на приватну життєдіяльність з метою її впорядкування, збереження та переведення у якісно новий стан [8]. Державне регулювання визначається як сукупність цілеспрямованих форм, методів і напрямів впливу, що застосовуються органами державного управління для впорядкування системи суспільно-економічних відносин з метою стабілізації і пристосування існуючої суспільно-політичної системи до умов, що змінюються[3]. Категорія державне регулювання є однією з базових дефініцій в науці та практиці державного управління. В. М. Мороз визначає регулювання як діяльність, спрямовану на коригування роботи системи (елементів системи) з метою забезпечення досягнення системою (елементами системи) такого стану, який забезпечує її (їх) роботу відповідно до визначених характеристик. Тобто цей вид діяльності розглядається як регуляторний процес, метою якого є досягнення відповідного рівня взаємодії та злагодженості окремих частин.

Система державного регулювання, як і будь-яка управлінська система включає основні елементи регуляторного впливу, до яких належать: об'єкт, суб'єкт регулювання, сукупність інструментів та механізмів, за допомогою яких держава встановлює норми і правила, з метою виконання всіх своїх основних цілей, функцій та завдань. У ЗКУ, земельні відносини визначаються як суспільні відносини щодо володіння, користування та розпорядження землею (ч.1, ст.2) [4]. Земельні відносини регулюються Конституцією України, ЗКУ, а також іншими відповідними до них нормативними актами. Отже, об'єктом державного регулювання в сфері земельних відносин можна визначити всі землі, в межах території, на яку розповсюджується суверенітет держави. Система органів державного управління в галузі земельних відносин в залежності від компетенції розподіляється на органи загальної, міжгалузевої та галузевої компетенції. Відповідно суб'єктами державного регулювання загальної компетенції, яка поширюється на всі суспільні відносини в державі є: Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, місцеві державні адміністрації, Верховна Рада АРК, місцеві ради. До суб'єктів системи державного регулювання земельних відносин міжгалузевої компетенції відносимо: Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерство культури, молоді та спорту, Міністерство енергетики та захисту довкілля, Міністерство оборони України, Фонд державного майна України, Державне агентство України з управління зоною відчуження. Державними органами галузевої компетенції в сфері регулювання земельних відносин є: Міністерство розвитку громад та територій України, Міністерство інфраструктури, Державне агентство водних ресурсів, Державне агентство лісових ресурсів, Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру (Держгеокадастр). Держгеокадастр - це центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері земельних відносин, спеціально уповноважений орган, який здійснює державний нагляд в частині дотримання земельного законодавства, використання та охорони земель усіх категорій і форм власності, родючості ґрунтів [7].

Отже, державне регулювання земельних відносин можна визначити як діяльність органів державної влади, спрямовану на упорядкування суспільних відносин в сфері управління земельними ресурсами, на основі прийнятих та встановлених норм і правил, з метою забезпечення раціонального користування, охорони та відтворення земель.

Література.

1. Бойко А. О. Сучасні тенденції розвитку наукового знання щодо механізмів формування та реалізації державної політики у сфері земельних відносин в Україні // Інвестиції: Практика та досвід, 2019. - № 1 . – С. 107-111.
2. Гадзало Я.М., Лузан Ю.Я. Земельна реформа: проблеми і перспективи розвитку аграрної економіки // Економіка АПК, 2017. № 1 – С. 5-14.
3. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. – К.: НАДУ, 2010. – 820 с.

4. Земельний кодекс України від 25 жовт. 2001 р. № 2768-III. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.

5. Крисак А. Стратегічні пріоритети комплексного економіко-екологічного регулювання земельних відносин: інституціональне підґрунтя та механізми реалізації // Економіст, 2018. - №2. – С. 18-24.

6. Мірошниченко А. М. Земельне право України: Підручник. - 2-ге видання, допов. і перероб. - К.: Алерта; ЦУЛ, 2011. - 678 с.

7. Постанова Кабінету Міністрів України від 14 січн. 2015 р. № 15 «Про Державну службу України з питань геодезії, картографії та кадастру». – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/15-2015-п>

8. Публічне управління : термінол. слов. / уклад. : В. С. Куйбіда, М. М. Білинська, О. М. Петроє та ін. ; за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петроє. – Київ : НАДУ, 2018. – 224 с.

ДЕРЖАВНА СІМЕЙНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ

А. Пугач, ст. викладач

Ю. Цибулько, магістр

Багатоаспектність та багатофункціональність соціального інституту сім'ї обумовлює багатогранність регулятивної діяльності щодо його функціонування й розвитку. Це, в свою чергу, вимагає обґрунтування теоретичної схеми аналізу такої діяльності, застосування якої дасть змогу визначити основні проблеми у практиці управління в Україні й окреслити шляхи їх розв'язання. При цьому необхідною передумовою дослідження виступає визначення сутності досліджуваного об'єкта. З огляду на викладене, зумовлюється необхідність на основі нормативно-правової бази реалізації державної сімейної політики, узагальнення теоретичних напрацювань визначити поняття державного регулювання розвитку соціального інституту сім'ї та обґрунтувати його зміст.

Однак при спробі дати чітке і змістовне визначення державного регулювання розвитку сім'ї виникають певні труднощі, зумовлені тим, що:

– по-перше, даний термін відсутній у вітчизняному нормативно-правовому полі, зазвичай у законодавстві України вживаються терміни «сімейна політика» [1], «державна допомога сім'ям з дітьми», «регулювання шлюбно-сімейних відносин», «державна охорона сім'ї» [2], «охорона материнства та дитинства» [3], «державна політика у галузі сім'ї» [4];

– по-друге, при розгляді питань державного впливу на процеси розвитку сім'ї у вітчизняній науці використовуються поняття «соціальна політика, спрямована на регулювання сімейно-шлюбних відносин» [5], «сімейна політика» [6], «соціальний захист сім'ї», «соціальна робота з сім'єю» [7], що зумовлює різний зміст регулятивного впливу, різні межі державного втручання у сімейну сферу суспільства;

– по-третє, у науці державного управління відсутнє стале поняття «державне регулювання» та єдиний підхід у визначенні його змісту й складових елементів. Крім того, цей термін використовується переважно в дослідженнях проблем регулювання економіки та окремих її галузей в умовах ринкового

господарювання, державне регулювання соціальних процесів розглядається лише у сфері зайнятості, умов та оплати праці, соціального захисту та обслуговування, розвитку соціальної інфраструктури [8].

Враховуючи аргументованість доводів про спорідненість регулювання та управління та беручи до уваги підходи до визначення основних складових державного управління [9], можна зробити висновок, що дефініція державного регулювання розвитку соціального інституту сім'ї має містити принаймні три компоненти: а) державу, як системно організований суб'єкт впливу; б) процеси функціонування й розвитку інституту сім'ї, які сприймають регулятивні дії; в) сам процес регулюючого впливу, який утворює активні взаємозв'язки між державою та сім'єю.

Виходячи з такого визначення, державне регулювання виступає як особливий вид діяльності держави, своєрідна форма та засіб практичного втілення державної політики, яка виражається політичною системою [7]. У зв'язку з викладеним, державне регулювання розвитку інституту сім'ї знаходиться у тісному взаємозв'язку з державною сімейною політикою, з одного боку, виступаючи формою її втілення, з іншого, має виражатися у формі державної сімейної політики. Отже, наповнення його змісту передбачає чітке визначення, передусім мети, завдань та напрямів політики держави у сфері сім'ї.

Однак у науковій літературі склалися різні підходи до розкриття змісту державного впливу на функціонування сім'ї. Загалом їх можна звести до трьох напрямів, у рамках яких розглядається: сімейна політика як елемент соціального захисту; сімейна політика як окремий напрям соціальної політики; сімейна політика як складова демографічної політики держави.

Незважаючи на те, що дослідники по-різному підходять до визначення змісту сімейної політики, усі вони вбачають за необхідне дотримуватися трьох векторів: *перший* – створення необхідного зовнішнього середовища, сприятливих умов для функціонування й розвитку інституту сім'ї; *другий* – формування внутрішнього потенціалу, самодостатності сім'ї, стимулювання процесів самоорганізації; *третій* – відродження і збереження фамілістичної культури суспільства, сімейного способу життя.

Представники третього підходу вважають, що «сімейна політика має розглядатися не лише як важлива складова соціальної, а й демографічної політики», державна підтримка сім'ї має стати «ядром, навколо якого формується вся система заходів національної демографічної політики». Так, на думку групи демографів, її сутність і мета полягають, насамперед, «у просімейному реформуванні середовища життєдіяльності людей, включаючи усі його складові, як необхідній передумові підвищення демографічного потенціалу сімей та ефективності його реалізації. З цього погляду, сімейна політика трактується як цілісна система заходів економічного, соціального, конституційно-правового, інформаційно-просвітницького та організаційного характеру, гарантованих і здійснюваних державними, політичними, громадськими й іншими інституціями різного рівня, а також громадянами

стосовно цілеспрямованого сприяння поліпшенню умов функціонування та розвитку сім'ї як форми відтворення населення [10].

Позиція представників цього напрямку відрізняється від попереднього в основному тим, що сімейна політика розглядається суто у контексті «підвищення демографічної ефективності функціонування і розвитку як самої сім'ї, так і усієї системи осередків і ланок демопроцесу» [10], що певним чином звужує сферу державного впливу на процеси розвитку сім'ї як елемента суспільства.

Визначення змісту державного регулювання розвитку соціального інституту сім'ї буде неповним без відповідного аналізу законодавства України. Концептуальні засади політики держави щодо сім'ї визначено Декларацією про загальні засади державної політики України стосовно сім'ї та жінок та Концепцією державної сімейної політики, які мають слугувати орієнтиром діяльності органів державної влади. Відповідно до вказаних правових актів сімейна політика має спрямовуватися на підвищення ролі сім'ї як основи суспільства, створення правових, суспільно-політичних та соціально-економічних умов для всебічного розвитку сім'ї та її членів, найповнішої реалізації сім'єю своїх функцій і поліпшення її життєвого рівня.

Література.

1. Про заходи щодо вдосконалення соціальної роботи із сім'ями, дітьми та молоддю : постанова Кабінету Міністрів України від 27.08.2004 р. № 1126. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control>

2. Сімейний кодекс України [прийнятий 10 січня 2002 р.] – К. : Істина, 2002. – 72 с.

3. Основи законодавства про охорону здоров'я : Закон України від 19.11.1992 р. № 2801-XII // Відомості Верховної Ради. – 1993. – № 4. – Ст. 19.

4. Про місцеві державні адміністрації : Закон України від 09.04.1999 р. № 586-XIV // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 20-21. – Ст.190.

5. Основи соціальної політики : навчальний посібник / В. А. Скуратівський, О. М. Палій. – К. : МАУП, 2002. – 200 с.

6. Руденко Т. П. Молода сім'я в сучасній Україні: соціально-філософський аналіз : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 «соціальна філософія та філософія історії» / Т. П. Руденко. – К., 2004. – 18 с.

7. Гриненко А. М. Соціальна політика: навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т. / А. М. Гриненко. – К. : КНЕУ, 2003. – 309 с.

8. Державне регулювання економіки / [Чистов С. М., Никифоров А. Є., Куценко Т. Ф. та ін.]. – 2. вид., доопр. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 441 с.

9. Державне управління : навч. посібник / [Мельник А. Ф., Оболенський О. Ю., Васіна А. Ю., Гордієнко Л. Ю.] ; за ред. А. Ф. Мельник. – 2 вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2004. – 344 с.

10. Волков А. Г. Семья – объект демографии / А. Г. Волков. – М. : Мысль, 1986. – 271 с.

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Р. Миронова, к.е.н., доцент

Забезпечення виживання і економічної безпеки підприємств стало однією з найгостріших проблем української дійсності. Основними загрозами економічної безпеки підприємств є низька конкурентоспроможність продукції, втрата виробничого потенціалу через високий ступінь зносу основних фондів, мала інвестиційна активність, нестача управлінського досвіду для роботи в нових умовах, численні загрози зовнішнього середовища.

Головне завдання, яке стоїть перед українськими підприємствами, - це забезпечення економічної безпеки і перетворення в ефективні суб'єкти ринкової економіки, здатні до самозбереження і саморозвитку. Для виконання цього завдання підприємствам необхідно мати нову якість стратегічного управління, що забезпечує гнучкість і адекватність реагування на ринкові сигнали, сприяє своєчасному усуненню внутрішніх і зовнішніх загроз, захищає життєво важливі інтереси підприємства і підвищує здатність до виживання в кризових умовах. Ця нова якість може бути забезпечена за рахунок введення управління організаційними змінами, яке є серцевиною стратегічного управління та включає планування, організацію, мотивацію і контроль проведення змін на підприємстві.

Для успіху реалізації стратегії організаційні зміни повинні носити системний характер. В силу цього вони повинні зачіпати всі сторони життєдіяльності підприємства,

Продуктові інновації можуть виражатися, як в повній зміні асортименту, так і в розширенні номенклатури, підвищенні споживчих властивостей продукції традиційного профілю з урахуванням запитів споживача. Випуск нової продукції може здійснюватися без зміни технології і на старому обладнанні, або освоєння нової продукції супроводжується впровадженням нової для підприємства технології та закупівлею відповідного обладнання. Саме виробництво нової продукції, здатної задовольняти запити ринку, є провідним мотивом технологічних нововведень. Разом з тим, конкретні передумови інновацій можуть бути різними: вдосконалення технологічного процесу, економія ресурсів, екологічні вимоги, недоступність передових технологічних рішень. Технічні інновації, які представляють собою введення в експлуатацію нового обладнання, найчастіше обумовлені або переходом до випуску нової продукції, або необхідністю радикального підвищення якості вже випускаються.

В організаційному аспекті можна виділити три основні сфери (об'єкта) змін: організаційна структура; організаційний механізм; організаційна культура.

Організаційна структура управління є статичною, організаційно стабілізуючою основою процесу управління, необхідної для його здійснення.

Підприємство є складною системою, що включає безліч підсистем/підрозділів. Кожен підрозділ є складною структурою формальних та

неформальних відносин, матеріально-фінансових та інформаційно-аналітичних потоків. Всі ці відносини і потоки необхідно координувати, як в рамках роботи підрозділів, так і в рамках забезпечення цілісності підприємства. Йдеться про необхідність введення в організаційну структуру механізму координації та інтеграції всіх підрозділів підприємства.

Для того щоб підприємство змогло реалізувати свою місію, керівництво зобов'язане знайти ефективний спосіб поєднання ключових змінних, що характеризують завдання і людей. Важливим інструментом координації є делегування повноважень.

На стадії виконання стратегії значні зусилля спрямовуються на те, щоб привести організаційну культуру у відповідність до обраної стратегії. Однак слід підкреслити, що якщо організаційна структура відносно легко може бути піддана змінам, то зміна організаційної культури є дуже складним, а іноді і нездійсненним завданням.

Під впливом внутрішніх і зовнішніх сил менеджмент усвідомлює необхідність змін всередині підприємства. Як правило, цей процес ініціюється розривом в результатах між планованими і реальними показниками. Безпосередніми причинами розриву виступають невідповідність поточних процедур стандартам або поява нових ідей або технологій, які змогли б значно поліпшити поточні результати. В обов'язки менеджменту входить ідентифікація, як загроз зовнішнього середовища, так і сприятливих можливостей, виявлення потенційних конкурентних переваг і недоліків самого підприємства. Отримані дані дозволяють визначитися з необхідністю організаційних змін.

Усвідомлення менеджментом потреби в змінах є відправним пунктом для їх ініціювання. Ініціювання змін починається з розробки планів відповіді підприємства на вимоги зовнішнього середовища, що передбачає пошук нових підходів і ідей. Процес пошуку включає в себе вивчення ситуації всередині і поза підприємством. Отримані в ході пошуку дані сприяють підготовці адекватної відповіді на нові вимоги зовнішнього середовища. Багато що виникають управлінські проблеми не піддаються оперативному усуненню з використанням наявних знань, в цих випадках підприємство розробляє власний план дій. Одне з основних умов якісної підготовки подібних планів - креативна організаційна атмосфера, заохочення інноваційної діяльності або створення венчурних відділів.

Зміни в стратегіях, виробничих процесах, структурі і культурі підприємства можуть здійснюватися радикально, у вигляді великих стрибків (революційна модель) або ж поступово, у вигляді дрібних кроків (еволюційна модель). Революційні зміни здійснюються в рамках реінжинірингу господарської діяльності. Еволюційної моделлю здійснення змін є організаційний розвиток.

Реінжиніринг намагається абстрагуватися від існуючої організації процесу і починає як би з нуля, намагаючись не вдосконалити, а спроектувати бізнес заново. Бізнес-процеси шикуються так, щоб ефективність їх була

максимальною при заданих обмеженнях на ресурси. Система бізнес-процесів формується, виходячи з основної кінцевої мети будь-якого бізнесу: процеси повинні бути організовані так, щоб підприємство заробляло більше грошей.

Перепроектування бізнес-процесів призводить до створення абсолютно нових і якісно більш ефективних бізнес-систем.

Реінжиніринг бізнес-процесів поряд з технологічними поліпшеннями бізнесу вимагає корінного вдосконалення принципів і структур управління, розподілу і використання ресурсів, поліпшення співпраці персоналу і комунікацій всередині організації, розробки ефективних схем взаємодії з зовнішніми партнерами і механізмів об'єднання зусиль різних учасників бізнесу для найкращого задоволення запитів клієнтів.

Організаційний розвиток передбачає трансформацію переконань, установок, цінностей, стратегії, структур і практики, спрямовану на адаптацію компанії до конкурентної боротьби, технологічним удосконаленням і іншим, все прискореним змін навколишнього середовища. Прихильники еволюційної концепції, якою є організаційний розвиток, виходять з того, що в першу чергу повинні змінюватися погляди, ціннісні уявлення і моделі поведінки членів організації, а потім і сама організація.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ

М. Сичова, к.е.н, доцент

К. Підпригора, магістр

Державна політика у сфері культури - це діяльність держави, спрямована на максимально можливе забезпечення основної ролі культури в розвитку і самореалізації сутнісних сил людини, збереження національної самобутності народів, утвердження їх гідності. Основними завданнями державної політики у сфері культури є забезпечення: необхідних організаційно-управлінських, правових, фінансово-економічних умов для створення, збереження та поширення культурних цінностей в суспільстві з метою максимального задоволення культурних запитів різних суспільних груп; прав громадян у сфері культури - свободи творчості, доступу до культурно-мистецьких цінностей; вільного функціонування і розвитку всіх існуючих на території країни національних культур, включаючи і культури національних меншин; спадкоємності культурного розвитку, збереження єдиного культурного простору держави [1].

Головне завдання державної політики у сфері культури - забезпечення громадянам необхідних умов для культурного розвитку - доступу до культурних надбань і цінностей вітчизняної й світової культури, активної участі в культурному житті з максимальним урахуванням при цьому культурних потреб та інтересів усіх суб'єктів культурного процесу.

Культурна політика в широкому сенсі - сукупність принципів і норм, а також система заходів щодо збереження, відродження, розвитку і поширення культури за допомогою різних державних і суспільних інститутів. У вузькому сенсі культурна політика – це діяльність держави в галузі культури [2].

Водночас доцільно визнати й зворотній зв'язок між політикою і культурою: не лише культура формує політику і політиків, але й політики (особливо впливові), а також сама політика є одними з найбільш дієвих чинників культурних змін. Адже саме політики (вищі посадові особи) можуть суттєво вплинути на параметри розробки і відтворення культури.

Саме словосполучення «культурна політика» має певну смислову двоїстість, яка пояснюється його кальковано-перекладним походженням (від *cultural policy*). Слово *policy* означає, план дій, спрямований на виконання якогось рішення або досягнення якоїсь цілі. Натомість слово «політика» є відповідником не лише *policy*, а й англійського слова *politics*, тобто сфери суспільної діяльності, пов'язаної з державою, її управлінням, владою. Тобто, культурна політика – це, з одного боку, цілеспрямована діяльність (*policy*) у сфері культури; з іншого ж боку, та частина політичної діяльності (*politics*), яка стосується культурної сфери. За визначенням ЮНЕСКО, під культурною політикою розуміється комплекс операційних принципів, адміністративних та фінансових видів діяльності й процедур, які забезпечують основу дій держави у сфері культури [3].

Таким чином. культурна політика - це вся сума свідомих дій чи утримання від дій в суспільстві, спрямованих на досягнення певних культурних цілей шляхом оптимального використання всіх фізичних та духовних ресурсів, що має суспільство. Ключовими у цьому визначенні видаються такі чотири моменти: по-перше, цілі держави (суспільства), і то не лише у суто культурній сфері, а й ширшого плану; по-друге, принципові засади, якими держава керується у своєму ставленні до культури; по-третє, її адміністративні та господарчі можливості, що залежать від характеру суспільного устрою та стану економіки; по-четверте, це те, як саме окреслюється згадана «область культури», тобто об'єкт культурної політики.

Щодо складників культурної політики, відомий американський фахівець з економіки культурної сфери Марк Д. Шустер виокремлює чотири головних аспекти (чи стадії) в сучасному культуротворчому процесі:

policy making (формування культурної політики чи, у вузькому сенсі, культурне планування - визначення цілей, основних засад та механізмів);
financing (фінансування чи, ширше, економічна підтримка культури);
administration (управління);
performance - фактичне творення культурно-мистецьких вартостей, культурне виробництво [3].

За цілями й засадами культурні політики умовно можна поділити на:

а) «консерваційні» (спрямовані на збереження існуючого стану культурної сфери, захист культурно-історичної спадщини);

б) «ліберальні» (спрямовані на забезпечення широкого доступу до всіх форм культурного життя та мистецьких цінностей і практик; на необмежену свободу творчого самовираження);

в) «патріотичні» (зосереджені на охороні власне національної культурної спадщини, протекціонізмі щодо національного «культурного виробника»);

г) «утопічні» (спрямовані на «творення нової людини» та формування «нової культури») - притаманні суспільствам, які ставлять за мету докорінне реформування свого суспільно-політичного життя [3].

Література.

1. Карлова В.В. Державна політика у сфері культури: сутність та особливості реалізації в сучасних умовах: автореф. дис. канд. наук з держ. упр.:25.00.01 / Карлова Валентина Володимирівна; НАДУ при Президентові України. – К., 2003. – 15 с.

2. Малімон В.І. Культурна політика держави як чинник реформування суспільства: автореф. дис. канд. наук з держ. упр. :25.00.02 / Малімон Віталій Іванович; НАДУ при Президентові України. – К., 2011. – 17 с.

3. Культурна політика України: національна модель у європейському контексті. Аналітична доповідь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Kul%5C_tura2012-6090f.pdf.

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ (КРІ) В УПРАВЛІННІ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Н. Дуброва, к.е.н., доцент

З метою досягнення успіхів в бізнесі використовуються не тільки фінансові показники, такі як абсолютні та відносні показники прибутку, витрати, собівартість продукції, а і нефінансові показники – лояльність клієнтів, якість обслуговування та інші. Ці показники отримали назву ключових показників ефективності бізнесу (Key Performance Indicators - КРІ), початково розглянуті в методології Balanced Scorecard (система збалансованих (взаємопов'язаних) показників) [4].

Основною перевагою економічної системи, що побудована за допомогою ключових показників є її універсальність, оскільки останні націлені на підвищення зацікавленості показників в результатах діяльності підприємства. Безперечно суб'єктивно оцінити ефективність підприємства складно, тому і потрібні чітко визначені критерії, щоб бачити зв'язок між плановими показниками, рівнем виконання задач працівниками та отриманими результатами. Крім того при розробці КРІ, керівництво має враховувати особливості виробничого процесу підприємства [3, 4].

З точки зору економіки ефективне функціонування підприємства залежить не тільки від топ-менеджерів, а і від лінійних керівників та їх співробітників. І в цьому проявляється одна з переваг системи КРІ – можливості оцінки роботи усього підприємства, її окремих підрозділів та конкретних працівників. КРІ дозволяє об'єктивно оцінювати можливості підприємства при оптимальному використанні ресурсів та мінімізації витрат.

Така система може застосовуватися на підприємствах різних галузей, але найбільш дієва вона там, де внесок кожного співробітника здійснює вплив на економічні показники. Аналізуючи працю менеджера можна визначити наскільки ефективно він справляється з задачею реалізації товару та залучення нових клієнтів. А при аналізі отриманих показників за звітний період

фінансовому менеджеру немає необхідності витратити зусилля на отримання необхідної інформації, а рішення будуть опиратися на реальну ситуацію, що, в свою чергу, підвищить ефективність [2, 3, 4].

При розробці система КРІ враховує вимоги системи SMART. Остання включає характеристики, які є складовою показників ефективності, а саме [3]:

S (specific) – «конкретний» – означає, що показник повинен мати безпосереднє відношення до даного процесу. Мета має бути конкретною, а виконавці чітко розуміти в чому вона полягає.

M (measurable) – «вимірний» - означає, що показник повинен вимірюватися в будь-яких одиницях: час, кількість, відсотки і т.д. Вимірність показника гарантує можливість його чіткого визначення на кожній стадії виконання процесу.

A (achievable) – «досяжний» - означає, що при нормальній течії процесу значення показника цілком досягне. Крім того, досяжність може означати доступність виміру, простоту в розрахунках і зборі первинної інформації і наявність усіх необхідних засобів виміру.

R (reasonable, relevant) – «доречний, відповідний або реалістичний» - означає, що показник не лише має відношення до цього процесу, але і доречний у використанні і реально відбиває хід діяльності.

T (time-bounded) – «визначений в часі або має часові рамки» - означає, що необхідно встановити період часу, за який цей показник вимірюватиметься.

Ключові показники ефективності призначені, передусім, для аналізу поточної діяльності підприємства і його підрозділів, вони дозволяють адаптувати цілі і завдання відповідно до умов, що змінюються; характеризують якість організації виробництва, постачань сировини, продукції, що виготовляється, або послуг, що робляться. З іншого боку, КРІ показують результат діяльності компанії за період, дозволяють скоректувати плани на наступні періоди; характеризують грошові потоки, також на їх основі розраховуються показники ефективності діяльності підприємства, такі як рентабельність [1].

Література:

1. Поліщук Є. А. Методика розрахунку ключових показників ефективності (КРІ) використання різних фінансово-кредитних інструментів підприємствами МСБ / Є. А. Поліщук, А. І. Іващенко // Ефективна економіка. – 2019. № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6879>.

2. Пономаренко І.В. Методичні аспекти впровадження ключових показників ефективності (КРІ) на підприємстві / І.В. Пономаренко, І.В. Саєнко // Інфраструктура ринку. – 2017. – Вип. 12. – С. 208-213.

3. Ставицкая О.С. КРІ - ключевые показатели эффективности, их виды и применение / О.С. Ставицкая // Проблемы современной науки и образования. – 2018. – № 7 (127). – С. 45-51.

4. Тонких Д.О. К вопросу об эффективности финансового менеджмента в организации / Д.О. Тонких // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 413–418.

РОЛЬ БЮДЖЕТУ ОТГ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ

С. Качула, д.е.н., доцент

Проблематика місцевих фінансів все частіше стає об'єктом наукових досліджень в Україні. Особливо актуалізується вона в контексті децентралізації влади, об'єднання територіальних громад з метою оптимізації їх фінансового забезпечення та створення належного підґрунтя для покращення умов життя кожного громадянина. Територіальна громада як соціально-економічне явище є особливим утворенням з притаманною їй відповідною низкою якісних і кількісних характеристик. Територіальна громада як провідний суб'єкт місцевого самоврядування посідає одне з важливих місць у теоретичних дослідженнях щодо визначення її природи, сутності, ознак та місця її ролі у стратегії розвитку всієї цілісної фінансово-економічної системи країни. Особливої актуальності такі питання набувають в сучасних умовах процесів децентралізації та становлення новітньої системи організації функціонування фінансів місцевого самоврядування в Україні як складної інтегрованої економічної системи з відповідними властивостями розвитку. В умовах одночасних процесів глобалізації та регіоналізації економіки, інтеграційних процесів необхідність виконання завдань щодо підвищення фінансового самозабезпечення, посилення конкурентних переваг постановка проблем формування і використання фінансових ресурсів регіону є сама по собі недостатньою. Крім того, прийняття найважливіших управлінських рішень і побудова фінансового механізму на рівні регіонів не можуть базуватися на простому підрахунку обсягу фінансових ресурсів і не дадуть очікуваних результатів у перспективі.

Протягом останніх п'ятих років в Україні відбулися фундаментальні зміни системи місцевого самоврядування, особливо в частині формування місцевих бюджетів та утворення нового потужного суб'єкта місцевого самоврядування - об'єднаних територіальних громад (ОТГ). Місцевий бюджет - це план утворення і використання фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення функцій та повноважень місцевого самоврядування. Отже, формування місцевого бюджету є одним з найважливіших питань для новоствореної ОТГ.

Нові спільноти одержали чималі фінансові ресурси, їх бюджети стали пропорційні із бюджетами міст обласного значення, а державна підтримка дала такій общині стимул створювати на сільських територіях нові можливості для одержання людьми послуг, яких раніше їм не вистачало. Децентралізація стала справжнім шансом для економічного відновлення міст та сіл України. Уперше за роки незалежності кожна адміністративно-територіальна одиниця одержала можливість самостійно розпоряджатися заробленими коштами, бути господарями на власній землі.

Згідно з планом здійснено поправки до Бюджетного та Податкового кодексів України, якими розпочато бюджетну децентралізацію. Поправки до

Бюджетного кодексу по суті є підґрунтям для стимулювання спільнот до згуртування та підвищення їхньої спроможності через систему трансформації бюджетів об'єднаних громад на прямі міжбюджетні відносини з Державним бюджетом. У разі об'єднання такі громади отримують такі самі повноваження та ресурси, як міста обласного значення.

За підсумками 2019 року, до бюджетів 806 ОТГ надійшло [1]:

– 39,4 млрд. грн. Із розрахунку на одного мешканця по всіх ОТГ дохід в середньому становить 4737,7 грн. Із 806 ОТГ по 266 громадах (33,0% від загальної кількості) показник доходів на одного мешканця перевищує середній показник по всіх ОТГ. Із загального фонду бюджетів ОТГ було проведено видатків на суму 57,0 млрд гривень. Середній обсяг видатків по всіх 806-ти ОТГ із розрахунку на одного мешканця склав 6861,8 грн.;

– середній рівень видатків на утримання апарату управління у розрахунку на 1-го мешканця становить 943,9 гривень. Зазначений показник дає змогу порівняти управлінські витрати на одного мешканця в ідентичних за чисельністю населення ОТГ;

– було проведено капітальних видатків на суму 12,8 млрд гривень. Середній обсяг видатків по всіх 806 ОТГ із розрахунку на одного мешканця склав 1546,6 грн.

Найменш залежними від дотаційних ресурсів з державного бюджету є громади - міста обласного значення з Групи 5, в яких із 27 ОТГ найвищий рівень дотаційності становить лише 9,1%. У Групі 1 найвищий рівень дотаційності становить 49,7%. Серед ОТГ Групи 2 – по п'яти громадах показник дотаційності перевищує 50% (або 3,9% від загальної кількості громад у групі), найвище значення становить 57,5%. У Групі 3 по дев'яти громадах показник дотаційності перевищує 50% (або 3,4% від загальної кількості громад у групі), найвище значення становить 63,5%. У Групі 4 лише у трьох громадах показник дотаційності перевищує 50% (або 1,0% від загальної кількості громад у групі), найвище значення становить 62,6% [1].

Досвід зарубіжних країн дозволяє стверджувати, що під час визначення заходів щодо децентралізації необхідне врахування принципу субсидіарності, який значною мірою характеризує та розкриває зміст цього процесу на сучасному етапі розвитку суспільства. Цей принцип створює підґрунтя для децентралізації повноважень публічної влади, оскільки передбачає передачу повноважень на ухвалення рішень із центрального на нижчі організаційні рівні. Реалізація зазначеного курсу має стати одним із вимірів гармонізації підходів до організації діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування України відповідно до стандартів і принципів країн розвинутої демократії [2]. Новостворені об'єднані територіальні громади беруть на себе всю відповідальність за всі сфери життєдіяльності громади на своїй території. Ефективність реалізації поставлених перед ОТГ задач є основним показником успішності даного об'єднання та реформи загалом. Однак в умовах нинішньої політичної нестабільної ситуації в Україні, економічної та соціальної кризи, зовнішньої агресії децентралізація, на думку О. Скрипнюка, може призвести до

поглиблення наявних та появи нових негативних тенденцій у розвитку держави й суспільства. Він вважає, що це варто передбачити й бути готовими до таких викликів: поглиблення регіональних ідентичностей серед населення, сепаратистських настроїв в окремих регіонах; посилення контролю за видатками та їхніми джерелами, обсягами сваволі чиновників та місцевих еліт, зростання незадоволення населення регіонів владою, зокрема центральною, яка демонструватиме неспроможність захистити інтереси та права регіональних громад; небезпека відцентрових тенденцій через вкрай низький рівень відповідальності держави перед адміністративно-територіальними суб'єктами [3, с. 24].

У процесі реформування місцевого самоврядування та фінансової децентралізації необхідно не лише визначити конкретні нормативи за кожним делегованим державою органам місцевого самоврядування повноваженням, обґрунтувати можливий діапазон їхньої реалізації (мінімальне і максимальне значення) з урахуванням особливостей бюджетів різних рівнів, а й закріпити за останніми на постійній (або хоча б на тривалій) основі обсяги фінансових ресурсів, потрібних для забезпечення належного виконання таких повноважень.

З огляду на зазначені вище особливості та виклики, що сьогодні стають на заваді реформі децентралізації в Україні, зауважимо, що окреслено лише найголовніші проблеми, проте є чимала низка ризиків, пов'язаних із регіональними особливостями, специфікою самих територіальних громад та інших чинників, що супроводжують здійснення реформи децентралізації.

Даючи можливість місцевим громадам управляти власними справами, а також використовуючи поглиблення співпраці між центральними і місцевими органами влади, ефективна система місцевого самоврядування дасть змогу більш адекватно реагувати на потреби і пріоритети людей тієї чи іншої громади, тим самим гарантуючи, що уряд здатний врегулювати велике коло економічних та соціальних питань, зокрема проблему подолання бідності, створення нових робочих місць, гендерної рівності, захисту навколишнього середовища.

На сьогоднішній день бюджетна децентралізація є найбільш ефективним та дієвим способом забезпечення фінансової автономії та стійкості місцевих органів влади через передачу їм потужних джерел бюджетних надходжень, раніше закріплених за центральним урядом, та розширенням фінансової бази адміністративно-територіальних формувань. Тобто запровадження нової моделі фінансового забезпечення місцевих бюджетів полягає у розширенні прав місцевих органів влади, джерел їх формування, наданні їм повної бюджетної самостійності та створення реального підґрунтя для виконання своїх повноважень.

Література:

1. Оцінка фінансових показників бюджетів 806 ОТГ. Рейтинг за 2019 рік: Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12192> (дата звернення 15.03.2020)

2. Василенко Л. Децентралізація та реформа місцевого самоврядування. Підприємництво, господарство і право. 2017. № 3. URL: <http://pgr-journal.kiev.ua/archive/2017/3/28.pdf>

3. Скрипнюк О. Децентралізація влади як чинник забезпечення стабільності конституційного ладу: теорія й практика. Віче: громадсько-політичний і теоретичний журнал. 2015. № 12. С. 22-24. URL: www.viche.info

ЗМІСТ

ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

| | |
|---|----|
| <i>Приходько І., Павлова Г.</i> Трансакційні витрати підприємства: актуальні питання організації обліку | 3 |
| <i>Бондарчук Н.</i> Ризик менеджмент в системі управління підприємством | 5 |
| <i>Васільєва Л.</i> Послідовність дій щодо формування амортизаційної політики підприємства ... | 6 |
| <i>Корсун А.</i> Стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства | 7 |
| <i>Міньковська А.</i> Туроператори та турагенти – платники податків та зборів | 9 |
| <i>Мачак Т.</i> Особливості оподаткування малих підприємств | 10 |
| <i>Губарик О., Саванчук Т.</i> Методичні підходи до оцінки фінансово-економічної безпеки комерційних банків | 12 |
| <i>Погорєлова Т.</i> Потенційні загрози економічній безпеці підприємства в сучасних умовах господарювання | 14 |
| <i>Якубенко Ю.</i> Забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств | 16 |
| <i>Чернецька О.</i> РРО: аналіз нововведень 2020 року | 18 |
| <i>Атамас О.</i> Особливості обліку лікарських засобів в установах державного сектору | 20 |
| <i>Ткаченко О.</i> Порівняння П(С)БО 15 «Дохід» та МСБО 18 «Дохід»: спільні та відмінні риси | 21 |
| <i>Юрченко С.</i> Кластеризація агропромислового сектору як елемент інвестиційної політики для забезпечення економічної безпеки | 22 |
| <i>Бардадим М.</i> облікова інформація як складова системи управління підприємством | 24 |
| <i>Чепець О.</i> Перспективи розвитку аутсорсінгу бухгалтерського обліку в Україні | 25 |

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ

| | |
|--|----|
| <i>Vasylieva N.</i> Internet sources of information on agricultural development in Ukraine | 27 |
| <i>Білоткач О.</i> Стан та розвиток інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств | 28 |
| <i>Кравець М.</i> Безпека розрахунків в електронному бізнесі | 30 |
| <i>Мороз С.</i> Комп'ютерні системи підтримки прийняття рішень у ветеринарній діагностиці | 31 |
| <i>Самарець Н.</i> Економетрична оцінка експортного потенціалу аграрного сектора України ... | 32 |
| <i>Дмитрієва В.</i> Математичні методи аналізу втрат від забруднення сільськогосподарських земель | 34 |
| <i>Карамушка О.</i> Інформаційні платформи дистанційної освіти, як складової навчального процесу ЗВО | 35 |
| <i>Нужна С.</i> Особливості побудови економіко-математичних моделей стохастичного програмування при рішенні завдань аграріїв | 36 |
| <i>Шрамко І.</i> Онлайн сервіси автоматизації ведення обліку аграрними підприємствами України | 38 |

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

| | |
|---|----|
| <i>Катан Л.</i> Фінансова політика та фінансове забезпечення розвитку сільськогосподарського підприємства | 39 |
| <i>Олійник О.</i> Характеристика грошових потоків та завдання їх управлінського аналізу | 41 |
| <i>Катан Л., Павлова Д.</i> Формування міжнародних фінансових центрів як основи фінансового посередництва | 42 |
| <i>Бровко Л., Сірко А., Хасанова Г.</i> Податок на доходи фізичних осіб | 44 |
| <i>Масюк Ю.</i> Фінансово-кредитні ризики банківських установ та особливості їх страхування в Україні | 45 |

| | |
|---|----|
| <i>Олійник А.</i> Превентивне антикризове управління в системі менеджменту аграрного підприємства | 47 |
| <i>Бровко Л., Сірко А., Соколова Л.</i> Державний бюджет України | 48 |
| <i>Якубенко Ю.</i> Принципи організації банківського інвестиційного кредитування підприємств | 49 |
| <i>Олійник Є.</i> Інтеграційні системи методів аграрного менеджменту | 51 |
| <i>Сірко А.</i> Механізми фінансування малих підприємств | 52 |
| <i>Бровко Л., Бровко Є.</i> Роль банківського кредитування в формуванні фінансових ресурсів аграрних підприємств | 55 |
| <i>Демчук Н., Сергієнко А.</i> Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України | 57 |
| <i>Олійник Т.</i> Становлення та розвиток підприємництва | 58 |
| <i>Бровко Л., Сірко А., Жучик М.</i> Бюджетний дефіцит | 59 |

МЕНЕДЖМЕНТ І ПРАВО

| | |
|--|----|
| <i>Величко О.</i> Адміністративне та академічне управління освітніми програмами у сфері АПК | 61 |
| <i>Демидова М.</i> Вплив пенсійного страхування на мотивацію працівників аграрних підприємств | 63 |
| <i>Нечипоренко К.</i> Актуальні проблеми ефективності транспортних перевезень аграрними підприємствами | 66 |
| <i>Савенко О.</i> Сертифікація систем екологічного управління | 67 |
| <i>Шпортюк Н.</i> Застосування інноваційних моделей корпоративного розвитку аграрного сектору економіки | 69 |
| <i>Пальчик І.</i> Логістичні принципи ресурсозбереження в АПК | 70 |
| <i>Горобець Н.</i> Напрями впровадження інновацій до галузі рослинництва агропідприємств ... | 72 |

| | |
|---|----|
| <i>Коломоєць Ю.</i> | |
| Використання об'єктів інтелектуальної власності в мережі інтернет | 74 |
| <i>Пастернак Л.</i> | |
| Правовий захист суб'єктів господарювання від незаконного втручання в їх діяльність з боку державних органів | 75 |
| <i>Полегенька М.</i> | |
| Управління ефективністю діяльності агропромислових підприємств | 78 |
| <i>Тропін В.</i> | |
| Особливості укладання цивільно-правових договорів з працівниками в сільськогосподарських кооперативах | 80 |

ЕКОНОМІКА

| | |
|--|----|
| <i>Вініченко І.</i> | |
| Галузеві особливості розвитку ринку молочної продукції | 83 |
| <i>Гончаренко О., Самілик Т.</i> | |
| Інструментарій інституціональної політики в реалізації інноваційного розвитку агропромислового виробництва | 84 |
| <i>Васильєв С.</i> | |
| Трансформація форм аграрного господарювання в Україні | 85 |
| <i>Галаган Т.</i> | |
| Продуктивність рекультивованих земель як об'єкт економіко-екологічних досліджень | 87 |
| <i>Масляєва О.</i> | |
| Основні підходи до визначення логістичної стратегії | 88 |
| <i>Ткаліч О.</i> | |
| Джерела фінансових ресурсів для забезпечення інноваційного розвитку в умовах глобалізації | 89 |
| <i>Сітковська А.</i> | |
| Вплив зовнішнього середовища на конкурентоспроможність аграрних підприємств | 91 |

МАРКЕТИНГ

| | |
|---|----|
| <i>Писаренко В., Багорка М.</i> | |
| Маркетинговий потенціал як адаптаційна складова сучасного економічного розвитку підприємств | 92 |
| <i>Льченко Т.</i> | |
| Маркетингове забезпечення ефективної збутової діяльності аграрного підприємства | 94 |
| <i>Кадирус І., Донських А.</i> | |
| Використання сучасних інструментів маркетингових комунікацій в діяльності підприємств | 96 |

| | |
|---|-----|
| <i>Курбацька Л.</i> Сутність концепції маркетингової стратегії диверсифікації діяльності підприємства | 97 |
| <i>Білоткач І.</i> Формування системи інституціонального регулювання розвитку органічного агропромислового виробництва регіону | 99 |
| <i>Безугла Л.</i> Вплив інфраструктури сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села | 102 |
| <i>Абрамович І.</i> Реалізація рекламних стратегій в умовах розвитку підприємництва | 104 |
| <i>Безус Р., Крючко Л.</i> Союзи кооперативів як перспективна модель розвитку сільськогосподарської кооперації | 107 |
| <i>Воловик Д.</i> Маркетинговий потенціал як складова конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств | 108 |
| <i>Кобернюк С.</i> Сучасні тенденції в маркетингових комунікаціях | 109 |
| <i>Юрченко Н.</i> Особливості туристичних послуг в Україні | 112 |

МЕНЕДЖМЕНТ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

| | |
|---|-----|
| <i>Пугач А., Бондаренко В.</i> Основні моделі державної культурної політики | 114 |
| <i>Плотницька А.</i> Територіальна громада як суб'єкт місцевого самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні | 116 |
| <i>Байдак І.</i> Значення та різні підходи до вдосконалення організації виробництва | 119 |
| <i>Бербенець О.</i> Використання концепції «шість сигм» в управлінському консалтингу | 120 |
| <i>Гаркавий В.</i> Як впровадити нову стратегію, без шкоди для підприємства | 121 |
| <i>Застава І.</i> Дорадництво, як елемент відновлення і розвитку сільських територій | 123 |
| <i>Деревагіна Н., Дмитренко І.</i> Розвиток інституту сім'ї як об'єкт державного управління | 125 |
| <i>Байдак І., Омельченко Д.,</i> Аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень щодо формування та реалізації культурної політики | 127 |
| <i>Лебеденко О.</i> Проблеми розвитку кооперації в аграрній сфері | 129 |

| | |
|--|-----|
| <i>Мареніченко В.</i> Перспективи використання платформи Web Of Science для сучасного науковця | 131 |
| <i>Миронова О.</i> Формування інтерактивних маркетингових комунікацій у конкурентному середовищі | 133 |
| <i>Польська Л.</i> Особливості державного регулювання земельних відносин в Україні | 135 |
| <i>Пугач А., Цибулько Ю.</i> Державна сімейна політика в Україні | 138 |
| <i>Миронова Р.</i> Управління організаційними змінами як основа економічної безпеки підприємства | 141 |
| <i>Сичова М., Підпригора К.</i> Особливості державної політики в сфері культури | 143 |
| <i>Дуброва Н.</i> Ключові показники ефективності (KPI) в управлінні фінансами підприємства | 145 |
| <i>Качула С.</i> Роль бюджету ОТГ в соціально-економічному розвитку території | 147 |