

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



**МАТЕРІАЛИ
СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

27 вересня 2018 року

Полтава 2018

Редакційна колегія:

Галич О. А. –	к.е.н., доцент, декан факультету економіки та менеджменту;
Воронько-Невіднича Т. В. –	к.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки та менеджменту;
Світлична А. В. –	к.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки та менеджменту;
Хурдей В. Д. –	к.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки та менеджменту
Уткін Ю.В. –	к.т.н., доцент, завідувач, доцент кафедри інформаційних систем та технологій;
Лозинська Т. М. –	д.держ.упр., професор, завідувач, професор кафедри публічного управління та адміністрування;
Макаренко П. М. –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри економіки підприємства;
Маркіна І. А. –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри менеджменту;
Махмудов Х. З. –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри підприємництва і права;
Писаренко В. В. –	д.е.н., професор, завідувач, професор кафедри маркетингу;

Тези наводяться без змін та редагування. Відповідальність за зміст та редакцію несуть автори та наукові керівники.

Для здобувачів вищої освіти закладів вищої освіти

© *Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)*
© *Факультет економіки та менеджменту*

ЗМІСТ

<i>Бабіч В. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С. В.	
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	17
<i>Барабаш І. С.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О.	
СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	18
<i>Барабаш І. С.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О.	
ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИНИЦТВА	20
<i>Безуглий А. С., Микоць К. В.</i> , здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Помаз О. М.	
ВПЛИВ МЕНТАЛІТЕТУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРАЦІВНИКІВ НА УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	21
<i>Бережна О. А.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.	
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА	24
<i>Бережна О. А.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.	
ІННОВАЦІЇ У ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА.....	25
<i>Бех В. Ю.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.с.-г.н. Мінькова О. Г.	
ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛЕЙ В УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНОЮ ПІДСИСТЕМОЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	27
<i>Бражченко С. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.	
МИРГОРОДСЬКИЙ СУБРЕГІОН: ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ	29
<i>Бражченко С. В., Назаренко А. О.</i> , здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.	
ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ ПЛАНУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ.....	30

Бражченко С. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МИРГОРОДСЬКОГО СУБРЕГІОНУ	32
Василенко К. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. СУТНІСТЬ ТА ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	34
Василенко К. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	35
Васильєва А. С. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. М. ФУНКЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК	37
Васильєва А. С. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. В. ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	38
Вернигора М. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д. СУТНІСТЬ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	40
Вернигора М. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ТА ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	42
Верхогляд Т. М. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М. ВІДКРИТІСТЬ І ПРОЗОРИСТЬ ХОРОЛЬСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	44
Візир С. А. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Макаренко П. М. ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	46

<i>Візир С. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Макаренко П. М.</i>	
МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	47
<i>Власенко Д. В., здобувач СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. М.</i>	
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВОЇ У ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	49
<i>Гаврелець О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.</i>	
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	50
<i>Гаврелець О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.</i>	
МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	51
<i>Гаркавенко О. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.</i>	
ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ТА ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ПІДПРИЄМСТВІ	52
<i>Гевленко О. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Вакуленко Ю. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ТЛІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ.....	54
<i>Гонта А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.</i>	
ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	55
<i>Горда М. І., здобувач ступеня вищої освіти Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЙОГО ЗБУТОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ	56
<i>Григоренко А. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	58

Григоренко А. А., Гонта А. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	59
Дудник Д. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І. Г. ЧИННИКИ ОТРИМАННЯ ВИСОКИХ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ.....	61
Дудник Д. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І. Г. ВПЛИВ ЧИННИКІВ НА ЯКІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	62
Дяговець М. Д., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І. РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ	64
Дяговець М. Д., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І. ЗАВДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	65
Дяговець М. Д., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І. СТАН МІЖМУНІЦИПАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІСЦЕВИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ.....	66
Єгорова Н. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А. СТАН КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ	68
Єгорова Н. І., Стокротян Н. В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	70
Жванко Є. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е. н., професор Махмудов Х. З. МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	72

Жванко Є. М. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е. н., професор Махмудов Х. З. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО «ЕФЕКТУ» І «ЕФЕКТИВНОСТІ»	74
Жванко Є. М. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е. н., професор Махмудов Х. З. ПОКАЗНИКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	75
Жидок Н. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА	76
Жидок Н.О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З. ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	77
Зеленський А. С. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Федірець О. В. КРИЗА ЯК ОБ'ЄКТИВНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	79
Йорик М. В., Хоменко І. О. , здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорофєєв О. В. УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	80
Катренко Є. І. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	81
Качаненко Є. А. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.с.-г.н. Мінькова О. Г. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	83
Клеменко Я. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.і.н., доцент Помаз Ю. В. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	85

Колісник К. А., Донський Д. В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорофєєв О. В. ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ЛЮДЕЙ	86
Кононенко В. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.п.н., доцент Шупта І. М. ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	87
Кошулько А. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н, доцент Воронько-Невіднича Т. В. УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	89
Кузьменко А. Г., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Боровик Т. В. ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ	91
Куріпта С. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.н.держ.упр., професор Лозинська Т. М. ВПРОВАДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МОНІТОРИНГУ В ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	92
Лагунова В. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В. РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ	94
Логвиненко М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ АГРОФОРМУВАННЯ	96
Логвін О. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО РУХУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	97
Логвін О. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ЗБУТОВО-ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКИХ СИСТЕМ	99

Луговий А. Ю., здобувач вищої освіти ступеня Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к. держ.упр., доцент Паутова Т. О. ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В ПИТАННЯХ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН.....	101
Лук'яненко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Помаз О. М. ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	104
Любарець С. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к. е. н. Вороніна В. Л. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	105
Ляшенко Є. С., здобувач вищої освіти Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В. СУЧАСНИЙ КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ.....	107
Ляшенко Є. С., здобувач вищої освіти Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В. ОЦІНКА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ТОВ «ВЕРЕСТ»	108
Мавродова М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	109
Майборода С. В., Панченко Ю. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорофєєв О. В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ.....	111
Макарчук О. К., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Маркіна І. А. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	113
Макарчук О. К., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Маркіна І. А. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ПЛАНУВАННЯ КАР'ЄРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	114

<i>Макарчук О. К., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Маркіна І. А.</i>	
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	116
<i>Масюк В. І., здобувач вищої освіти ступеня Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к. держ.упр. Кононенко М. М.</i>	
ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ: НАПРЯМИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ.....	117
<i>Мельченко М. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Політологія Науковий керівник: асистент Кошова Л. М.</i>	
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З ЄВРОПОЮ НЕ СТАЛА ВІЛЬНОЮ ДЛЯ ВСІХ.....	120
<i>Назаренко А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.</i>	
МІСІЙ МІСТА: ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ	123
<i>Назаренко А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.</i>	
СУТНІСТЬ МОНІТОРИНГУ ТА ОЦІНЮВАННЯ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ. СХОЖІ ТА ВІДМІННІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	125
<i>Набок Я. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.і.н., доцент Щетініна Т. О.</i>	
ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ.....	126
<i>Олексенко А. А., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.</i>	
ОСНОВНІ ЗАДАЧІ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРОФОРМУВАННЯ	127
<i>Олешко М. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	129
<i>Олешко М. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.</i>	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	130

<i>Павлушенко Є. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.</i>	
ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ОСНОВНИМИ ВИДАМИ РЕСУРСІВ	131
<i>Перетяцько Т. М., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальності Облік та аудит Науковий керівник: Лопушинська О. В.</i>	
ЛІ ЯКОККА: ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД УСПІШНОГО МЕНЕДЖЕРА	133
<i>Писаренко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.</i>	
УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	134
<i>Писаренко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.</i>	
ПРОГНОЗУВАННЯ В СИСТЕМІ ПЛАНУВАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	136
<i>Писаренко Н. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Даниленко В. І.</i>	
СУТНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА	138
<i>Піхуля В. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.і.н., доцент Щетініна Т. О.</i>	
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	139
<i>Призенко Д. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.</i>	
УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ВИРОБНИЧО-ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	141
<i>Призенко Д. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.</i>	
СУТНІСТЬ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	143
<i>Прихоржа А. К., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування Науковий керівник: к.і.н., доцент Помаз Ю. В.</i>	
ЕКОНОМІЧНО АКТИВНЕ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПОРТРЕТ	144

Ремез В. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. М.	
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ У ПІДПРИЄМСТВІ.....	146
Савельєва (Бахмутова) М. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к. і. н., доцент Щетініна Т. О.	
ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД.....	147
Сауліна Л. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І. Г.	
ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	149
Свистун М. А. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С. В.	
ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	151
Северюков В. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.держ.упр., доцент Писаренко В. П.	
СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ.....	152
Северюков В. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., доцент Писаренко В. П.	
СТРАТЕГІЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ ЯК БАГАТОГРАННЕ ПОНЯТТЯ.....	154
Северюков В. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., доцент Писаренко В. П.	
СКЛАДОВІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ.....	155
Сіній Т. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Даниленко В. І.	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	157
Скальська Т. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.	
СУТНІСТЬ ТА ВИДИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	158
Скляр Д. Ю. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О.	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ	160

Степаненко Я. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н. Вараксіна О. В. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ	161
Степаненко Я. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н. Вараксіна О. В. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	163
Таран С. Ю. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В. ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	164
Терно А. І., Ляшенко В. Ю., здобувачі вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к. е. н. Вороніна В. Л. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	166
Тищенко А. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Федірець О. В. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТАДІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	168
Ткаченко Н. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	169
Ткаченко Н. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. РОЗРОБКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ ПП «ІМЕНІ КАЛАШНИКА»	171
Ульянченко О. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНУ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ	173
Федоряк О. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В. МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	176

Федоряк О. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В. РОЗРОБКА МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ДЛЯ ПП «ІМЕНІ КАЛАШНИКА»	177
Харитоненко І. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І. МЕТОДИ ТА ЗАГАЛЬНИЙ АЛГОРИТМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ	179
Харитоненко І. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І. ПОСТАНОВКА ЦІЛЕЙ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ	181
Харитоненко І. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І. ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ	182
Чаплянська В. С. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник : к.е.н, доцент Коваленко М. В. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	184
Чвала О. С., Рукавішніков В. В. , здобувачі вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Економіка Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В. ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ – ЯК НАПРЯМОК ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ	185
Чухліб В. Є. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С. ВИДИ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	187
Шамрай В. Г. , здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальності Облік та аудит Науковий керівник: Лопушинська О. В. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: СЕКРЕТ УСПІХУ APPLE	189
Шабанова К. О. , здобувач вищої освіти Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А. РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	190

Шабанова К. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А.	
РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК	192
Штанько І. О. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Публічне управління та адміністрування Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.	
СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	194
Яковенко М. В. , здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Облік і аудит Науковий керівник: Лопушинська О. В.	
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ «THE СОСА-COLA COMPANY»	196
Якубенко О. П. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к. с.-г. н., доцент Писаренко С. В.	
САМОМЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ.....	197
Яременко А. С. , здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування Науковий керівник: к.і.н., доцент Помаз Ю. В.	
УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ПОДІЛУ УКРАЇНИ: ДИСКУСІЇ ТА РЕАЛЬНИЙ СТАН.....	199
Ванжула Д. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н. Яснолоб І. О.	
БАГАТОФАКТОРНІ СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	201
Ванжула Д. В. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н. Яснолоб І. О.	
МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК СКЛАДОВА РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	202
Жаботинський В. І. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.	
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	204
Жаботинський В. І. , здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.	
ЦІЛІ І ЗАДАВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	205

<i>Муренець І. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
ВЕКТОРИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	207
<i>Муренець І. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА».....	208
<i>Пальваль П. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «МАРКЕТИНГ»	210
<i>Фененко О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, (Магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
ПОСАДОВІ ОBOB'ЯЗКИ КОМІСІЇ З РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ	212
<i>Фененко О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, (Магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ В ПІДПРИЄМСТВІ	214
<i>Ясько О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
КОНФЛІКТИ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ ЯК ТИПОВІ ЯВИЩА РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....	215
<i>Ясько О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.</i>	
ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	217

*Бабіч В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С. В.*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Протягом останнього десятиліття ринкові перетворення в Україні зумовлюють зміни в системі управління підприємствами, які адекватно відповідатимуть зовнішньому та сучасному конкурентному середовищу. Конкурентоспроможність підприємства як об'єкт управління є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованою на забезпечення сильних позицій конкуренції, підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг.

Управління конкурентоспроможністю підприємства виступає пріоритетним напрямом діяльності організаційного менеджменту, оскільки обумовлює здатність суб'єкта господарювання до існування на ринку. На основі цього можна стверджувати, що даний процес передбачає обов'язкове виконання загальновідомих управлінських функцій. Окрім того він має реалізовуватись з урахуванням традиційних підходів до управління, а також вимагає врахування низки принципів менеджменту.

Конкурентоспроможність підприємства – це концентрування проявлення переваг над конкурентами в економічній, технологічній, організаційних сферах діяльності підприємств, яке можна визначити економічними показниками (додатковий прибуток, ринкова частка, обсяг продажу) [1; 2].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

- нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;

- використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;

- забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку [3].

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, що реалізують його (управління) мету:

- власник підприємства, який за будь-яких умов має брати безпосередню участь у формуванні стратегічних цілей та завдань підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника;

- вищий управлінський персонал підприємства;

- лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій по забезпеченню належного рівня конкурентоспроможності;

– менеджери-економісти консалтингових фірм, що залучаються на підприємство на платній основі для розробки та реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності;

– державні та відомчі управлінські структури та органи, повноваження яких визначаються відповідними нормативними документами [3].

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного та соціального життя в будь-якій країні. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства базується на технічних, економічних, соціальних, психологічних, правових, комерційних, організаційних аспектах. Вони, хоч і є складовими однієї ланки забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому, але функціонують у певній послідовності відповідно до їх важливості. [4].

Не можна залишати поза увагою й роль держави, яка має сприяти створенню та підтримці умов досконалої конкуренції. Конкурентні позиції підприємства на ринку залежать від тієї підтримки, яку підприємство отримує з боку національних державних органів, від ефективної та обґрунтованої державної політики.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Конкурентные стратегии / Г.Л. Азоев // Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2010. – 256 с.

2. Галіцин В.К. Моделі і методи оцінки інвестиційних проектів / В.К. Галіцин, О.П. Суслов, Ю.О. Кубрушко ; Київський національний економічний ун-т. – К. : КНЕУ, 2011. – 166 с.

3. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства : реф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.referatcentral.org.ua/marketing_load.php?id=632](http://www.referatcentral.org.ua/marketing_load.php?id=632)

4. Портер Майкл Э. Конкуренція Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – СПб : Издательский дом «Вільямс», 2008. – 495 с.

*Барабаш І. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О.

СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Ефективне функціонування національної економіки України у ринкових умовах, зокрема підприємств галузі АПК, обумовлює підвищення економічної ефективності виробництва, конкурентоспроможність продукції і послуг на основі впровадження інновацій, ефективних форм господарювання й управління виробництвом, активізації підприємництва.

Ефективність аграрного виробництва визначається наявністю, станом всіх факторів виробництва: земельних та трудових ресурсів, основних виробничих і оборотних засобів. Збільшити виробництво сільськогосподарської продукції до повного задоволення потреби населення неможливо без всебічного прискорення

розвитку сільського господарства, без зростання рівня економічної ефективності розвитку окремих його галузей [1, с. 76].

Економічна ефективність суб'єктів господарювання, незалежно від їх організаційно-правової форми і галузі функціонування, залежить від рівня забезпеченості підприємств ресурсним потенціалом (матеріальними, трудовими, фінансовими ресурсами), їх раціональним співвідношенням та ефективним використанням у процесі господарської діяльності.

Ефективність виробництва як економічна категорія відображує дію об'єктивних економічних законів, яка проявляється в результативності виробництва. Вона є тією формою, в якій реалізується мета суспільного виробництва. Економічна ефективність показує кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці, а також сукупних їх вкладень. Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва в підприємствах та об'єднаннях визначається як народногосподарська ефективність, економічна ефективність галузей і виробництва окремих продуктів, а також господарської діяльності сільськогосподарських підприємств і окремих заходів. Залежно від цього використовують різні економічні показники, які повинні бути органічно взаємопов'язані і відповідати критерію ефективності.

В ефективності виробництва відображується вплив комплексу взаємопов'язаних факторів, які формують її рівень і визначають тенденції розвитку. У зв'язку з цим для оцінки економічної ефективності сільськогосподарського виробництва використовують відповідний критерій і систему взаємопов'язаних показників, які відбивають вимоги економічних законів і характеризують вплив різних факторів. В економічній енциклопедії зазначається, що ефективність – це здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту, тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат [2, с. 104].

Термін «ефективність» є похідним від терміна «ефект», який у перекладі означає виконання, результат певної причини або дії.

Відповідно ефективність варто розглядати як дієвість витрат, вкладених у певну діяльність з метою отримання бажаних результатів [3, с. 80].

Під ефектом також розуміють досягнутий результат у матеріальному, грошовому або соціальному вираженні, а під економічним ефектом розуміють результат виробництва, виробничу вартість, національний дохід, валову продукцію, зростання прибутку та зменшення витрат.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Азізов С. П. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах. / За ред. С. П. Азізова. – К.: ІАЕ, 2001. – 834 с.
3. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Трансформаційні процеси, що відбуваються в аграрному секторі України у зв'язку з її переходом до ринкових відносин, зумовили необхідність пошуку нових методологічних підходів до оцінювання економічної ефективності виробництва продукції тваринництва.

Безпосередньо ефективність галузі тваринництва, вимірюється кількістю виробленої продукції, продуктивністю праці, виходом продукції на одну голову, затратами на виробництво продукції та одержаним прибутком.

Передусім доцільно з'ясувати продуктивність тварин, насамперед надій молока на одну корову та вихід приплоду на 100 корів, оцінити зміни у динаміці та визначити залежність обсягів надою молока від продуктивності тварин та їх поголів'я [1, с. 305].

Особливу увагу треба звертати на фактори, які формують продуктивність тварин. Сюди належать такі основні групи факторів, які враховують всю їх сукупність: зоотехнічні та організаційні. Безперечно, що основним фактором, який формує продуктивність тварин, є рівень годівлі, тому доцільно оцінити стан кормової бази та можливості її зміцнення. Значна увага повинна бути приділена таким показникам, як витрати кормів на 1 голову та одиницю виробленої продукції, що, з одного боку, має засвідчити рівень годівлі корів, а, з іншого, економію використання кормів. З цих позицій важливим є і показник окупності кормів, як відношення кількості та вартості продукції молочного скотарства до кількості та вартості кормів.

Економічна ефективність характеризується рівнем окупності виробничих витрат. Критерієм ефективності виробництва є величина чистого доходу у розрахунку на одиницю продукції.

Підсумковий результат діяльності підприємства з виробництва продукції тваринництва характеризується прибутком, який є критерієм комерційної ефективності [2, с. 69].

Рівень ефективності виробництва продукції тваринництва варто визначати за допомогою системи функціональних показників технологічної, економічної, екологічної та соціальної ефективності.

Технологічна ефективність виробництва продукції тваринництва характерна натуральними показниками:

- питома вага корів молочного стада у загальному поголів'ї великої рогатої худоби;
- щільність поголів'я на 100 га сільськогосподарських угідь, природних кормових угідь, площі ріллі під кормовими культурами та кормової площі;
- продуктивність тварин тобто надій молока в розрахунку на 1 голову (річна, місячна, добова);

- виробництво молока на одиницю залучених і спожитих виробничих ресурсів: 1 ц. к. од., скотомісце, 1м² площі, одиниця наявних енергетичних ресурсів, 100 га сільськогосподарських угідь;
- затрати кормів (у т. ч. концентратів) у розрахунку на 1 ц молока, 1 голову корів;
- показники якості продукції;
- вихід приплоду в розрахунку на 100 корів основного стада (середньорічне поголів'я), спарованих корів та телиць і тих, котрі розтелилися;
- частка корів і телиць, що розтелилися, до фактично спарованої їх кількості тощо [3, с. 95].

Отже, розвиток і економічну ефективність тваринництва характеризує система показників, основними з яких є:

- щільність поголів'я худоби і корів на 100 га сільськогосподарських угідь;
- обсяг виробництва валової продукції, в т.ч. на 100 га сільськогосподарських угідь і на 1 середньорічного працівника;
- продуктивність тварин;
- середньорічний удій молока на 1 корову,
- середньодобові і річні прирости живої маси молодняка;
- скороспілість;
- жива і забійна маса відгодованої худоби;
- вихід телят на 100 корів і нетелів;
- оплата корму або його витрати на одиницю продукції;
- продуктивність праці або працемісткість виробництва продукції;
- собівартість 1 ц продукції того чи іншого виду;
- прибуток, рівень рентабельності виробництва;
- термін окупності капітальних вкладень.

Список використаних джерел

1. Горбонос Ф. В. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. – К.: Знання, 2010. – 463 с.
2. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг) / За ред. Ю. П. Воскобійника, О. Г. Шпикуляка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 343 с.
3. Мацибора В. І. Економіка підприємства: навч. посібник / В. І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. – К.: Каравела, 2008. – 312 с.

*Безуглий А. С., Микоць К. В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Помаз О. М.

ВПЛИВ МЕНТАЛІТЕТУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРАЦІВНИКІВ НА УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

У сучасних умовах конфлікт на підприємстві вже не асоціюється тільки із негативними явищами та процесами, однак його ідеалізації також непомітно.

Підхід до формування ролі та місця конфлікту є більш прагматичним: конфлікт – безумовно невід’ємна частина будь-якої організації, конфліктом варто управляти.

Українці – інтроверсна нація. Поширеними рисами українського народу є замкненість, тихий норов, почуття всепрощення, підпорядкованості, терпимості, прагнення до духовного усамітнення, певний життєвий аскетизм, невибагливість. Українця характеризує також висока чуттєвість, домінування почуттєвого над інтелектуальним і вольовим [4].

Значною мірою негативно на національний менталітет вплинула довготривала відсутність власної держави. Здійснювані протягом століть цілеспрямоване знищення та денаціоналізація української еліти надзвичайно звужували коло політичних лідерів народу. В результаті, з одного боку, посилилась консервативність національного характеру як засобу захисту своїх традицій та цінностей від зовнішніх чинників, а з іншого, – поглибилась недовіра народу до власної еліти [2].

Загалом українця можна охарактеризувати такими рисами, як адаптивність, гнучкість, гостинність і товариськість, приземлений прагматизм, розвинена інтуїція, працьовитість, хазяйновитість, універсальність, широкий кругозір, жвавість, нестандартні ходи, креативність, що є обов’язковою передумовою інноваційної активності співробітників [9]. В табл. 1 наведено авторське бачення слабких сторін менталітету українських працівників та їх зв’язок із управлінням конфліктами.

Таблиця 1

Слабкі сторони менталітету українських працівників та їх вплив на управління конфліктами

Слабкі сторони	Можливі конфліктні ситуації	Можливі дії керівництва
Відсутність ініціативи	Незадоволеність керівництва працівниками через їх безініціативність, нерішучість, інертність, безвідповідальність.	Посилення авторитарного, адміністративного впливу з боку керівництва, використання страху перед покаранням як важелю впливу (стиль «влада–підпорядкування»). Небезпекою при цьому є те, що керівник може ще більше подавити ініціативу працівників, взяти на себе всю відповідальність за рішення.
Відсутність здорових амбіцій	Через відсутність здорових амбіцій працівник може стати об’єктом впливу з боку оточуючих на шкоду своїм власним та корпоративним інтересам, дозволяти маніпулювати собою.	Керівник з одного боку, може використовувати неамбітних працівників в інтересах підприємства і у власних інтересах, нав’язуючи свою волю. З іншого боку, він може заохочувати таких працівників, підтримувати їх здорові амбіції, оскільки можна реалізовувати власні амбіції і при цьому залишатися делікатною людиною і діяти в інтересах колективу.

Дистанціюван-ня від особистої відповідальності	Нечіткий розподіл функцій і відповідальності є потенційно конфліктною проблемою, тобто такою, що спричиняє напружену обстановку, коли конфлікт переважно неминучий. Тільки змінивши ситуацію, можна погасити такі конфлікти. Об'єктивно зумовлені конфлікти виконують сигнальну функцію, вказуючи на проблеми в життєдіяльності організації.	Керівництво повинно здійснити чіткий розподіл функцій і відповідальності. Виконавці повинні чітко розуміти, що саме вони повинні робити і чому.
Часті роздуми та зволікання з виконанням наказів	Несерйозне ставлення до праці, нерішучість, особиста неорганізованість працівників – одна із частих причин конфліктів між керівництвом та підлеглими	неодноразове засудження, яке викликає відчуття сорому і бажання реабілітуватись в очах колективу та керівництва
Недостатня дисциплінованість, точність та педантичність у роботі	Незадоволеність керівництва працівниками	Посилення авторитарного, адміністративного впливу з боку керівництва
Дистанціюван-ня від керівництва	В силу історичних, соціально-культурних та ментальних причин, українці часто з недовірою ставляться до керівництва	Керівництву бажано створювати затишну, доброзичливу атмосферу,

Таким чином, національний менталітет є важливим чинником впливу на управління конфліктами, організаційну культуру, характер мотивації праці та системи менеджменту підприємства. Менеджерам підприємств варто аналізувати та враховувати ментальні особливості своїх співробітників для ефективного управління конфліктами та узгодженою діяльністю підрозділів.

Список використаних джерел

1. Гриньова В. М. Вплив трудового менталітету на конкурентоспроможність підприємства / В.М. Гриньова, В.В. Сідоренко // Бизнес Информ. – 2009. – № 12(2). – С. 25-30.
2. Довідник з історії України (А–Я): посіб. для сер. загальноосвітн. навч. закл. / за заг. ред. І. Підкови, Р. Шаста. – 2-ге вид., доопр. і доповн. – К.: Генеза, 2001. – 1136 с.
3. Захарчин Г.М. Вплив господарського менталітету на формування й розвиток корпоративної культури / Г.М. Захарчин // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». Пробл. економіки та упр. – 2007. – С.174-178.
4. Колодний А. М. Релігійна духовність українців: вияви, постаті, стан / Анатолій Миколайович Колодний, Людмила Олександрівна Филипович. – Львів: «Логос», 1996. – 182 с.
5. Михалишин Г. Український менталітет в ієрархії цінностей освіти /

Г. Михалишин // Гірська школа українських карпат. – 2013. – № 10. – С. 89-92.

6. Панченко А. Украина в системе культурных координат бизнеса / А. Панченко, И. Тихомирова // Менеджмент и менеджер. – 2002. – № 8. – С. 15-19.

7. Радюк І. І. Особливості управління трудовим потенціалом з урахуванням трудового менталітету / І. І. Радюк // Економічний простір. – 2014. – №92. – С. 232-240.

8. Шаповал В.М. Вплив менталітету нації на характер мотивації праці на українських підприємствах / В.М. Шаповал, М.С. Пашкевич та Д.А. Дратвер // Економічний простір. – 2012. – № 68. – С. 282-289.

*Бережна О. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Ефективність виробництва – це узагальнена економічна категорія, якісна характеристика якої відображається у високій результативності використання живої і уречевленої у засобах виробництва праці. Ефективність виробництва відноситься до числа ключових категорій ринкової економіки, та безпосередньо пов'язана з досягненням кінцевої мети розвитку виробництва в цілому й кожного підприємства окремо.

Черевко Г. В. та Горбонос Ф. В. стверджують, що ефективність – це складна економічна категорія, пов'язана з цілеспрямованою, раціональною людською діяльністю. Вона відображає певні виробничі відносини, що складаються між суспільством загалом і підприємствами, а також окремими працівниками. В ефективності відображається дія об'єктивних економічних законів, розвиток продуктивних сил, характер виробничих відносин. Вона є формою вираження мети виробництва [3, с. 103].

Одним із найбільш узагальнюючих показників економічної ефективності діяльності підприємства В. Г. Андрійчук [2], Г. В. Черевко [3] та інші вчені вважають рентабельність. У цьому показнику відображаються результати витрат не лише живої, а й уречевленої праці, міра використання засобів виробництва, якість реалізованої продукції, рівень організації виробництва та його управління.

Різноманітність підходів до тлумачення категорії ефективності свідчить не лише про її багатогранність, а й про незавершеність процесу пізнання проблеми, розкриття її сутності в нових виробничих відносинах, які складаються під впливом ринкової економіки в усіх галузях національного господарства.

У зв'язку з цим необхідно виробити єдині методологічні положення, які б враховували особливості об'єкта дослідження в галузі сільського господарства [1, с. 32]:

– специфічні умови життя сільського населення, що визначають особливості життєдіяльності та функціонування і, відповідно, необхідність

створення умов для його відтворення. При чому, як правило, спостерігається недостатній розвиток соціальної сфери;

- у сільському господарстві задіяні геологічні процеси та біологічні організми (земля, рослини, тварини), що зумовлюють сезонність виробництва. Тому необхідні умови, які б забезпечили підвищення родючості ґрунтів і збереження природного середовища;

- ведення сільськогосподарського виробництва значною мірою залежить від погодних умов, що визначає потребу потужної матеріально-технічної бази;

- воно виробляє сировину (продукти біологічного походження), яку необхідно швидко переробити або забезпечити умови для її тривалого зберігання, що вимагає відповідної системи зберігання, транспортування, переробки сільськогосподарської продукції.

Сільське господарство є складною соціально-економічною, багатоцільовою системою з функціональними й організаційними підсистемами. Перші (технологічна, економічна, соціальна) відображають зміст сільськогосподарського виробництва, другі (форми господарювання, форми власності, організація виробництва) – його функціонування. Отже, дослідження ефективності сільськогосподарського виробництва передбачає використання системного підходу до соціально-економічних процесів, ґрунтуючись на теорії відтворення.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник] / В. Г. Андрійчук. – 2-е вид., доп. і пер. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: [підручник] / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
3. Черевко Г. В. Економіка підприємств: [навч. посіб.] / Г. В. Черевко, Ф. В. Горбонос, Г. Б. Іваницька, Н. Ф. Павленчик; за ред. Г. В. Черевка. – Львів: Апріорі, 2004. – 384 с.

*Бережна О. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.*

ІННОВАЦІЇ У ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА

Важливими складовими інноваційного і науково-технологічного розвитку аграрного виробництва є створення високих технологій, використання об'єктів права інтелектуальної власності та раціоналізаторських пропозицій.

У рослинництві 88 % інноваційно активних сільськогосподарських підприємств займалися впровадженням інноваційних продуктів. На питання щодо походження інноваційного ресурсу більше половини (52 %) підприємств відповіли, що інноваційний ресурс був розроблений іншими підприємствами чи організаціями, 30 % – що розробили самостійно, 26 % – разом з іншими підприємствами, 22 % – модифікували чи адаптували розроблене [1, с. 12].

Упроваджувалися переважно такі види інноваційного продукту: насіннєвий матеріал (83 %); біопестициди, біодобрива (48 %); спеціалізована техніка (70 %). При цьому якщо насіннєвий матеріал, біодобрива та біопестициди використовуються як вітчизняні, так і зарубіжні (навіть з певною перевагою вітчизняних), то спеціалізована техніка здебільшого має іноземне походження, що свідчить про низький рівень вітчизняних інноваційних розробок для сільського господарства саме у цій сфері.

У рослинництві 77 % інноваційно активних підприємств займалися процесовими інноваціями (з них 85 % запровадили новітні методи виробництва, тобто технології, 10 % – вдосконалену інфраструктуру чи методи розподілу вхідних ресурсів) та 50 % удосконалили допоміжні види діяльності [2].

Слід зауважити, що сільськогосподарські виробники переважно адаптували чи модифікували вже існуючі інноваційні процеси (44 %), для 35 % підприємств авторами розробок були сторонні, спеціалізовані підприємства чи організації і лише 26 % підприємств указали, що упровадили нові процеси самостійно.

Підприємства, що спеціалізуються на вирощуванні зернових і технічних культур (переважно соняшнику), вказали такі інноваційні технології землеробства:

- технологія No-till, система Mini-till, технологія точного землеробства;
- GPS-моніторинг сільськогосподарської техніки;
- крапельне зрошення;
- органічне землеробство.

Нині для активізації виробництва продукції рослинництва найпоширенішим є використання і впровадження досягнень селекції та генної інженерії. Селекцією сільськогосподарських культур в Україні займаються близько 120 наукових установ, які проводять селекційну роботу з понад 300-ми видами рослин. Проте традиційна селекція вимагає достатніх витрат часу й великих масштабів схрещувань і досліджуваного селекційного матеріалу, тому вона витісняється маркерною, яка характеризується тим, що, маючи певні гени, дає змогу контролювати їх під час селекції, що підвищує надійність й ефективність відбору, скорочуючи при цьому період створення нових сортів.

Особливої популярності набувають технології генної інженерії та використання генетично модифікованих організмів (ГМО). Методи генної інженерії, клітинної біології, ДНК-технології допомагають переносити генетичний матеріал у рослини від мікроорганізмів, грибів і тварин. Вилучення генів і включення їх до геному існуючих сортів рослин надає їм нові ознаки: стійкість проти шкідників, гербіцидів; до несприятливих ґрунтово-кліматичних умов; здатність синтезувати біопестициди; нейтралізувати токсичні речовини, що знаходяться у ґрунті, воді тощо. Проте остаточний вплив на живі організми, що споживають такі продукти, чітко не визначений і може проявлятися протягом десятиліть, негативно впливаючи на їх життєдіяльність.

Список використаних джерел:

4. Калачова І. В. Інноваційна діяльності сільськогосподарських підприємств / І. В. Калачова, О. В. Шубравська, К. О. Прокопенко // Статистика України. – 2013. – № 1. – С. 10 – 16.

5. Мартинюк М. А. Інновації в сільському господарстві / М. А. Мартинюк, Т. М. Ратошнюк // Наука й економіка. – 2014. – № 2 (34). – С. 94 – 98.

*Бех В. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент
Науковий керівник: к.с.-г.н. Мінькова О. Г.*

ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛЕЙ В УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЮ ПІДСИСТЕМОЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В аграрному виробництві вплив зовнішніх факторів характеризується швидкоплинними змінами оточуючого середовища та виникненням непередбачених ситуаційних завдань, які потребують миттєвої реакції. Вплив внутрішніх факторів можна розглядати як довгострокову компоненту, що характеризується плановими технологічними та структурними перетвореннями.

У цих умовах керівник підприємства не може розраховувати тільки на свою інтуїцію та наближені розрахунки. Рішення і дії управлінського персоналу повинні базуватися на точних розрахунках, глибокому і всебічному вивченні проблеми, бути науково обґрунтованими, мотивованими, оптимальними. Будь-який організаційний, технічний і технологічний захід не повинен здійснюватися без визначення його доцільності.

Прийняття управлінських рішень, відповідно, відбувається в умовах значної невизначеності, що не дає змоги гарантувати вибір найкращого варіанту розвитку процесу. Як підтримку в прийнятті управлінських рішень часто застосовують основні технології аналітичного моделювання, а саме: аналіз цільової функції, параметричний аналіз, оптимізаційний аналіз, прогнозування на основі трендів і експоненційного згладжування та ін. [1, 2].

Тому застосування інструментарію у вигляді моделей, які дозволяють оптимізувати параметри технічних засобів та технологічного обладнання, планові навантаження на технологічні ланки, обґрунтувати умови досягнення та підтримання необхідної інтенсивності виробництва і, відповідно до цього, необхідної кількості технічних засобів та технологічного обладнання є невід'ємною частиною системи прийняття рішень.

Одним із головних етапів розробки і реалізації моделей є формалізація процесів виробництва. Не залежно від галузі застосування, способу проектування або моделювання складної системи, слід відмітити основні етапи її формального опису: складання змістовного опису об'єкту чи процесу та розробка вербальної моделі; розчленування системи на кінцеву кількість складових елементів та формування компонентів моделі; розробка математичної моделі системи та подальша її алгоритмізація.

Складність формування системної задачі функціонування інженерно-технічної служби полягає в тому, що вирішення питань експлуатації технічних засобів можна розглядати з різних боків. З одного боку, оптимізаційних процесів вимагають технології виробництва, з іншого боку, загальні характеристики використання техніки повинні бути в заданих або оптимальних

межах, також треба враховувати паралельне використання та необхідне резервування. Таким чином, керівник повинен займатися як аналітичною, так і прогновною, плановою діяльністю.

Для обґрунтування раціонального комплексу машин важливо дати кількісну оцінку ресурсів, використовуючи енергетичні еквіваленти ресурсів та урожайності. Це дозволяє сформулювати інженерну задачу з кількісним критерієм і реалізувати системні принципи проектування технології. По кожному з видів ресурсів можна застосовувати свої методи і способи оптимізації від суб'єктивних до повністю обґрунтованих певними методиками. Використання апарату математичного моделювання буде фундаментом для прийняття управлінських рішень в сільськогосподарському виробництві. Не можливо розглядати окремо задачі оптимізації певного ресурсу, бо вплив кожного з них на кінцевий результат є достатньо вагомим. Тому лише поєднання результатів оптимізації технічних ресурсів, фінансових, технологічних з опорою на зовнішні (природні) фактори призведе до вірних стратегічних рішень в сільськогосподарському виробництві [2].

Якщо досліджувати оптимальну кількість обслуговуючої техніки для працюючих агрегатів за критерієм оптимізації робочого часу, собівартості робіт, витрати енергоресурсів, то необхідно скласти план оптимального використання техніки для виконання усіх запланованих робіт так, щоб трудові, економічні або енергетичні витрати були мінімальними. Для цього, з усієї кількості агрегатів визначаємо найоптимальніший варіант для усіх видів робіт за умов повного виконання запланованого обсягу робіт (обмеження по площі), своєчасного виконання обсягу робіт (обмеження в часі), використання наявної техніки (обмеження по кількості тракторів та сільськогосподарських машин).

Робота керівника не може відбуватися без аналізу умов функціонування керованого об'єкту, визначення цілей, побудови структури моніторингу протікання технологічних процесів, як системи виробництва в цілому, так і окремих її складових частин (сільськогосподарських агрегатів, комплексів машин, ремонтних майстерень тощо). Для цього потрібне налагодження зворотних зв'язків – інформаційних каналів, з дотриманням усіх вимог до отриманої первинної інформації. До цього ж етапу – аналізу, можна віднести вивчення ресурсної бази, структурно-логічної системи управління персоналом.

Отримавши первинну інформацію, визначивши цілі функціонування, обґрунтувавши умови і обмеження, що накладаються реальним становищем підприємства, керівник інженерної служби проводить процес оптимізації з використанням відомих способів та прийомів, за допомогою моделювання чи суто інтуїтивним методом. Результатом такого процесу є чітко сформована модель виробництва, яка спрямована на отримання максимального прибутку або зменшення експлуатаційних витрат, або досягнення максимального екологічного критерію у залежності від поставлених цілей.

Але будь-яку модель можна розглядати тільки за припущення її функціонування в ідеальних умовах. Зміна факторів, включених до моделі, формує область ризикових змін і сценаріїв розвитку.

Список використаних джерел

1. Балджи М. Д. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків / Балджи М. Д., Карпов В. А., Ковальов А. І. та ін. – О. : ОНЕУ, 2014. – С. 84–95.
2. Петруня Ю. Є. Прийняття управлінських рішень / [Петруня Ю. Є., Говоруха В. Б., Літовченко Б. В. та ін.; за ред. Ю. Є. Петруні]. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – С. 145–168.

*Бражченко С. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

МИРГОРОДСЬКИЙ СУБРЕГІОН: ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ

Глобальною тенденцією сучасного світу є зростання ролі регіонів та окремих територіальних громад як одиниць регіонального та місцевого рівня управління держави, які здатні, з одного боку, зменшити навантаження на органи центральної влади, перебравши на себе частину їх повноважень, а з іншого – максимально враховувати потреби місцевих жителів при прийнятті рішень. Цей процес є результатом децентралізації, регіоналізації, демократизації та глобалізації.

Субрегіон – це частина географічного регіону світу, що відрізняється схожими географічними умовами, населенням, господарством, а часто й історичним розвитком [3]. Мета Стратегії сталого розвитку Миргородського субрегіону полягає у вирішенні спільних проблем та реалізації спільних завдань щодо ефективного розвитку продуктивних сил громад, раціональне використання ресурсного потенціалу, створення комфортних умов життя населення, забезпечення екологічної безпеки та вдосконалення територіальної організації суспільства. Це досягається через спільну реалізацію інтересів влади, громади та бізнесу [2].

До складу Миргородського субрегіону Полтавської області віднесено: м. Миргород, Вовнянська, Гаркушинська, Дібрівська, Зубівська, Петрівцівська, Попівська, Слобідська, Хомутецька, Шахворостівська, Ярмківська сільські ради. Центром субрегіону є Миргород – місто обласного значення площею 2859,0 га. Перша писемна згадка про місто датована 1575 роком, 6 грудня 1976 року указом Президії Верховної Ради УРСР Миргород віднесено до категорії міст обласного значення, а 06 вересня 2011 р. Верховна Рада України прийняла Закон «Про оголошення природних територій міста Миргорода курортом державного значення».

Географічне розташування: м. Миргород розташоване на берегах р. Хорол. Через субрегіон проходять автомобільні дороги Т1710, Т1715, Т1719 та Р42, а також залізниця. Залізничний вокзал «Миргород» розташований на основному напрямку Харків-Київ, на відліку між станціями Полтава – 100 км, Ромодан – 26 км. Середньорічна температура на території субрегіону складає: у липні +16,5 °С, у січні –6,1 °С.

Миргородський субрегіон – це екологічна перлина не лише Полтавщини, а й взагалі України. На території субрегіону розташовані 8 закладів санаторно-курортного типу. Приміські сільські населені пункти, що входять до субрегіону будуть забезпечувати сировинний розвиток. Культурні та економічні зв'язки миргородці підтримують з містами Маарду (Естонія), Згожелець (Польща), Речіца (Білорусь), Горна Оряховіца (Болгарія), Барбі (Німеччина), Новоград-Волинський (Україна), Єскабілс (Латвія), місто курорт Хмільник (Україна) та місто Мцхета (Грузія) [2].

Отже, субрегіональні форми територіальної організації як частини економічного простору (середовища) території (регіону), у межах якої забезпечується взаємодія сукупності наявних і функціональних елементів продуктивних сил на основі принципів стратегічного партнерства, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність як субрегіону, так і регіону в цілому. При цьому «однорідність регіонального економічного простору досягається за рахунок концентрації, інтеграції та конвергенції господарських зв'язків у регіоні» [1, с. 12-17].

Список використаних джерел

1. Василенко В. Методология экономической диагностики регионов / В. Василенко // Экономика Украины. – 2008. – № 9. – С. 4–17.

2. Стратегія розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://myrgorod.pl.ua/files/images/Ekonomika/strateg_proekt.pdf.

Тяжкороб І. В. Теоретичні засади формування субрегіональних форм територіальної організації / І. В. Тяжкороб // Економіка [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.google.com.ua/search?q=Субрегіон>

*Бражченко С. В., Назаренко А. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ ПЛАНУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

План соціально-економічного розвитку територіальної громади розробляється виконавчим комітетом на основі аналізу поточної ситуації в господарському комплексі об'єднаної громади виходячи із загальної соціально-економічної ситуації, що склалася на відповідній території, з урахуванням можливостей та місцевих ресурсів, відповідно до пріоритетних напрямків розвитку населених пунктів об'єднаної територіальної громади.

Програма роблена на підставі Закону України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» від 23.03.2000 р. № 1602 – ІІІ; постанови Кабінету Міністрів України від 26 квітня 2003 року № 621 «Про розроблення прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку та складання проекту державного бюджету»; вимог до реалізації Плану дій «Україна – ЄС», Розпорядження КМУ від 01.10.2014 року № 902 «Про національний план дій з

відновлювальної енергетики на період 2020 року» та «Стратегії інноваційного розвитку України на 2010 – 2020 років умовах глобалізаційних викликів» [1, с. 125].

Законодавчим підґрунтям розроблення Плану є: Конституція України; Закон України «Про засади державної регіональної політики»; Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів»; Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»; Закон України «Про транскордонне співробітництво»; Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності»; Закон України «Про державні цільові програми»; Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України»; Закон України «Про Генеральну схему планування території України»; Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року; Стратегія розвитку Полтавської області на період до 2020 року. Розроблення Плану рекомендовано здійснювати з дотриманням таких принципів (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи розробки Плану соціально-економічного розвитку територіальної громади [2, с. 15]

Назва принципу	Особливості принципи
Об'єктивність	Розроблення Плану на основі даних органів державної статистики, інших центральних і місцевих органів виконавчої влади та реальних цілей та індикаторів (показників), яких реально досягти та які можливо оцінити
Обґрунтованість та доцільність	Розроблення Плану на основі чітко визначених цілей розвитку та економічно обґрунтованих заходів та проектів, що сприяють їх досягненню, із використанням кращого світового досвіду у сфері програмування економічного і соціального розвитку
Відкритість та прозорість	Забезпечення доступу громадськості, що передбачає інформування про цілі, пріоритети та очікувані результати та показники виконання Плану, а також забезпечує всіх суб'єктів господарської діяльності необхідними орієнтирами для планування власної виробничої діяльності
Недискримінація та рівний доступ	дотримання під час розроблення та реалізації Плану прав та врахування інтересів всіх суб'єктів територіальної громади, в тому числі суб'єктів господарювання всіх форм власності
Ефективність	Визначення та забезпечення функціонування механізму досягнення цілей, виконання завдань, заходів та проектів Плану у встановлені в ньому терміни
Історичної спадкоємності	Врахування та збереження позитивних надбань попереднього розвитку громад(и)
Етнокультурного розвитку	Відродження етнічної самосвідомості та збереження духовної і матеріальної культури етносів, сприяння їх розвитку
Сталого розвитку	Забезпечення розвитку громади для задоволення потреб нинішнього покоління з урахуванням інтересів майбутніх поколінь

Отже, основними принципами при розробці Плану соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади будуть: об'єктивність, обґрунтованість та доцільність, відкритість та прозорість, недискримінація та рівний доступ, ефективність, історичної спадкоємності, етнокультурного розвитку, сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Планування розвитку територіальних громад : [навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування] / Г. Васильченко, І. Парасюк, Н. Єременко / Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 256 с.
2. Стратегічне планування та управління : [порадник] / Авт. кол. під керівництвом Гражини Правельської-Скшипек. – Варшава : Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej. – 2000. – 60 с.

*Бражченко С. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МИРГОРОДСЬКОГО СУБРЕГІОНУ

Бажаний вектор розвитку, що має привести субрегіон до стратегічного бачення, складається з низки стратегічних напрямів розвитку. Стратегічні напрями вказують на шляхи досягнення саме цього стратегічного бачення. З визначенням напрямів розвитку було продовжено процес свідомого вибору конкретних способів, системи цілей та результатів розв'язання визначених проблем та реалізації можливостей щодо розвитку субрегіону. Кожен зі стратегічних напрямів конкретизується у стратегічних і оперативних цілях.

Стратегічні напрями розвитку субрегіону було сформульовано на засіданні Робочої групи зі стратегічного планування, а саме:

А. Розвиток бізнесу та зеленої економіки.

В. Розвиток лікувально-бальнеологічної та рекреаційно-туристичної сфери.

С. Формування екобезпечного соціально-культурного простору субрегіону.

Д. Покращення системи управління та активізація громади субрегіону.

Стратегічні та оперативні цілі, які сформували відповідні плани дій щодо впровадження Стратегії розвитку субрегіону наведено на рис. 1.

Малий бізнес в економіці Миргородського субрегіону займає вагоме місце. За кількістю діючих малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення субрегіон вдвічі випереджає аналогічний показник по району, але є дещо нижчим за відповідний показник у Полтавській області. Перспективність розвитку туристично-рекреаційної та санаторно-курортної галузей зумовлена такими чинниками: невичерпні запаси мінеральної води; сприятливий, м'який, без різких коливань температури кліматичний режим; стабільний попит на санаторно-курортні послуги; добрий матеріально-технічний потенціал галузі; можливість користування санаторно-курортними послугами цілий рік [1].

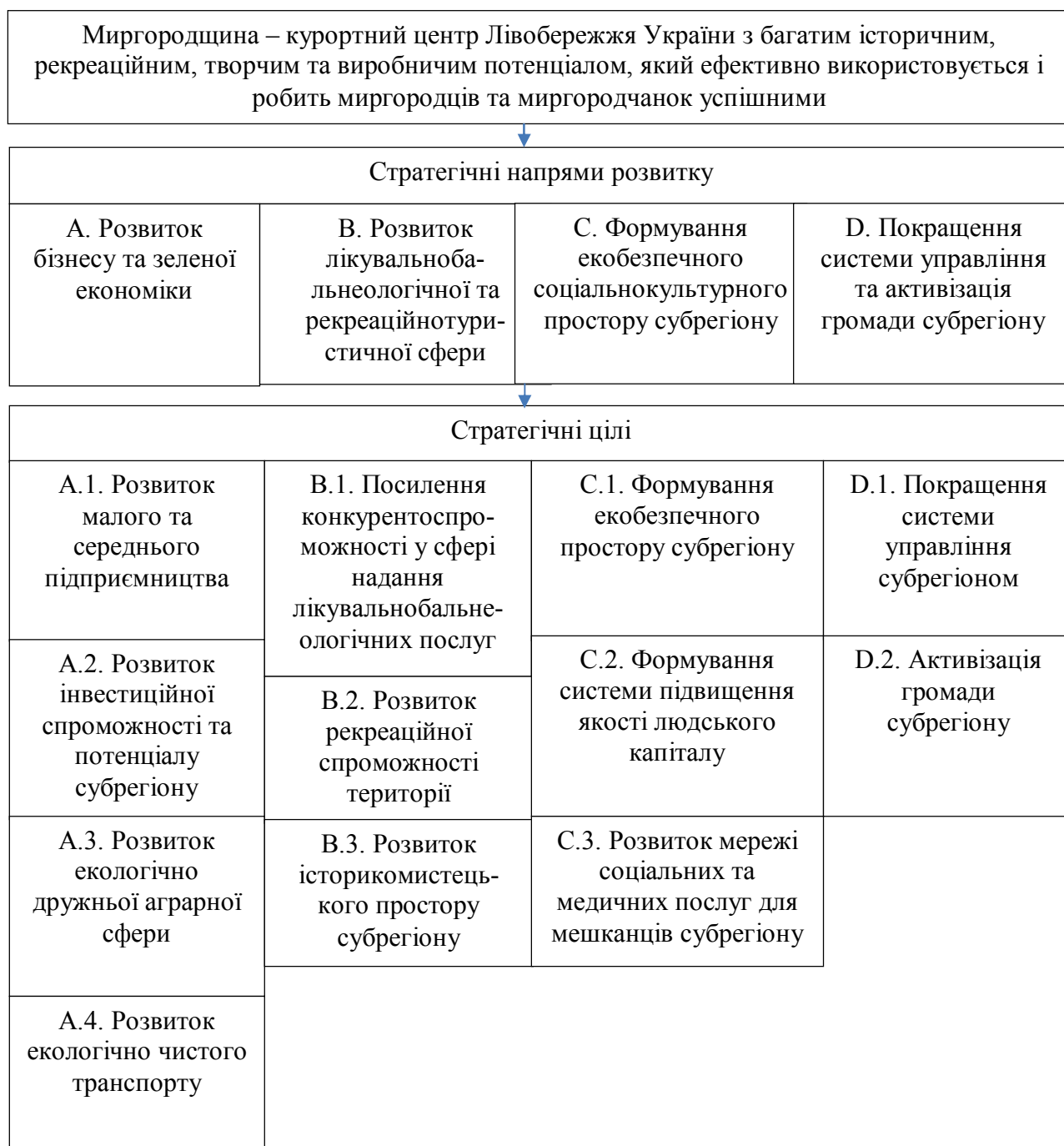


Рис. 1. Схема Стратегії розвитку Миргородського субрегіону [1]

Стратегія передбачає: покращення якості життя кожного члена суспільства, стабільне зростання людського капіталу.

Список використаних джерел

3. Стратегія розвитку Миргородського субрегіону до 2028 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://myrgorod.pl.Ua/files/images/Ekonomika/strateg_proekt.pdf.

*Василенко К. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

СУТНІСТЬ ТА ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В умовах сучасних складних виробничих і управлінських процесів, підвищеної нестабільності зовнішнього середовища, зростання і глобалізації особливого значення набуває стратегічне управління підприємством, яке передбачає формування обґрунтованої стратегії на основі глибокого осмислення визначальних економічних, технологічних, соціальних та інших перетворень. У зв'язку з цим, очевидною і актуальною є потреба розвитку науково-теоретичних досліджень в цій області, їх вивчення і обґрунтоване вживання на практиці. Роком народження поняття стратегії підприємства можна вважати 1911 р. – саме тоді в Гарварді почали викладати курс бізнесової політики. Однак протягом наступних майже 40 років стратегія зводилася головним чином до формулювання здорового глузду в життєдіяльності виробництва [1].

Науковий інтерес до поняття, сутності стратегій, процесів, здійснення яких вони зумовлюють, виник на початку 60-х років минулого сторіччя. Саме в цей час з'явилися праці, які заклали основи стратегічного управління (І. Ансоф «Корпоративна стратегія», К.Ендрю «Концепція корпоративної стратегії, А.Д. Чандлер «Стратегія і структура» та ін.) [1]. Таким чином, термін «стратегічне управління» («стратегічний менеджмент») став використовуватись лише на стику 60-х-70-х років для того, щоб внести відмінності між поточним управлінням на рівні виробництва і управлінням, яке здійснюється на вищому рівні. При цьому необхідність проведення такої відмінності була викликана в першу чергу змінами в умовах здійснення бізнесу. Становлення стратегічного менеджменту як самостійної області дослідження і управлінської практики пройшло чотири етапи: бюджетування і контроль; довгострокове планування; стратегічне планування; стратегічний менеджмент (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи становлення стратегічного менеджменту

Найменування етапу	Період	Характеристика етапу
1. Бюджетування і контроль	Перша чверть 20-го століття	Формування взаємозв'язаних бюджетів підприємства і контроль їх виконання. Основна посилка бюджетування і контролю – уявлення про стабільність внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства: технології, конкуренцію, міру доступності ресурсів, рівень кваліфікації персоналу, ін.
2. Довгострокове планування	1950-і роки	Ґрунтується на виявленні поточних змін певних економічних показників діяльності організації і екстраполяції виявлених тенденцій в майбутнє
3. Стратегічне планування	Кінець 1960-х — початок 1970-х років	Ґрунтується на виявленні трендів не лише економічного розвитку підприємства, але і середовища його існування. Планування з врахуванням існуючих тенденцій в зміні конкурентного оточення спирається на виявлені сильні і слабкі сторони організації, сприятливі можливості, що мають місце в зовнішньому середовищі

4. Стратегічне управління	Середина 1970-х років	Ґрунтується на вивченні змін в зовнішньому середовищі підприємства. Не зводиться до сприйняття оточення як чинника, що обмежує процес організаційного планування, а передбачає встановлення певної мети і розробку шляхів її досягнення на основі використання сильних сторін організації і сприятливих можливостей середовища, а також компенсації слабких сторін і методів запобігання загроз
---------------------------	-----------------------	---

Джерело: побудовано за: [2]

Таким чином, стратегічне управління є достатньо складним процесом, який передбачає врахування різноманітних факторів та використання специфічних методів, що знаходяться в постійному розвитку. Потреба в стратегічному менеджменті виникає тоді, коли необхідно одночасно прийняти безліч рішень, причому різних за своєю складністю та їх взаємозалежністю.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление. СПб.: Питер Ком, 1999. 416 с.
2. Василенко В.О. Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. За ред. Василенка В.О. К.: ЦНЛ, 2004. 400 с.

*Василенко К. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Фермерське господарство слід розглядати як організаційно-правову форму ведення сільськогосподарського виробництва громадянами, суб'єктами аграрних правовідносин. ФГ «Василенко В.О.» визначається як форма підприємництва громадян України, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатись її переробкою та реалізацією. Все це дозволяє ФГ «Василенко В.О.» розглядати як добровільно створений, самостійний суб'єкт господарювання з правами юридичної особи, представлений окремим громадянином, сім'єю або групою осіб, які використовують землі сільськогосподарського призначення на приватній основі для вирощування, переробки й реалізації аграрної продукції, що є спільною сумісною власністю осіб, які ведуть це господарство.

Фермерське господарство «Василенко В.О.» має такі ознаки: це форма аграрного підприємництва, яка здійснюється за самостійною ініціативою, на власний ризик і систематично; ця форма ведення сільськогосподарського виробництва виникає виключно на добровільних засадах, за суб'єктивним особистим волевиявленням громадян; це, в основному, сімейно-трудове об'єднання, до складу якого входять подружжя, батьки, діти, що досягли 16-річного віку, пов'язане з особистою працею, внаслідок якої виробляється певна товарна маса продуктів, що дає можливість одержувати доходи; трудові відносини в ФГ «Василенко В.О.» виникають на основі членства в них, а також

на засадах трудового договору (контракту); для членів ФГ «Василенко В.О.» їх індивідуальна праця повинна бути головною для них суспільно корисною формою праці; діяльність членів ФГ «Василенко В.О.» за своїм головним змістом є процесом використання земель як основного засобу виробництва; майно ФГ «Василенко В.О.» належить його членам за правом спільної сумісної власності; ФГ «Василенко В.О.» має статус юридичної особи.

Динаміка показників свідчить про покращення показників економічної ефективності господарської діяльності ФГ «Василенко В.О.» за досліджуваний період. Виробництво валової продукції в господарстві у 2017 р. порівняно з 2013 р. у порівняльних цінах збільшилось на 15 %, у поточних цінах – збільшилось майже у 1,6 рази (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка показників ефективності сільськогосподарського виробництва ФГ «Василенко В.О.» Решетилівського району, 2013-2017 рр.

Показники	Роки					2017 р. до 2013 р.	
	2013	2014	2015	2016	2017	+, -	%
Вартість валової продукції у постійних цінах 2010 р., тис. грн	897,2	875,8	928,7	980,3	1031,9	134,7	115,0
у т. ч.: рослинництва	897,2	875,8	928,7	980,3	1031,9	134,7	115,0
Вартість валової продукції у діючих цінах – всього, тис. грн	1332,2	4222,3	1904,0	2009,8	2115,6	783,4	158,8
у т. ч.: рослинництва	1332,2	4222,3	1904,0	2009,8	2115,6	783,4	158,8
Повна собівартість реалізованої продукції – всього, тис. грн	987,5	1523,0	1987,5	2256,9	2478,3	1490,8	251,0
у т. ч.: рослинництва	987,5	1523,0	1987,5	2256,9	2478,3	1490,8	251,0
Валовий доход – всього, тис. грн	1278,8	1745,0	3041,1	3210,1	3379,0	2100,2	264,2
у т. ч.: рослинництва	1052,2	1627,5	2861,1	3020,1	3179,0	2126,8	302,1
інша продукція, роботи та послуги	226,6	117,5	180,0	190,0	200,0	-26,6	88,3
Прибуток (збиток) від реалізації – всього, тис. грн	291,3	222,0	1053,6	953,2	900,7	609,4	309,2
у т. ч.: рослинництва	64,7	104,5	873,6	763,2	700,7	636,0	1083,0
інша продукція, роботи та послуги	226,6	117,5	150,2	198,7	201,3	-25,3	88,8
Рівень рентабельності (збитковості), %	29,5	14,6	53,0	42,2	36,3	6,8	123,2
у т. ч.: рослинництва	6,6	6,9	44,0	33,8	28,3	21,7	431,5

Щодо рівня рентабельності по підприємству, то у 2013 р. цей показник складав 29,5 % , а у 2017 р. підприємство стало рентабельним на рівні 36,3 %, що дає змогу забезпечувати розширене відтворення виробництва.

Список використаних джерел

1. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. К.: Т-во «Знання» КОО, 2002. 294 с.

ФУНКЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Поняття «рішення» в сучасному житті є багатозначним. Воно розуміється і як процес, і як акт вибору, і як результат вибору. Основна причина неоднозначного трактування поняття «рішення» полягає в тому, що кожного разу в це поняття вкладається сенс, відповідний конкретному напрямку досліджень. Його роль в управлінському процесі надзвичайно велика. Керувати – це значить вирішувати будь-яке завдання для досягнення певної мети. Рішення має універсальний характер, що витікає із специфіки людської діяльності, свідомої і цілеспрямованої [1, с. 246].

Залежно від своєчасності й раціональності рішень формується рівень матеріального становища і соціального статусу кожної особи. Рішення відіграють вирішальну роль й у господарській діяльності, створюючи передумови для отримання майбутнього прибутку чи збитку від здійснюваної діяльності. Однак, однією з ключових проблем теорії управління ще й досі є те, що вчені по-різному тлумачать поняття «рішення», що залежить від сфери та умов їх прийняття.

Прийняття управлінських рішень – це визначальний процес управлінської діяльності, оскільки формує напрямки діяльності організації та її окремих працівників. У розширеному розумінні прийняття рішень ототожнюється з усім процесом управління. Розширене розуміння охоплює не тільки процес прийняття рішень, але і його виконання та контроль результатів його реалізації. Але це не відповідає уявленню, що кінцевим результатом прийняття рішення є саме рішення.

У вузькому розумінні прийняття рішень розглядається лише як вибір кращого рішення з чисельних альтернатив. У процесі аналізу вузького розуміння необхідно враховувати, що альтернативні варіанти не виникають самі собою. Процес прийняття рішень складається не тільки з вибору кращого варіанту, але й з пошуку альтернатив, встановлення критеріїв оцінки, вибору способу оцінки альтернатив тощо [4, с. 117].

Управлінське рішення – це процес, який реалізується суб'єктом управління і визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в наявній чи спроектованій ситуації [5, с. 154].

За допомогою рішень:

- встановлюються цілі діяльності;
- закріплюються люди за посадами і робочими місцями;
- визначаються функції, права і відповідальність працівників;
- встановлюються правила поведінки на роботі;
- розробляється система заходів щодо заохочення працівників;
- розподіляються ресурси – матеріальні, трудові, фінансові тощо;
- оцінюється якість продукції та інше [3, с. 19].

Зміст управлінського рішення можна розкрити в його функціях, які воно виконує в загальній системі управління господарською діяльністю, організацій і підприємств: керуючий, координуючий та мобілізуючий.

Керуюча функція полягає в розробці рішення, виходячи з певної стратегії управління соціально-економічною системою організації чи підприємства, тобто з урахуванням довгострокової перспективи. Виходячи з стратегічної лінії розвитку, у рішенні ставиться конкретне завдання, яке потрібно виконати в певний строк. При цьому найкращих результатів досягають у тих випадках, якщо поставлене завдання забезпечує реалізацію принципу – те, що вигідно підприємству чи організації, має бути вигідним і окремому працівнику.

Координуюча функція (узгодження) управлінського рішення полягає у визначенні місця кожної ланки, підрозділу, працівника у вирішенні поставлених завдань, погоджує та взаємно пов'язує їхні дії та необхідні ресурси у часі та просторі. Таким чином, функція координації та узгодження у поєднанні з іншими заходами покликана забезпечувати чітку погодженість дій всього трудового колективу, ритмічність виконання виробничої програми.

Завдання мобілізуючої (стимулюючої) функції полягає у забезпеченні найбільш повної активізації окремих виконавців чи трудових колективів для досягнення, сформульованої у рішенні, мети [2, с. 124].

Отже, робота з прийняття управлінських рішень вимагає від менеджерів високого рівня компетентності, значних затрат часу, енергії, досвіду. Вона передбачає і високий рівень відповідальності, оскільки для втілення прийнятих рішень у життя необхідно забезпечити ефективну та злагоджену роботу всього організаційного механізму.

Список використаних джерел

1. Алипова И. А. Методы формирования управленческих решений на предприятии / Н. В. Пискунова // Менеджер. – 2011. – № 2. – С. 97.
2. Евланов Л. Г. Теория и практика принятия решений / Л. Г. Евланов. – М. : Экономика, 1998. – 232 с.
3. Коловський А. С. Взаємозв'язок процесу прийняття рішень та аналітичних процедур у структурі стратегічного управління / А. С. Коловський // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 52-58.
4. Стефаненко М. М. Система збалансованих фінансових показників як основа прийняття контролінгових рішень / М. М. Стефаненко // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 112-117.
5. Трояновский В. М. Математическое моделирование в менеджменте : [учебное пособие] / В. М. Трояновский. – М. : Русская Деловая Литература, 2001. – 289 с.

*Васильєва А. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. В.

ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Особливості господарювання сільськогосподарських підприємств (імобільність виробничих ресурсів, сезонність виробництва, залежність від природно-кліматичних умов, довготривалість виробничих процесів тощо)

створюють передумови для використання гнучкої системи, в рамках якої існує можливість використовувати сценарний підхід планування. Даний метод ґрунтується на такому твердженні: якщо ми не здатні точно передбачити майбутнє, то ми можемо хоча б розглянути різні варіанти розвитку – можливо серед них виявити вірний [2, с. 121].

Виходячи з цього, можемо стверджувати, що розробка та формування стратегії посідає центральне місце у стратегічному управлінні аграрними підприємствами.

Отже, в основі стратегічного управління конкурентоспроможністю лежить досконало розроблений проект, що має конкретно сформований поетапний план дій. Від дієвості кожного проекту залежить і ефективність реалізації загальної стратегії підприємства. Виняткової важливості набуває саме поетапне (сценарне) планування.

Взагалі, сутність поетапного планування полягає у аналізі ресурсного потенціалу підприємства, різносторонньому дослідженні впливу зовнішнього середовища та побудові різних варіантів розвитку подій у майбутній перспективі, на основі яких і формується загальна стратегія управління аграрного підприємства. Даний процес стратегічного управління можна поділити на три стадії:

1) оцінка стану та положення підприємства. Дана стадія передбачає аналіз середовища, в якому воно функціонує. В основі аналізу є виявлення чинників, які суттєво впливають на господарську діяльність підприємства – внутрішнє та зовнішнє середовище. Аналіз внутрішнього потенціалу дає можливість визначитися із потужністю підприємства (виробничими, фінансовими, трудовими, інноваційно-інвестиційними, організаційними тощо). Саме від рівня ресурсного забезпечення аграрних підприємств залежить не лише можливість функціонування підприємства, а й розвиток та утримання конкурентних переваг. Зовнішнє середовище можна поділити на чинники прямого впливу (споживачі, конкуренти, постачальники, партнери, посередники, страхові організації та інші учасники ринкових відносин), та чинники непрямого впливу (грошово-кредитна, цінова, податкова політика держави тощо). Якщо на першу групу чинників зовнішнього середовища підприємство може впливати, використовуючи в основному внутрішній потенціал, то до чинників непрямого впливу – лише адаптуватися.

2) визначення напряму, місії та цілей. На першому етапі даної стадії, використовуючи зібрану інформацію, доцільно визначити головну мету підприємств та ціль, що і є головним компонентом стратегічного управління.

Ключовим компонентом стратегічного управління є цілі, які повинні бути конкретними, актуальними, реальними та підлягати вимірюванню. Загалом у функціональному розрізі залежно від сфери реалізації системи стратегічних цілей може включати: маркетингові цілі; фінансово-економічні; інвестиційні; інноваційні; організаційні та ін. [1, с. 108].

3) формування способів досягнення цілей. На даному етапі, увагу

сконцентровано на те, як привести у відповідальність «те що можливо» з «тим, чого треба досягти в перспективі». Стратегічна перспектива розглядає підприємство в її зовнішньому середовищі. На основі визначених цілей (бачення) та головного завдання діяльності, дає можливість відійти від звичайного ведення господарства та краще уявити майбутнє положення на ринку, тобто акцентувати увагу організації на зміцненні її позицій у нестабільному оточенні, перетворити щоденне рутинне управління на свідомий, чітко спланований рух до визначеної цілі.

Реалії сьогодення свідчать про те, що значна частина сільськогосподарських підприємств є збитковими, що ускладнює застосування стратегічного управління. Виходячи з цього, аграрні підприємства, замість пошуку шляхів ефективного господарювання значні зусилля та час вимушені приділяти пошуку можливостей покриття збитків, виплаті боргів.

Проте існує і ряд значних передумов, що стимулюють сільськогосподарські підприємства до застосування стратегічного управління – це, в першу чергу, посилення конкуренції, інноваційний розвиток, інтернаціоналізація бізнесу та невизначеність зовнішнього середовища.

Підводячи підсумок, можемо зазначити, що основна ідея стратегічного управління ґрунтується на розробці стратегій виживання підприємства в довгостроковій перспективі в умовах жорсткої конкуренції в динамічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Майданевич П. М. Сучасні тенденції розвитку підприємств аграрного сектора / П. М. Майданевич // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 107–110.
2. Титаренко В. Є. Чинники конкурентоспроможності підприємства: систематизація та формування єдиного підходу / В. Є. Титаренко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» (Логістика). – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – № 499. – С. 119–124.

*Вернигора М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

СУТНІСТЬ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне і конкурентоспроможне функціонування кожного окремого сільськогосподарського підприємства є практично неможливим без якісного і економічно обґрунтованого розвитку його ресурсного потенціалу.

Аналіз літературних джерел свідчить про певну дискусійність категорії «ресурсний потенціал». Визначення ресурсного потенціалу у працях деяких вчених-економістів наведено у табл. 1.

**Визначення поняття «ресурсний потенціал» у працях
вчених-економістів**

Автори	Визначення
П. Т. Саблук [4]	сукупність взаємопов'язаних ресурсів, які використовуються для виробництва продукції, а також спроможність працівників використовувати їх з метою виробництва та реалізації продукції для отримання максимального прибутку.
В. В. Россоха [3]	ресурсний потенціалу слід розглядати як єдине ціле, в якому всі елементи тісно взаємопов'язані, а їхні кількісні та якісні зміни спрямовані на досягнення загальної для підприємства мети; його ознакою є взаємодія складників ресурсного потенціалу та впорядкованість взаємозв'язків між ними, яку визначають мірою відповідності й співвідношення між речовими й не речовими факторами виробництва.
О. О. Сосновська [5]	можливості підприємства щодо використання наявних ресурсів, які не лише використовуються, але є у зовнішньому середовищі, а також тих, які можуть з'явитись у майбутньому для максимального задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.
О. М. Вишневська [1]	сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, включаючи здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства
Б. Д. Гаврилишин, С. В. Мочерний [2]	сукупність різних видів ресурсів та їх оптимальної структури, які (ресурси) необхідні для ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

Джерело: узагальнено автором на основі літературних джерел

При формуванні ресурсного потенціалу слід врахувати наступні положення: ресурсний потенціал є системою взаємозалежних елементів; ресурсний потенціал є динамічним утворенням, яке не можна сформувати лише механічним додаванням елементів; у процесі формування ресурсного потенціалу діє закон синергії; елементи ресурсного потенціалу мають функціонувати одночасно і в сукупності, що потребує оптимальної структури; складові ресурсного потенціалу мають бути адекватними характеристикам продукції чи послуг, що виробляються підприємством.

На етапі створення підприємства ним активно залучаються ресурси із зовнішнього середовища. Тут слід говорити про т.зв. потенціал ресурсів, тобто набір потенціалів окремих типів ресурсів. Основні параметри цього процесу залежать від встановлених цілей та пріоритетів діяльності підприємства, насамперед, отримання максимального прибутку.

Узагальнення розглянутих поглядів дозволяє зробити висновки про те, що категорія «ресурсний потенціал підприємства» переважно трактується як кількість та якість ресурсів, які є в його розпорядженні і можуть бути залучені для здійснення виробничої діяльності.

Список використаних джерел

1. Вишневська О. М. Формування та оцінювання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств / О. М. Вишневська // Вісник ХНАУ. – 2007. – № 3. – С. 27 – 32.
2. Гаврилишин Б. Д. Экономическая энциклопедия / Б. Д. Гаврилишин, С. В. Мочерный. – К.: Издательский центр «Академия», 2002. – 951 с.
3. Россоха В. В. Формування і розвиток виробничого потенціалу аграрних підприємств: [моногр.] / В. В. Россоха. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2009. – 444 с.
4. Саблук П. Т. Координаційні напрями вирішення економічних проблем в АПК / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2005. – № 5. – С. 3 – 8.
5. Сосновська О. О. Ресурсний потенціал та умови його формування у сільськогосподарських підприємствах [Електронний ресурс] / О. О. Сосновська // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки: Зб. наук. праць. – Полтава, 2012. – Вип. 2(5), Т. 2. – С. 302 – 307.

*Вернигора М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ТА ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Головним багатством і виробничим ресурсом сільськогосподарського виробництва є земля. Функціональні особливості використання землі визначають її важливе місце серед природних ресурсів. 81,8 % підприємств Полтавської області мають сільськогосподарські угіддя до 1000 га і ведуть дрібнотоварне виробництво, що зумовлює зниження ефективності сільськогосподарського виробництва, оскільки не використовують ефект масштабу [2, с. 29]. Ефективність господарювання сільськогосподарських підприємств в значній мірі залежить від набору культур, які вирощуються та їх співвідношення тобто від структури посівних площ (рис. 1).

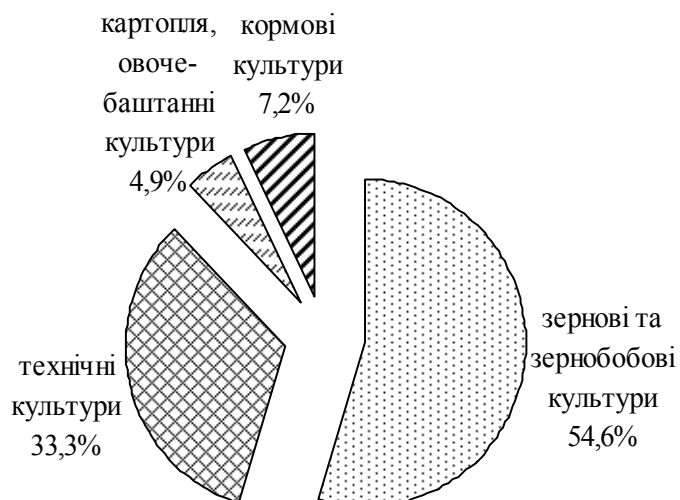


Рис. 1. Структура посівної площі сільськогосподарських культур у Полтавській області, 2016 р., %

Виходячи з даних, наведених на рис. 2.1 можна відмітити, що структура посівної площі сільськогосподарських культур у Полтавській області та досліджуваному підприємстві відрізняється. У структурі посівної площі області найбільшу питому вагу займає виробництво зернових та зернобобові культури – 54,6 %, у тому числі кукурудза на зерно – 58,2 %, озима пшениця – 26,5 %, ярий ячмінь – 10,6 % [2, с. 46]. Серед технічних культур найбільшу питому вагу займає виробництво соняшнику та сої.

За 2012 – 2016 рр. чисельність працівників сільського, лісового та рибного господарства Полтавської області зменшилася на 19,3 % до 36882 осіб або 11,9 % у загальній чисельності штатних працівників області. Спостерігається поступове зменшення частки працівників зайнятих у сільському господарстві [1, с. 19; 2, с. 21].

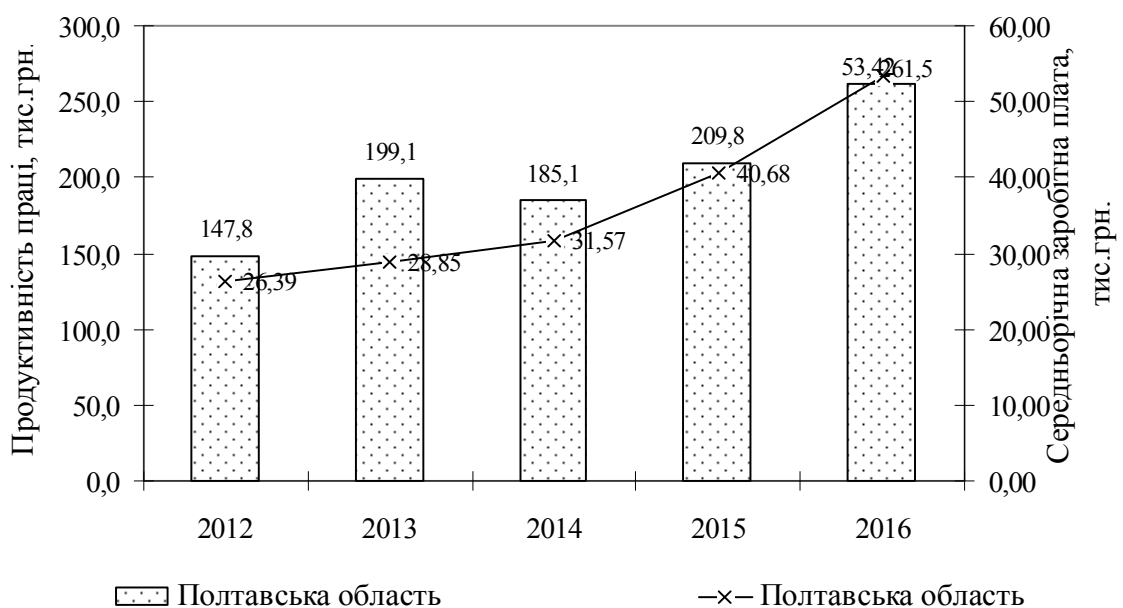


Рис. 2. Динаміка продуктивності праці та середньорічної заробітної плати у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області, 2012 – 2016 рр.

Середньорічна номінальна заробітна плата одного працівника у підприємствах Полтавської області зросла у 2 рази і дорівнює 53,42 тис. грн., а продуктивність праці збільшилася лише на 76,9 % до 261,5 тис. грн./особу.

Список використаних джерел

1. Сільське господарство Полтавської області у 2015 році: [статистичний збірник] / За ред. О. П. Вацковської. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2016. – 252 с.
2. Сільське господарство Полтавської області у 2016 році: [статистичний збірник] / За ред. Л. В. Калашника. – Полтава: Головне управління статистики у Полтавській області, 2017. – 224 с.

*Верхогляд Т. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

ВІДКРИТІСТЬ І ПРОЗОРИСТЬ ХОРОЛЬСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

Прозорість і відкритість у діяльності органів місцевого самоврядування є стратегічним пріоритетом та принципами державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні.

Узагальнивши різні трактування «прозорості» та «відкритості» діяльності органів місцевої влади [1-5], розмежуємо зміст цих понять в такий спосіб:

«прозорість» – ступінь обізнаності, поінформованість громадян, їхніх об'єднань про наміри, рішення та дії органу місцевої влади; зрозумілість широкій громадськості обумовленості, змісту і сенсу політичних дій та рішень органів місцевого самоврядування, а також своїх прав і свобод;

«відкритість» – це функціональна характеристика органів державної влади, що визначається мірою безпосередньої участі громадян у діяльності органів місцевої влади; виявляється у забезпеченні активного й реального впливу громадян та їхніх колективів на зміст публічно-управлінської діяльності через постановку вимог перед органами публічної влади щодо прийняття певних рішень, здійснення дій або утримання від них.

В м. Хорол Полтавської області міська рада здійснює свою діяльність, керуючись принципами відкритості та прозорості.

Інформаційна відкритість ґрунтується на конституційному праві міської громади на отримання інформації про діяльність органів та посадових осіб і забезпечується шляхом оприлюднення спеціалістами інформаційно-аналітичної роботи та комунікацій з громадськістю Хорольської міської ради на офіційній веб-сторінці у мережі Інтернет інформації про основні завдання та нормативно-правові засади діяльності, структуру; відомості про проведення закупівлі товарів (робіт, послуг) за державні кошти; цільові програми у відповідній галузі; основні поточні та заплановані заходи; майно, матеріально-технічне забезпечення, фінансування; механізми та процедури, за допомогою яких громадськість може представляти свої інтереси або впливати на процес формування політики, а також брати участь у прийнятті рішень; звіт про відстеження результативності, прийнятого регуляторного акта; відомості про регуляторну діяльність; план підготовки проекту регуляторного акту та зміни до нього; розпорядок роботи та час прийому громадян тощо.

Безпосереднє доведення інформації до зацікавлених осіб (усно, письмово чи в інший спосіб) забезпечується шляхом: розміщення інформаційних стендів у приміщеннях органів влади, які містять коротку інформацію про їх діяльність та послуги, що надаються мешканцям; опублікування інформації в пресі; повідомлення інформації по радіо та телебаченню; регулярних звітів перед громадою міста. Проводиться вивчення думок шляхом проведення соціологічних досліджень та спостережень, опитувань (зокрема, для розробки стратегії сталого розвитку м. Хорол на 2017-2023 роки), аналізу коментарів, відгуків; опрацювання та узагальнення висловлених у зверненнях громадян зауважень і пропозицій; проведення аналізу цільової інформації.

Публічне громадське обговорення передбачає організацію і проведення зустрічей з громадськістю, під час яких громадяни можуть заслуховувати посадових осіб; вносити пропозиції щодо питань, які належать до компетенції цих органів, радіодискусії, діалоги, інтерв'ю та інші передачі радіомовлення. При цьому в Хорольській громаді не вистачає практики організації і проведення: конференцій, семінарів, громадських слухань, «круглих столів», громадських приймалень, телефонних «гарячих ліній», інтерактивного спілкування.

Хорольська міська рада створює необхідні умови для осіб, які бажають бути присутніми на сесіях ради та засіданнях її виконавчого комітету. Для координації заходів, пов'язаних з проведенням громадських консультацій, та моніторингу врахування громадської думки під час прийняття рішення, при виконавчому комітеті утворені консультативно-дорадчі органи – громадські ради: Рада підприємців, Громадська рада ветеранів, Рада голів ОСББ та житлово-будівельних кооперативів, Громадська рада учасників АТО, Спортивна рада,. До складу громадських рад включені громадяни, представники політичних партій, громадських організацій, професійних спілок та інших об'єднань громадян, засобів масової інформації.

Таким чином, відбувається запровадження нових стандартів, становлення нової культури взаємовідносин між владою та громадою м. Хорола. Прозорість та відкритість органів місцевої влади в реалізації публічної політики є важливим чинником розвитку процесів демократизації, становлення громадянського суспільства, запорукою існування повноцінного місцевого самоврядування.

Список використаних джерел

1. Буханевич А. І. Забезпечення принципів відкритості та прозорості при налагодженні діалогу між владою та громадськістю / А. І. Буханевич // Державне управління: удосконалення та розвиток [Електронний ресурс] : ел. наук. фах. вид. – 2010. – № 3. – Режим доступу: [http:// www. dy. nayka. com. ua/ ?operation=1&iid=133](http://www.dy.nayka.com.ua/?operation=1&iid=133).
2. Гудима Н. В. Принципи відкритості і прозорості в діяльності органів державного управління України (організ.-правові засади) : [монографія] / Н. В. Гудима. – Черкаси : Вид. Чабаненко Ю., 2007. – С. 22.
3. Пухкал О. Прозорість як важливий чинник модернізації державного управління [Електронний ресурс] / О. Пухкал. – Вісник Національної академії державного управління. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2010-1-4.pdf>.
4. Стретович В. Забезпечення відкритості органів державної влади та місцевого самоврядування [Текст] / В. Стретович // Аспекти самоврядування. – 2005. – № 2. – С. 13–17.
5. Тимошенко Н. Співвідношення принципів відкритості та прозорості в діяльності органів місцевого самоврядування: «Сіамські близнюки» чи узгоджена пара? [Текст] / Н. Тимошенко // Збірник наукових праць. – 2015. – Вип. 44 «Ефективність державного управління». – С. 125-131.

ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Формування або реформування потенціалу має відбуватися у певній послідовності, починаючи з аналізу ринків збуту та постачання сировини, матеріалів. У даному випадку потрібно знайти найвигідніші у виробництві та реалізації види продукції та оцінити суспільну зацікавленість її виробництва.

Організацію системи ресурсів необхідно проводити таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був фактором успіху в досягненні стратегічних і тактичних цілей діяльності підприємства. При цьому використовуються такі основні наукові підходи, які наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Підходи формування потенціалу підприємства

Назва підходу	Сутність
Системний підхід	При його застосуванні на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу – товару або послуги, а потім параметри виходу.
Маркетинговий підхід	Передбачає орієнтацію формування можливостей підприємства на споживача.
Функціональний підхід	Передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб.
Відтворювальний підхід	Орієнтований на постійне поновлення виробництва продукції з меншої ресурсоемністю та вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією на даному ринку для задоволення потреб клієнтів.
Інноваційний підхід	Орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути фактори виробництва й інвестиції.

Джерело: узагальнено автором за [1; 2; 3]

Згідно теорії факторного аналізу, про потенціал сільського господарства з достатнім рівнем достовірності можна міркувати, охарактеризувавши його головні складові елементи. На першому етапі дослідження їх перелік можна встановити шляхом розподілу всієї сукупності ресурсів, що використовуються у виробничих процесах, на дві групи – об'єктивні і суб'єктивні. До об'єктивних зазвичай відносять матеріальні, а до суб'єктивних – організаційні чинники.

До суб'єктивних чинників в основному відносять організаційні, які складають комплекс заходів, що впроваджуються підприємством для досягнення кращих результатів виробництва.

До об'єктивних чинників необхідно відносити ті ресурси, джерела створення яких знаходяться поза виробничою системою, що вивчається і надходять до неї зі сторони, накопичуються і споживаються тут в певних розмірах. У сільському господарстві до їх числа можна віднести земельні і трудові ресурси, основні виробничі засоби, а із оборотних засобів виробництва – мінеральні добрива, електроенергію, куповані корми і деякі інші складові елементи, що не є безпосереднім результатом трудової діяльності робітників сільського господарства. У складі основних виробничих засобів слід виділити

менш важливі елементи, що будуть сприяти більш точній оцінці ресурсного потенціалу.

Таким чином, при формуванні ресурсного потенціалу слід врахувати наступні положення: ресурсний потенціал є системою взаємозалежних елементів; ресурсний потенціал є динамічним утворенням, яке не можна сформувати лише механічним додаванням елементів; у процесі формування ресурсного потенціалу діє закон синергії; елементи ресурсного потенціалу мають функціонувати одночасно і в сукупності, що потребує оптимальної структури; складові ресурсного потенціалу мають бути адекватними характеристикам продукції чи послуг, що виробляються підприємством.

Список використаних джерел

1. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.

2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.

3. Рзаєв Г. І. Економічний потенціал підприємства та теоретичне обґрунтування напрямів його оцінки / Г. І. Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 3. – С. 145 – 149.

*Візир С. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: д.е.н., професор Макаренко П. М.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізувати ресурсний потенціал можливо з використанням узагальнюючого показника, сформованого з урахуванням всіх особливостей структури і діяльності підприємства. В результаті вивчення літератури запропонована наступна порівняльна характеристика методів оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства, яка представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Методи оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства

Види методів	Характеристика групи	Показники, що характеризують вид методу	Економічний сенс показника
Витратні методи	Методи засновані на одному показнику, що враховує витрати підприємства	1. Затратовіддача 2. Затратоємкість 3. Рентабельність витрат	Показники ефективності використання ресурсного потенціалу на основі двох результативних показників обороту і прибутку
Ресурсні методи	Методи засновані на показнику, що враховує оборот роздрібної торгівлі і прибутку	1. Ресурсовіддача	

Результативні методи	Методи оцінки використання ресурсного потенціалу за складом основних економічних показників	1. Узагальнюючий показник ефективності використання ресурсного потенціалу 2. Узагальнюючий показник ефективності виробництва 3. Показник ефективності конкретного ресурсного потенціалу	Показники кількісної оцінки діяльності підприємства
Комплексні системні методи	Методи визначають різні види ефективності використання ресурсного потенціалу	1. Узагальнюючий показник динаміки ефективності використання ресурсного потенціалу 2. Показник економічної ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства 3. Зведені показники ефективності ресурсного потенціалу підприємства	Дозволяють більш глибоко і детально вивчити діяльність підприємства, що веде як до ефективного використання наявних ресурсів, так і до виявлення ресурсів

Джерело: узагальнено автором за [1; 2; 3]

Оскільки ресурсний потенціал включає в себе кілька факторів виробництва, які в результаті поєднання забезпечують одержання синергічного ефекту у вигляді виробленої продукції, то доцільно розглядати часткові та комплексні показники економічної ефективності використання ресурсного потенціалу.

До комплексних показників оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства належать: ресурсовіддача і ресурсоемність; сума валової, товарної продукції або чистого прибутку у розрахунку на 100 грн. ресурсного потенціалу; критерій ефективності виробництва; коефіцієнт організації виробництва; рівень рентабельності виробничих витрат; рентабельність господарської діяльності; рентабельність використання капіталу.

Одним із показників ефективності використання економічного потенціалу є ресурсовіддача та ресурсоемність, що є важливими складовими досягнення ефекту у виробництві. Ресурсовіддачу і ресурсоемність розуміють як спроможність сукупних виробничих ресурсів створювати продукт протягом певного періоду. Чим менші витрати праці та капіталу припадає на одиницю продукту, тим менша ресурсоемність і вища ресурсовіддача, а, отже і ефективність виробництва.

Розглянута система показників дозволяє комплексно оцінити економічну ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства.

Список використаних джерел

1. Бабицька О. О. Ефективність управління прибутковістю сільськогосподарських підприємств / О. О. Бабицька // Облік і фінанси. – № 2(60). – 2013. – С. 118 – 122.

2. Воронін О. О. Оцінка економічної ефективності виробництва: ресурсний підхід / О. О. Воронін // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – Вип. 1. – К.: Книж. в-цтво НАУ, 2006. – С. 245 – 262.

3. Зміцнення та ефективне використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств: [монографія] / В. С. Шебанін, І. І. Червен, О. В. Шебаніна, М. І. Кареба. – Миколаїв: МДАУ, 2010. – 189 с.

*Власенко Д. В., здобувач СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. М.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВОЇ У ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сільськогосподарська продукція та продовольство виступають предметом купівлі-продажу на аграрному ринку. Найвагомішою складовою аграрного ринку є продовольчий ринок, який здатний гарантувати забезпечення населення товарами продовольчої групи та створення резервних фондів для підтримки на належному рівні продовольчої безпеки країни.

У сучасних умовах розвитку сільського господарства України товаровиробники аграрної продукції дедалі більше усвідомлюють суть взаємовідносин між суб'єктами аграрного ринку – виробництво продукції не потрібне заради продуктивності та обсягів, а для можливого забезпечення необхідними продуктами. У зв'язку з цим змінюються підходи до господарювання – організації виробництва, потреби застосування сучасних технологій, маркетингу сільськогосподарської продукції. Тому впровадження маркетингових заходів дасть змогу оцінити ситуацію, що склалася на ринку, й, відповідно, вибрати стратегію діяльності підприємств на ньому, а також підвищити ефективність управління цими процесами [2, с. 100].

Стан ринку агропродукції визначається її рухом. У зв'язку з комерціалізацією збуту значна частина сільськогосподарської продукції реалізується через посередників. Великі і дрібні посередники досить активно та успішно здійснюють посередницькі операції щодо закупівлі у виробників сировини й реалізації її переробним підприємствам. Посередники контролюють більшість експортних товарних потоків, оптовий і роздрібний товарообіг, внаслідок чого найбільша частина прибутку зосереджується в посередницьких структурах [1, с. 62].

У міру освоєння законів, нормативів і правил ринкової економіки, вивчення товаропотоків і збуту продукції, орієнтованої на споживачів, кожному товаровиробнику стає дедалі зрозумілішим, що виробити продукцію ще не все: треба вигідно її реалізувати. Адже, якщо в умовах командно-адміністративної економіки для товаровиробників головним було виробництво, а завдання держави – далі просувати продукцію, то в ході формування ринку агропромислові підприємства опинилися перед необхідністю вивчення насамперед можливостей збуту продукції і знаходження споживача, тобто зосередження уваги на маркетинговій діяльності [3, с. 22].

Отже, для багатьох підприємств маркетингова стратегія є найважливішою функціональною стратегією, оскільки вона забезпечує обґрунтування ринкової спрямованості підприємства.

Список використаних джерел

1. Гоголюя О. П. Удосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників / О. П. Гоголюя, Л. М. Степасюк // Економіка АПК. – 2006. – №3. – С. 61-64.
2. Рабштина В. М. Основи маркетингу в галузях АПК : [навч. посіб.] / В. М. Рабштина, В. В. Писаренко, Х. З. Махмудов. – Дніпропетровськ : Зоря, 2002. – 416 с.
3. Соколова Л. В. Конкурентоспособность предприятий и критерии ее оценки / Л. В. Соколова // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 5. – С. 21-23.

*Гаврелець О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Реалізація стратегічного курсу розвитку агропромислового комплексу, його розбудова на ринкових засадах, інтеграція у світовий економічний простір, посилення конкурентної боротьби висувають на перший план проблему ефективного функціонування аграрних підприємств та створення сприятливих передумов подальшого їх розвитку.

Конкуренція (від латів. *concurrere* – змагатися) – змагання між учасниками ринку за кращі умови виробництва, купівлі і продажу товарів, яке зумовлене об'єктивними умовами поточного стану економіки в певний період [2].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства включає в себе наступні дії: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
2. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [підручник]. – / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства буде найбільш ефективнішим у тому випадку, коли він посилює мотивацію діяльності людей. При такому механізмі узгодженість інтересів взаємодіючих сторін досягається вибором методів і ресурсів управління відповідно до природи факторів управління, на які здійснюється вплив. При неузгодженості інтересів неможливе здійснення ефективного впливу на внутрішні та зовнішні фактори і досягнення поставленої мети. Вирішальний фактор, що визначає стабільність конкурентоспроможності підприємства – це не просто його здатність виробляти високоякісну продукцію, а й можливість забезпечити комерційний успіх на ринку [1, с. 190].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції. Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є визначене коло осіб, що реалізують його (управління) мету: власник підприємства, вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та керівники підрозділів підприємства), лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, державні та відомчі управлінські структури та органи. За цим підходом на рис. 1 подано елементи системи управління конкурентоспроможністю підприємства та їх взаємозв'язок.

Отже, процес управління конкурентоспроможністю підприємства включає в себе наступні дії: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних конкурентів конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства.

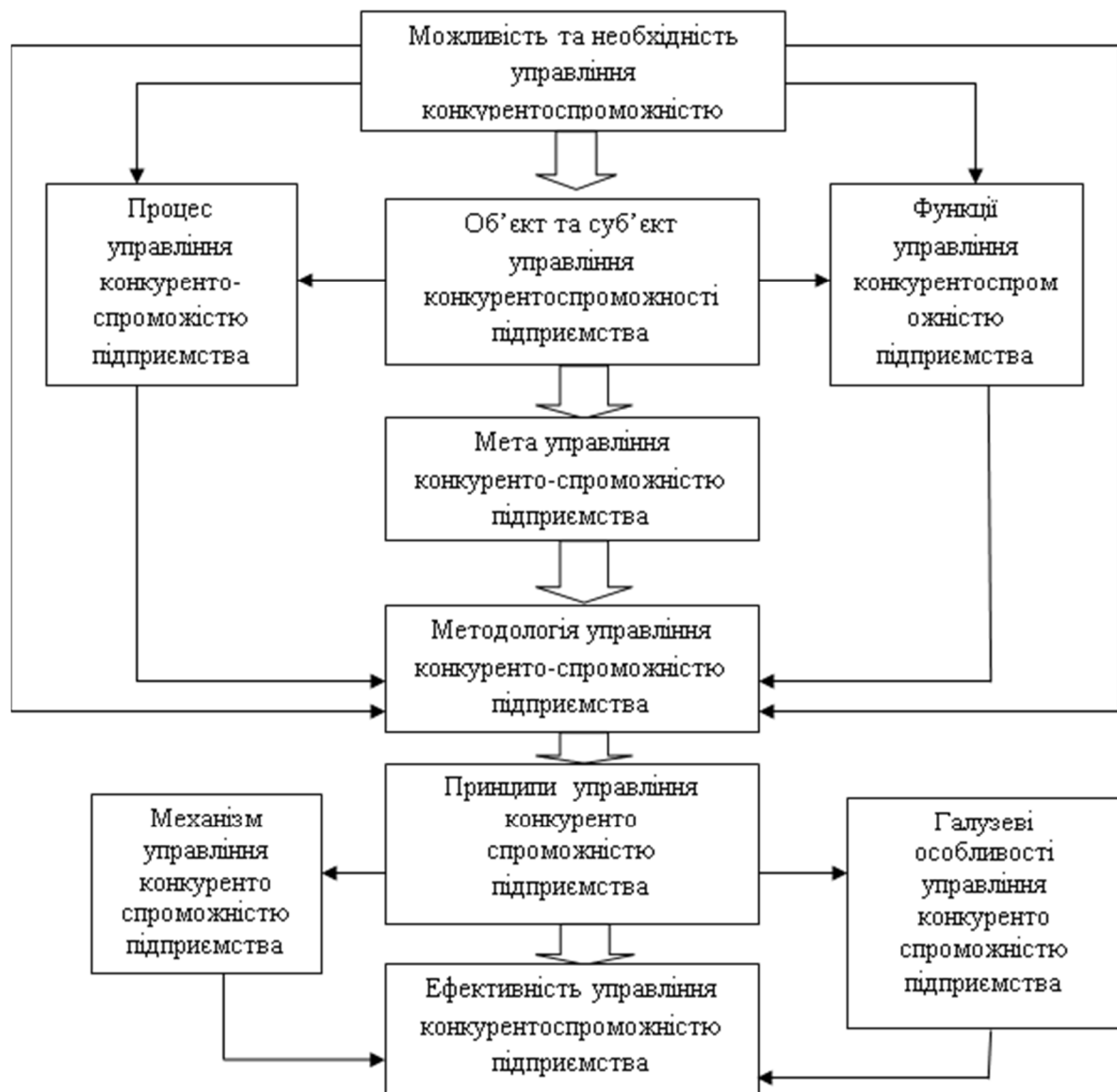


Рис. 1.1. Взаємозв'язок елементів системи управління конкурентоспроможності підприємства [2]

Список використаних джерел

1. Смирнов Є. М. Визначення та класифікації основних видів конкурентоспроможності підприємства // Європейський вектор економічного розвитку. – 2010. – № 2. – с. 190 – 198.
2. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посібник] / С.М. Клименко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

*Гаркавенко О. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ТА ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах розвитку економіки через об'єктивну обмеженість ресурсів перед суб'єктами господарювання постає проблема належного ресурсного забезпечення для виконання поставлених задач та реалізації

стратегічних амбіцій. Ресурсне забезпечення, необхідне для досягнення підприємством поставлених цілей, характеризує поняття «ресурсний потенціал» [1].

У зв'язку з тим, що формування потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання.

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил тощо. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, етичні, суспільні норми, тиск політичних сил [2].

Крім того, важливим зовнішнім фактором є також ринкові умови на вході (умови конкуренції на ринках ресурсів) і виході із системи (умови конкуренції безпосередньо в галузі). Перший фактор пов'язаний з вартістю забезпечення кожного елемента потенціалу ресурсами, яка є альтернативною вартістю цих ресурсів, тобто цінністю тих альтернативних можливостей, від яких довелося відмовитися через спрямування ресурсів в той, а не інший елемент потенціалу з метою максимального досягнення цілей. Другий фактор означає, що для завоювання міцних ринкових позицій потенціал підприємства повинний відповідати необхідним конкурентним властивостям продукції (ціні, якості, технічним характеристикам, сервісу, гарантіям). Так, за умов посилення конкуренції підприємство повинне сфокусувати свої зусилля на максимальній реалізації наявного потенціалу та створенні нового за рахунок своєчасного виявлення слабких позицій конкурентів. Також повинні бути враховані і внутрішні передумови, пов'язані з загальноприйнятими настановами всередині підприємства.

Рішення щодо формування потенціалу орієнтовані на майбутнє і тому базуються на попередніх умовах розвитку релевантних факторів, тобто певних передумовах. Особливе значення мають передумови, які визначаються потребами клієнтів і впливають на якість «виходу», пріоритет якого в процесі формування потенціалу був визначений вище. Крім того, дуже важливі передумови, пов'язані з конкурентами, тому що ресурсний потенціал підприємства втрачає свою цінність саме під їх тиском [3].

Ефективне використання потенціалу підприємства означає можливість для підприємства одночасно і раціонально використовувати всі наявні ресурси для досягнення високих кінцевих результатів і задоволення потреб замовника в якісній продукції

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник] / В. Г. Андрійчук. – Київ, 2002. - 622 с.
2. Ареф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. О. В. Ареф'єва, Т. В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №7. – С. 71–76.

3. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства: [навчальний посібник для студентів вузів] / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К.: Кондор, 2009 – 409 с.

Гевленко О. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр, спеціальність Менеджмент

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Вакуленко Ю. В.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ТЛІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

Місця, які займає Україна у рейтингах відомих міжнародних організацій підтверджують, що за останні роки зрушень у сфері управління конкурентоспроможністю не відбулося. Головною з причин даної ситуації є незначна теоретико-методологічна розробленість аспектів конкурентоспроможності української економіки з врахуванням її змінного характеру.

Протягом тривалого часу українська економіка не розглядала даної проблематики, переважно все зводилося до аналізу конкурентоспроможності деяких товарів, тоді як комплексна методологія дослідження даної проблеми була відсутня на рівні країни.

Якщо подивитися на звіти міжнародних рейтингових агентств, то помітно, що позиція України у рейтингу конкурентоспроможності протягом останніх десятиліть майже не змінюється (Україна займає місця у нижній частині своїх рейтингів). Але треба відзначити прогрес у структурних реформах і створенні ділового клімату, сприятливого для підприємницької діяльності та інвестицій [1, с. 313].

Найавторитетнішим міжнародним рейтингом, що оцінює конкурентне середовище є Рейтинг глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (Рейтинг ВЕФ). Головним інтегральним показником якого є Індекс глобальної конкурентоспроможності (ІГК), який складається за 12 складовими, що відображають мікроекономічні та макроекономічні фактори рівня конкурентоспроможності країн.

Україна після перебування у перехідному періоді між першою та другою стадіями розвитку економіки, за проведеними оцінками, з 2012 р. перейшла до групи країн, економіка яких орієнтована на ефективність (друга стадія розвитку) [2].

Таблиця 1

Місце України у Рейтингу ВЕФ та складові ІГК

Субіндекс		Складова ІГК	Місце України у Рейтингу ВЕФ					2017 р. до 2013 р.	
			Роки						
			2013	2014	2015	2016	2017	(+;-)	(%)
Загальний індекс		73 (зі 131)	82 (зі 133)	73 (зі 134)	72 (зі 141)	71 (зі 144)	-2	97,3	
Загальні вимоги	Інфраструктура	77	78	79	71	72	-5	93,5	
	Інституційне забезпечення	115	120	115	131	141	26	122,6	
	Макроекономічна стабільність	82	106	91	112	93	11	113,4	
	Здоров'я та початкова освіта	74	68	60	74	65	-9	87,8	

Підсилювачі ефективності	Вища освіта та професійна підготовка	43	46	51	47	53	10	123,3
	Ефективність ринку товарів	103	129	129	117	101	-2	98,1
	Ефективність ринку товарів	54	54	61	62	65	11	120,4
	Розвиненість фінансового ринку	85	119	116	114	85	0	100,0
	Технологічна готовність	65	83	82	81	93	28	143,1
	Обсяг ринку	31	38	38	38	26	-5	83,9
Інновації	Розвиненість бізнесу	80	100	103	91	81	1	101,3
	Інноваційний потенціал	52	63	74	71	65	13	125,0

Отже, за більшістю показників конкурентоспроможності Україна у 2017 р. перевершила результати 2013 р., що і відобразилося на загальному рейтингу. Однак, очевидними є і найслабші місця країни. Саме на них повинна бути зорієнтована увага підприємців, регуляторів та всіх зацікавлених сторін.

Список використаних джерел

1. Червиць І. В. Особливості конкурентного середовища в Україні / І. В. Червиць // Теоретичні та практичні питання економіки. – 2011. – № 26. – 313-332.

2. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness>.

*Гонта А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.*

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

У 2005 р в Україні була підготовлена реформа адміністративно-територіального устрою, яка не була реалізована в силу цілого комплексу політичних і економічних причин. Разом із цим впровадження бюджетної реформи показало неефективність існуючої системи самоврядування, що складалася більше, ніж з 12 тисяч суб'єктів, значна частина яких виявилася неспроможною виконувати функції життєзабезпечення місцевих громад. Ю. Ганущак констатує, «...що місцеве самоврядування на рівні села в переважній своїй кількості є неієздатним. Воно не відповідає самому визначенню самоврядування, викладеному в Європейській Хартії місцевого самоврядування щодо формування органів місцевого самоврядування» [1, с. 8]. Дослідження Ю. Ганущака та інших науковців показали, що для підвищення спроможності місцевих рад недостатньо лише збільшення їх

фінансування, обов'язковою умовою є збільшення розміру територіальної громади за чисельністю населення. Авторами доведено, що економічна активність громади починає зростати тоді, коли чисельність населення перевищує 5 тисяч осіб [1].

Ці обставини спонукали до розроблення Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» (далі – Закон), який було ухвалено 05.02.2015 р. [2]. Цим законом урегульовуються відносини, що складаються в процесі добровільного об'єднання територіальних громад, зокрема визначаються умови добровільного об'єднання, унормовується ініціювання такого об'єднання та порядок підготовки проектів рішень тощо, а також визначається державна підтримка добровільного об'єднання територіальних громад.

Слід звернути увагу, що в статті 4 Закону чітко визначені умови добровільного об'єднання, а саме:

1. У складі територіальної громади не може існувати іншої територіальної громади, яка має свій представницький орган місцевого самоврядування;

2. Територія об'єднаної територіальної громади має бути нерозривною, межі об'єднаної територіальної громади визначаються по зовнішніх межах юрисдикції рад територіальних громад, що об'єдналися;

3. Об'єднана територіальна громада має бути розташована в межах території Автономної Республіки Крим, однієї області;

4. При прийнятті рішень про добровільне об'єднання територіальних громад беруться до уваги історичні, природні, етнічні, культурні та інші чинники, що впливають на соціально-економічний розвиток об'єднаної територіальної громади;

5. Якість та доступність публічних послуг, що надаються в об'єднаній територіальній громаді, не можуть бути нижчими, ніж до об'єднання.

У 2018 р. в Полтавській області налічувалося 44 об'єднаних громади, тоді як в 2015 р. їх було лише 12. Інтенсифікація процесу об'єднання фактично змінює адміністративно-територіальний устрій Полтавщини, а отже ці зміни мають бути закріплені у відповідних нормативно-правових актах.

Список використаних джерел

1. Ганущак Ю. Реформа територіальної організації влади /Ю. Ганущак; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». – К.: ТОВ «Софія-А», 2013. – 160 с.

2. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/157-19/print1444025174238337>.

*Горда М. І., здобувач ступеня вищої освіти Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.*

ОСОБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЙОГО ЗБУТОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Проблеми формування стратегії підприємств, що здійснюють свою діяльність на спеціалізованих ринках, є актуальними у період активного становлення і розвитку національного ринку. Особливе місце у їх вирішенні

займає планування, формування та розвиток збутових мереж і виявлення потенціалу збуту. Водночас галузь сільського господарства має низку особливостей, що зумовлюють значні коливання пропозиції на ринку (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості сільського господарства, які впливають на збут [2, с. 95]

Особливості	Сутність
Галузі	Переважно сировинна; ціноутворення на сільгосппродукцію, на відмінну від інших галузей, починається з витрат на гірших землях; залежність від індустріальної сфери; потреба державної допомоги
Підприємств	Масштаб, спеціалізація, концентрація, диверсифікація виробництва, географічне розміщення, просторова розосередженість, членство в інтеграційному об'єднанні чи постачальницько-збутовому кооперативі, можливість утримувати відділ маркетингу
Виробництва	Високі ризики, потреба належної державної підтримки, більшого кредитування, страхування, субсидування і дотацій, наявність речового фактору, в тому числі значної кількості різноманітної техніки, що диктується вегетаційним періодом, агротехнічною технологією, а не ступенем використання машин, можливе перевиробництво продукції
Виробничого циклу	Сезонність виробництва, великий контраст між робочим періодом і часом виробництва, коли предмети праці перебувають під впливом природних і біологічних чинників, особливо у тваринництві, садівництві, виноградарстві та інших галузях, авансування довгострокових інвестицій
Продукції	Осяжний асортимент продукції, яка по-своєму специфічна (еластична, швидко псується, мало транспортабельна, вимагає особливих режимів зберігання, транспортування тощо), відрізняється вираженою сезонністю випуску і постійністю споживання, що зумовлює необхідність прискорення обміну, скорочення тривалості активів купівлі-продажу, оптимізації міжгалузевих і міжрегіональних зв'язків; значна частина сільськогосподарської продукції залишається для внутрішнього споживання
Ринкового середовища	Вимагає від сфери обігу прогнозування розвитку товарних ринків, визначення потреб у сільськогосподарській продукції, гарантій збуту виробленої продукції, наявності посередницьких структур, олігополія торгівлі, що забезпечує завершальну стадію відтворення, опосередкований збут

Основною ознакою сільського господарства є його товарний характер, який вимагає чіткої й ефективної взаємодії виробництва продукції суб'єктів господарювання зі збутовою діяльністю підприємств. Суперечність між споживчою вартістю і вартістю товарної продукції з поглибленням ринкових процесів загострюється. З одного боку, під впливом наукових досягнень, сучасних технологій і нових форм організації виробництва, високої кваліфікації праці виробляються продукти підвищеної харчової цінності, функціонального призначення, екологічно чисті, які підвищують споживчу вартість. З іншого боку, з різних причин відбувається поступове «розмивання» суспільної вартості продукту [1, с. 144]. По-перше, в умовах комбінації праці визначення суспільно значущої, втіленої в продукт праці надзвичайно складне, оскільки один працівник сільського господарства забезпечує роботою десять працівників в інших галузях економіки. По-друге, інтернаціоналізація виробництва, глобалізація товарних ринків, у тому числі агропродовольчих, зумовлюють

неможливість використання середньогалузових затрат праці як мірила суспільної вартості. По-третє, соціалізація сільськогосподарського виробництва (дотації, субсидії, пільги) деформує відповідність суспільної і споживчої вартості.

Ефективність взаємодії сільськогосподарського виробництва і збуту в системі відтворення значною мірою залежить від форм збуту. Збут виступає не лише як специфічна стадія процесу відтворення, а ще й в умовах розширеного товарного виробництва набуває самостійної форми підсистеми економічних відносин. В економіці ринкового типу, високої конкуренції на продовольчому ринку, дії ринкових механізмів забезпечення обміну, торгівля стає важливою формою товарно-грошових відносин в системі відтворення господарства й суттєво впливає на виробництво, розподіл і споживання [2, с. 151]. Це дає змогу значно розширити функції збуту й модифікувати його форми, за яких він набуває якісно нових ознак у формуванні вартості сільського господарства.

Список використаних джерел

1. Соловійов І. О. Агромакетинг : системна методологія, реалізація концепції : [монографія] / О. Соловійов. – Херсон : Олди-плюс, 2008. – 344 с.
2. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств / С. Є. Хрупович. – Л., 2005. – 202 с.

*Григоренко А. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.*

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Не зважаючи на значне поширення стратегічного планування як однієї з функцій управління в публічній сфері, зокрема на регіональному рівні, його сутність залишається усе ще недостатньо чітко окресленою. Причому розпливчатість у трактуванні планування взагалі є характерною для усієї світової наукової спільноти ще з середини 60-х років минулого століття. Г. Мінцберг у книзі «Зліт і падіння стратегічного планування» зауважував: «Можливо «планування» таке невловиме, бо його прихильники більше дбають про популяризацію туманних ідеалів, ніж про досягнення життєвих позицій; їх більше турбує те, чим планування може стати, ніж те, чим воно фактично стало. У результаті слабким місцем планування є відсутність чіткого визначення його статусу як в організаціях, так і в державі» [1, с. 6].

Попри це, розроблення стратегій розвитку регіонів в Україні є важливим завданням як суб'єктів регіонального управління, так і вищого керівництва держави. Так, Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів» [2] передбачено, що з метою реалізації державної політики стимулювання розвитку регіонів Кабінетом Міністрів України затверджується державна стратегія регіонального розвитку, Верховною Радою Автономної Республіки Крим, обласними, Київською та Севастопольською міськими радами за поданням відповідно Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської

та Севастопольської міських державних адміністрацій з урахуванням норм, закладених у державній стратегії регіонального розвитку, спільних інтересів територіальних громад регіонів - регіональні стратегії розвитку. З цього періоду органи публічної влади на рівні регіонів, серед інших своїх повноважень, законодавчо зобов'язуються затверджувати стратегію розвитку регіону.

На сьогоднішній час розроблення стратегій розвитку регіонів має декілька особливостей.

1. Залишаються неунормованими процедури та порядок розроблення не лише стратегій регіонального розвитку, а й стратегій розвитку інших об'єктів управління.

2. Можливості стратегічного планування на регіональному рівні обмежуються повноваженнями місцевих органів влади.

3. Фінансування заходів стратегічного плану здійснюється нерівномірно протягом року, що утруднює процес його реалізації.

4. Річний період розроблення державного бюджету значно звужує можливості стратегічного планування, оскільки за такого підходу великі проекти можуть бути недофінансовані через можливу зміну пріоритетів державного бюджету, які щорічно коригуються.

5. Нечітко визначеною залишається відповідальність за неналежне виконання або невиконання стратегічних планів, що негативно впливає на ефективність стратегічного планування.

6. Законодавчо не визначені умови співробітництва та взаємної відповідальності місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо розроблення і реалізації стратегічних планів розвитку регіону.

Таким чином, організаційно-правові основи стратегічного планування розвитку регіонів потребують удосконалення.

Список використаних джерел

1. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування /Генрі Мінцберг; Пер. з англ. К. Сисоева. – К.: Видавництво Олексія Капусти (підрозділ «Агенції «Стандарт»), 2008. – 412 с.

2. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України від 08.09.2005 № 2850-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2850-15/print1476254983081698>.

*Григоренко А. А., Гонта А. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.*

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Стимулювання розвитку регіонів здійснюється різними шляхами і за допомогою різних інструментів, які використовуються вищими органами влади, місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

Процес децентралізації публічного управління, покликаний перемістити владні повноваження на місцевий рівень, позитивно впливає на регіональний розвиток, оскільки передбачає закріплення відповідальності щодо стану місцевих справ за місцевими органами влади. Вирішальну роль у забезпеченні місцевого, а отже і регіонального розвитку, починають відігравати місцеві ради базового рівня (сільські, селищні, міські), спроможність яких зростає у процесі добровільного об'єднання [1]. У Полтавській області перші об'єднані територіальні громади (ОТГ) з'явилися у 2015 році, коли було утворено 12 об'єднаних територіальних громад, серед яких і Білоцерківська ОТГ Великобагачанського району.

Після об'єднання відповідні ради ОТГ розробляють та затверджують бюджет громади та Програму соціально-економічного розвитку на наступний рік, тобто короткострокові документи. Починаючи з 2016 року і по даний час завдяки фінансовій децентралізації та наданню значної фінансової підтримки (кошти Державного фонду регіонального розвитку, субвенція з державного бюджету на розвиток інфраструктури, кошти міжнародної технічної допомоги тощо), об'єднані територіальні громади мали змогу вирішити найбільш гострі проблеми власного життєзабезпечення (ремонти бюджетних закладів, доріг тощо). Проте використання коштів відбувалося в «ручному режимі», тобто без наявності стратегічного документа, який би визначав пріоритетні цілі розвитку громади. Відсутність стратегічного документа, розробленого з урахуванням потреб різних груп населення на основі аналізу наявних ресурсів громади, обумовлює зниження ефективності використання коштів, при розподілі яких стратегічні пріоритети залишаються нечітко вираженими. Стратегічне планування розвитку ОТГ передбачає також залучення до процесу планування широкої громадськості, що може сприяти суспільній консолідації. Науковці, наприклад, наголошують, що місцевим радам у процесі розроблення стратегії необхідно буде вирішувати три основних питання [2, с. 8]:

1. Забезпечити прив'язку стратегії місцевого розвитку до поточної діяльності органів місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання на місцевому рівні;
2. Сприяти залученню до процесу розроблення стратегії широкого кола зацікавлених осіб;
3. Визначити пріоритети стратегічного розвитку громади, на підставі яких розроблятимуться конкретні проекти.

Ключовим моментом стратегічного планування розвитку ОТГ є залучення до розроблення стратегії місцевого населення, депутатів, представників бюджетних установ та бізнесу (партисипативний підхід). Це дає можливість розробити реалістичний документ, що слугуватиме основою для раціонального використання обмежених ресурсів з урахуванням інтересів різних груп населення.

Список використаних джерел

1. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України від 05.02.2015 № 157- VIII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/157-19/print1444025174238337>.

2. Берданова О., Фишко Є. Оперативне планування стратегії територіального розвитку: [практ. посіб.] /О. Берданова, Є. Фишко; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». – К.: ТОВ «Софія-А», 2012. – 48 с.

*Дудник Д. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І. Г.

ЧИННИКИ ОТРИМАННЯ ВИСОКИХ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ

До останнього часу однією з панівних культур на полях України залишається соняшник. Його посіви займають понад 2,0 млн. га, що становить 96 % площі всіх олійних культур. Популярність цієї культури полягає в стратегічній та значній економічній ефективності її вирощування. Порівняно з іншими олійними культурами соняшник дає найбільший вихід олії з одиниці площі (750 кг/га в середньому по Україні) [2]. На соняшникову олію припадає 90 % загального виробництва олії в Україні. Олія з насіння соняшнику має високу харчову цінність, поступаючись у цьому лише оливковій олії, вона має вміст полінасиченої жирної ліноленової кислоти, фосфатів, стеаринів, вітамінів.

Запроваджуючи масове виробництво (іноді навіть беззмінне) соняшника, в багатьох підприємствах не враховували деякі моменти. По-перше, коріння соняшнику, проникаючи в ґрунт на глибину 2-4 м і розгалужуючись на 100-200 см, значною мірою виснажує ґрунт, збіднюючи запаси вологи та поживних речовин. По-друге, при розміщенні посівів соняшнику на тому самому полі через невеликий проміжок часу (4-5 років і менше) виникає значне ураження рослин шкідниками і хворобами, що зменшує врожайність і погіршує якість насіння. Лише при дотриманні всіх правил вирощування культури можна отримувати великий урожай, а внаслідок і прибуток, не зашкоджуючи ґрунту та оточуючому середовищу. Тому, щоб не втратити своєї частки при вирощуванні соняшнику, свою діяльність слід направляти не на збільшення посівних площ, а на підвищення врожайності насіння [1].

Важливе значення при отриманні високого врожаю має гібрид культури та умови, у яких вирощується. Дуже важливо знати оптимальну норму добрив, внесення якої буде економічно виправданим, а з іншого боку забезпечить найбільший приріст врожаю. Крім того, наявність елементів мінерального живлення в ґрунті в оптимальних співвідношеннях сприяє поліпшенню якості – вмісту олії. Якісні показники вирощеного врожаю представлені наступними елементами: вміст жиру та вміст сирого протеїну в насінні (табл. 1).

Таблиця 1

Якість урожаю та продуктивність гібридів соняшнику залежно від фону живлення

Гібрид	Фон живлення		
	Без добрив	N ₄₅ P ₆₀	N ₉₀ P ₁₂₀
Вміст жиру в ядрі насінини, %			
Титанік	50,9	50,0	49,2
Белград	52,3	51,4	50,3
Мілутін	54,5	53,4	52,7
Вміст сирого протеїну в насінні, %			
Титанік	16,9	17,7	18,1
Белград	17,2	18,1	18,9
Мілутін	17,9	18,9	19,4
Збір олії, кг/га			
Титанік	1013	1307	1341
Белград	1119	1472	1502
Мілутін	1247	1674	1715

Урожайність насіння соняшнику на рівні 35 ц/га зафіксована, де вносили добрива нормою N₉₀P₁₂₀ при вирощуванні гібриду Мілутін. Важливим показником для виробників олії є вміст жиру в ядрі насінини. Найвищий вміст жиру в ядрі насіння зафіксовано у гібриду Мілутін, що в середньому становить 53,5 %, а також сирого протеїну – 18,7 %. У інших досліджуваних гібридів ці показники були нижчими. Сумарним показником, який об'єднує урожай та якість культури є збір олії з гектара посіву. Отже, збільшення врожайності та якості насіння соняшнику досягається за допомогою підбору найкращих для даного регіону гібридів та створення найсприятливіших умов.

Список використаних джерел

1. Верницький М. Соняшнику на всіх не вистачить. Експорт. / Михайло Верницький // Пропозиція. – 2003. – № 10. – С. 10.
2. Вольф З.Г. Соняшник – 2-ге видання перероблене і доповнене / З.Г. Вольф – К.: «Урожай». 2000. – 356 с.
3. Гаврилюк З.М. Напрямки розвитку виробництва олійних культур в Україні / З.М. Гаврилюк // Економіка АПК. – 2001. – № 10. – С. 18-19.

*Дудник Д. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І. Г.

ВПЛИВ ЧИННИКІВ НА ЯКІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Зрозуміло, що якість завжди була і залишається важливою ринковою характеристикою товару, а оцінка якості товарів споживачами завжди визначатиме стратегію конкуренції промислових підприємств. Зараз в Україні відбувається процес переорієнтації системи виробництва на новий якісно-вищий рівень світових стандартів. Цей процес тривалий та складний, але його

результатом повинно стати утворення високоефективної конкурентоспроможної фінансово-економічної системи нашої країни. Якість продукції – один з найважливіших показників діяльності підприємства. Підвищення якості продукції значною мірою визначає становище підприємства на умовах ринку, темпи науково-технічного прогресу, зростання ефективності виробництва, економію усіх видів ресурсів, що використовуються на підприємстві. Зростання якості продукції – тенденція, притаманна роботі усіх провідних фірм світу [2].

Над проблемами організаційно-економічного механізму забезпечення високої якості продукції та послуг працює ряд як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, зокрема Л.В. Балабанова, Д.О. Барабась, О.А. Бриндіна, Р.В. Бичківський, А.В. Вакуленко, П.Р. Гамула, І.З. Должанський, М.О. Жуковський, Т.О. Загорна, А.Г. Загородній, Л.Д. Котляров, Б.В. Лесик, В.С. Килевич, В.С. Марцин, Т.В. Омеляненко, В.Л. Снежко, П.Г. Столярчук, Л.О. Трисвятський, С.Ю. Хамініч та ін.

На якість продукції впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і в взаємозв'язку між собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох. Всі фактори можна об'єднати в 4 групи: технічні, організаційні, економічні і суб'єктивні [1]. До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші. До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, порядок пред'явлення і здачі продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та інші.

Організаційним факторам, на жаль, ще не приділяється стільки уваги, скільки технічним, тому дуже часто добре спроектовані і виготовленні вироби в результаті поганої організації виробництва, транспортування, експлуатації і ремонту достроково втрачають свою високу якість. До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін. Отже, для успішного проведення конкурентної боротьби, кожний товаровиробник має аналізувати й оцінювати фактори конкурентоспроможності, забезпечувати науково-обґрунтовані рівні затрат праці й витрат засобів на виробництво продукції, підвищувати якість продукції. Нині вітчизняний ринок заповнений імпортними товарами, тому для підвищення конкурентоспроможності товаровиробників необхідно переглянути податки та ввести квоти на імпортні сировину й товари. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників в економіці перехідного періоду повинно пов'язуватись з новими підходами до підвищення якості продукції.

Список використаних джерел

1. Бичківський Р.В. Метрологія, стандартизація, управління якістю і сертифікація / Р.В. Бичківський, П.Г. Столярчук, П.Р. Гамула. – [2-ге вид., випр. і доп.] – Львів: Видавництво «Львівська політехніка», 2004. – 560 с.
2. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

*Дяговець М. Д., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І.*

РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Системний аналіз організаційних та правових засад розвитку місцевого самоврядування в Україні, узагальнення наукових оглядів цього процесу дали змогу визначити періодизацію формування та реалізації державної політики розвитку територіальних громад в Україні. Так, ключовими подіями з точки зору розвитку місцевого самоврядування й територіальних громад як його первинних суб'єктів, що відбулися під час кожного із зазначених етапів [1, 2]:

- перший етап (1990-1993 рр.) – випробовування різних моделей державної політики щодо місцевого самоврядування та територіальної організації публічної влади у зв'язку з появою нових суб'єктів впливу на впровадження державної політики на місцевому рівні;

- другий етап (1994-1995 рр.) – докорінна зміна цілей та завдань державної політики щодо місцевого самоврядування, яка полягала у відмові від двоїстої природи рад;

- третій етап (1996-1999 рр.) – конституційне закріплення засад сучасного місцевого самоврядування та запровадження засад адміністративної реформи;

- четвертий етап (2000-2005 рр.) – визначення напрямів і пріоритетів державної політики щодо реформування політичної системи, системи місцевого самоврядування й адміністративно-територіального устрою;

- п'ятий етап (2006-2010 рр.) – координація організаційної діяльності щодо проведення муніципальної та адміністративної реформ;

- шостий етап (2011-2013 рр.) - спроби оптимізації системи регіонального управління шляхом трансформації співвідношення між виконавчою владою та місцевим самоврядуванням у напрямі підсилення виконавчої влади;

- сьомий етап (2014 – по теперішній час) – децентралізація влади та створення передумов формування спроможних територіальних громад. Було прийнято закони України: «Про співробітництво територіальних громад», «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи», «Про внесення змін до Бюджетного

кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин», «Про засади державної регіональної політики», «Про добровільне об'єднання територіальних громад», «Про місцеві вибори», «Про внесення змін до деяких законів України щодо організації проведення перших виборів депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів», «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо особливостей формування та виконання бюджетів об'єднаних територіальних громад», «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо зарахування окремих адміністративних зборів до місцевих бюджетів», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо добровільного приєднання територіальних громад).

Також розпорядженням Кабінету Міністрів України було схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, затвердження постановою Кабінету Міністрів України Методики формування спроможних територіальних громад, схвалення Указом Президента України «Стратегії сталого розвитку «Україна–2020».

Список використаних джерел

1. Камінська Н. В. Місцеве самоврядування: теоретико-історичний і порівняльно-правовий аналіз [підручник] [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://pidruchniki.com/12800528/pravo/derzhavna_politika_ukrayini_sferi_mistseвого_samovryaduvannya.

2. Вікіпедія. Місцеве самоврядування в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Місцеве_самоврядування_в_Україні#Зміни_законодавства_у_зв'язку_з_реформою.

*Дяговець М. Д., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І.*

ЗАВДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Державна політика як важливий компонент життєдіяльності суспільства, маючи велику кількість вимірів і характеристик, формує відповідну систему та механізми соціально орієнтованої публічної влади. Саме тому удосконалення процесів формування та реалізації державної політики у сфері місцевого самоврядування є вкрай важливим на даному етапі державотворення та суспільного розвитку [1].

Завданнями державної політики у сфері реформування місцевого самоврядування відповідно схваленої Концепції і розвитку територіальних громад мають бути [2]: 1) забезпечення доступності та якості публічних послуг (публічні послуги повинні надаватися відповідно до державних стандартів з урахуванням необхідності забезпечення, професійності надання публічних послуг, територіальної доступності); 2) досягнення оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципами субсидіарності та децентралізації (органам місцевого самоврядування базового

рівня надаються повноваження відповідно до їх кадрового, фінансового, інфраструктурного потенціалу та ресурсів на новій територіальній основі); 3) визначення обґрунтованої територіальної основи для діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади з метою забезпечення доступності та належної якості публічних послуг, що надаються такими органами. Формування критеріїв для адміністративно-територіальних одиниць різного рівня адміністративно-територіального устрою держави здійснюється з урахуванням того, що: адміністративно-територіальний устрій складається з трьох рівнів: - базового (адміністративно-територіальні одиниці - громади); - районного (адміністративно-територіальні одиниці - райони); - регіонального (адміністративно-територіальні одиниці - Автономна Республіка Крим, області, м. Київ і Севастополь); 4) створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень.

Успішна реалізація державної політики у сфері місцевого самоврядування в Україні має сприяти створенню ефективного механізму взаємодії та взаєморозуміння у системі координат «людина» – «територіальна громада» – «суспільство» – «держава». Налагоджене функціонування цього механізму стане не лише свідченням легітимності державної політики у сфері місцевого самоврядування, а й дозволить забезпечити поліпшення умов життя населення в кожному населеному пункті, формування у громадян навичок демократичної взаємодії зі сформованими ними органами місцевого самоврядування, а також навичок громадського контролю за ефективністю їхньої діяльності та стійкий самостійний розвиток територіальних громад [3].

Список використаних джерел

1. Камінська Н. В. Місцеве самоврядування: теоретико-історичний і порівняльно-правовий аналіз [підручник][Електронний ресурс] – Режим доступу : https://pidruchniki.com/12800528/pravo/derzhavna_politika_ukrayini_sferi_mistseвого_samovryaduvannya

2. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80> – Назва з екрану.

3. Георгієвський Ю. В. Компетенція органів публічної влади: теорія і практика застосування / Ю. В. Георгієвський. – К. : Логос, 2015. – 345 с.

*Дяговець М. Д., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І.*

СТАН МІЖМУНІЦИПАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІСЦЕВИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Досвід багатьох країн засвідчує, що органи місцевого самоврядування (територіальної громади базового рівня) ніколи не є абсолютно самодостатніми, незалежно від їх площі та чисельності населення. У зв'язку цим схвалений

Закон України «Про співробітництво територіальних громад», таке співробітництво реалізується у таких формах [1]:

- шляхом делегування виконання завдань;
- реалізація спільного проекту;
- спільного фінансування (утримання) інфраструктурного об'єкту;
- утворення спільного комунального підприємства;
- утворення спільного органу управління

Таким, чином, міжмуніципальне співробітництво має бути ефективною формою діяльності громад, для соціально-економічного, культурного розвитку територій, підвищення якості надання послуг населенню на основі спільних інтересів та цілей, ефективного виконання органами місцевого самоврядування визначених законом повноважень.

За результатами моніторингу процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на квітень 2018 р. – 726 територіальні громади України використовують інструменти міжмуніципального співробітництва, уклали договорів міжмуніципального співробітництва – 171. Так найбільша кількість проектів за напрямом: – розвиток та реформування житлово-комунального господарства – 53, благоустрій (ремонт доріг, транспорт) – 16, розвиток місцевої пожежної охорони - 18, утворення центрів громадської безпеки, утворення та розвиток ЦНАП, освіта, соціальне забезпечення – 40, інше – 44.

Так у кожній області України є унікальні напрямки співробітництва громад. Наприклад, Волинська область – створення екотехнопарку, Житомирська – центри постійного проживання, Вінницька – центр післяврожайних робіт, Івано-Франківська – ліквідація повені, відновлення дамб, газопровід високого тиску, Одеська – газопостачання с/г кооперативу, Харківська – центр інклюзивної освіти для дітей. Пріоритети Полтавщини: стратегія місцевого розвитку, покриття мереж. Інтернет, вуличне освітлення, проект SMART-район.

В Полтавській області спостерігається позитивна динаміка кількості проектів міжмуніципального співробітництва (станом на травень кожного року): 2015 р. – 5, 2016 р. – 17, 2017 р. – 34, 2018 р. – 56. Так для розвитку та реформування житлово-комунального господарства – 18, благоустрій (ремонт доріг, транспорт) – 6, розвиток місцевої пожежної охорони - 13, утворення центрів громадської безпеки, утворення та розвиток ЦНАП, освіта, соціальне забезпечення – 10, інше – 9. Загальна кількість територіальних громад, що скористалися міжмуніципальним співробітництвом 283 із 726 по Україні [2].

Полтавська область за результатами моніторингу на 2018 рік має найбільшу кількість проектів в Україні міжмуніципального співробітництва і є загальнонаціональним лідером.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 34, ст.1167) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>

2. Співробітництво територіальних громад (міжмуніципальне співробітництво – ММС): [навчально практичний посібник] / За заг. редакцією Толкованова В. В., Журавля Т. В. – Київ., 2016. – 154 с.

3. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/247/Моніторинг_Дец.ентралізація_10.04.2018__1_.pdf.

*Єгорова Н. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А.*

СТАН КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ

Варто погодитись із визначенням співвідношення державної кадрової політики і управління персоналом у сфері державної служби, яке наводиться у підручнику «Управління персоналом» за загальною редакцією О. І. Турчинова [2], і вважаємо, що воно може бути застосовано в Україні до персоналу митних органів України в такій трактовці (табл. 1).

Таблиця 1

Співвідношення державної кадрової політики і управління персоналом у сфері державної служби

Державна кадрова політика	Управління персоналом
Законодавчо-правова основа	
Конституція України, закони України, укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, накази Національного агентства України з питань державної служби України, інших центральних органів виконавчої влади	Нормативно-правові акти (положення, накази, розпорядження) керівництва вищих органів державної влади
За змістом	
Комплексний, системний і стратегічний підхід до формування і розвитку кадрового потенціалу у сфері державної служби	Управління формуванням, розвитком і використанням професійно-ділових і особистісних здібностей конкретних керівників із урахуванням потреби органу державної влади
За рівнем	
Стратегія формування, розвитку та раціонального використання кадрів, усіх трудових ресурсів держави, політичний курс роботи з кадрами на загальнодержавному рівні	Механізм реалізації державної кадрової політики суб'єкту управління, технологічний рівень реалізації кадрової політики на рівні організації
За функціональним призначенням	
Визначальна складова загальної кадрової політики, результат управлінської і правотворчої діяльності держави	Компонент і механізм реалізації державної кадрової політики, складова управління державною службою
За суб'єктами управління	
Основним суб'єктом державної кадрової політики виступає держава, а головна роль у розробці державної кадрової політики належить центральним та місцевим органам влади	Керівництво органу державної влади, його структурних підрозділів, служба кадрів або служба управління персоналом

Аналізуючи теоретико-методологічні засади управління професійним розвитком персоналу у сфері державної служби, В. Журавський звертає увагу на необхідність системного аналізу процесу формування суб'єкта професійної діяльності, тобто системи певних якостей в умовах безперервного професійного навчання, самоосвіти та здійснення службової діяльності [1].

На нашу думку, професійне навчання персоналу митних органів України слід розглядати як законодавчо врегульований та організований процес оволодіння спеціальними знаннями, уміннями і навичками, необхідними для ефективного виконання посадових обов'язків. Формами професійної підготовки персоналу митних органів України виступають навчання у вищих закладах освіти, в т.ч. відомчих; інструктаж; стажування; перепідготовка; підвищення рівня професійної компетентності; підвищення кваліфікації; підготовка наукових кадрів, самоосвіта.

Зазначимо, що існуюча структура системи професійної підготовки потребує вдосконалення, у зв'язку з чим існує потреба впровадження вивчальний процес у вищих закладах освіти інноваційних та науково обґрунтованих форм і методів, здатних забезпечити формування у майбутніх працівників фіскальних органів знань, навичок і вмінь, необхідних для майбутньої професійної діяльності.

Розуміння поняття «ключові компетенції» як одного з основних положень компетентнісного підходу зумовлює потребу з'ясування та формування найважливіших компетенцій працівників органів митної служби, зокрема при визначенні потреб системи безперервного професійного навчання, а також обґрунтування визначення місця і ролі підвищення кваліфікації в системі безперервної професійної підготовки людських ресурсів Державної фіскальної служби.

Підвищення кваліфікації працівників органів ДФС є структурною складовою післядипломної освіти і важливою складовою кадрової політики Служби, що забезпечує отримання нових спеціальних знань, умінь та навичок в межах професійної діяльності і набуття здатності виконувати нові службові обов'язки. Професійне навчання посадових осіб органів ДФС без відриву від роботи як один з основних видів підвищення рівня професійної компетентності працівників органів ДФС має на меті безперервне систематичне поповнення й поглиблення знань, умінь і навичок, набутих у вищих навчальних закладах, підвідомчих закладах післядипломної освіти за професійними програмами, семінарах тощо.

Під час організації професійного навчання без відриву від роботи та підбиття підсумків значна увага приділяється знанням посадовими особами законодавчих, нормативно-правових актів з питань митної справи, реформування державної служби, протидії корупції та етики поведінки державних службовців, а також заходам, що стосуються реалізації інституційної реформи ДФС.

Так, В. Журавський вважає доцільним визначати концептуальні засади професійного розвитку людських ресурсів Державної фіскальної служби, спираючись на такі чинники [1]:

- аналіз ролі і значення професійного розвитку людських ресурсів в діяльності органів державної фіскальної служби;
- ключові концепції та основні складові стратегії професійного розвитку людських ресурсів державної фіскальної служби;
- характеристика основних функцій стратегічного менеджменту в професійному розвитку людських ресурсів державної фіскальної служби;
- визначення місця і ролі кар'єри в професійному розвитку людських ресурсів державної фіскальної служби;
- концептуальні підходи до формування та професійного розвитку керівного персоналу державної фіскальної служби.

Основні форми підвищення кваліфікації працівників органів ДФС традиційно включають:

- навчання за професійними програмами підвищення кваліфікації;
- проведення тематичних постійно діючих семінарів;
- організацію спеціалізованих короткострокових навчальних курсів, майстер-класів та тренінгових програм;
- стажування як в органах державної влади України, так і за кордоном.

Отже, підвищення кваліфікації службовців органів ДФС України характеризується впровадженням сучасних інноваційних та науково обґрунтованих форм і методів в навчальний процес.

Список використаних джерел

1. Журавський В. Управління професійним розвитком людських ресурсів податкової служби: теоретичний аспект. Вісник НАДУ. 2011. № 2. С. 77–79.
2. Турчинова О. І. Управління персоналом. Москва. 2002. 488 с.

*Єгорова Н. І., Стократян Н. В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А.*

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

В Україні здійснюються масштабні реформи адміністративної, політичної, соціальної та інших систем, метою яких є зміна парадигми державного управління, здійснення процесів децентралізації, забезпечення переходу до демократичного суспільства, підвищення ефективності діяльності органів державної влади. Це зумовлює необхідність формування сучасної системи державного управління, її основи – державної служби.

Зміна ролі управління, зміна на більш демократичні основних засад державної служби вимагає формування кадрів нової генерації, які безпосередньо реалізують основну функцію державної служби – управління. Сучасне бачення реалізації функцій державного управління безпосередньо пов'язується з організацією державної служби відповідно до новітніх підходів державного управління [43, с. 207].

А тому створення в Україні професійної, відповідальної і надійної системи державного управління неможливе без удосконалення управління персоналом митних органів України, підвищення рівня інституційної спроможності державної служби в Україні та її наближення до стандартів Європейського Союзу.

Низька інституційна спроможність державної служби проявляється в недостатньому професійному рівні персоналу, якості підготовки кадрів, відсутності системного безперервного навчання і чітких стандартів та процедур діяльності, стратегічного планування роботи органів виконавчої влади. Недостатня ефективність управління державною службою зумовлена недосконалістю системи оплати праці персоналу у сфері державної служби, розбіжністю в оплаті праці територіальних і відомчих органів влади, невисокою якістю управління персоналом у сфері державної служби, відсутністю належного впливу Нацагенства з питань державної служби України на структурні передумови підвищення ефективності державного управління, зокрема на територіальному рівні.

Розглянуті проблеми функціонування системи державної служби є рівнозначними і повинні вирішуватись одночасно й поетапно.

Що стосується формування інтелектуально-кадрового забезпечення митної справи України то тут важливе місце посідає професійна підготовка митників у вищих навчальних закладах України.

Концептуальні підходи до організації професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі митної справи ґрунтуються на положеннях Закону України «Про вищу освіту», Постанови КМУ від 29 квітня 2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» [75].

Успішність професійного становлення майбутніх фахівців митної служби передбачає врахування специфіки професійної діяльності, в основі якої лежить регулювання зовнішньоекономічних зв'язків держави, – гарантія економічної безпеки України. Відповідно до положень Закону України від «Про вищу освіту» зміст ОП підготовки, навчальних планів, програм навчальних дисциплін розробляються ВНЗ у межах структури та форми, встановлених Міністерством освіти і науки, і визначаються напрямом і спеціальністю, затвердженими зазначеними постановами КМУ. Переважна більшість ВНЗ вже має значний досвід підготовки фахівців, які здобувають знання у галузі митної справи, інші лише розпочинають таку підготовку.

Аналізуючи освітні можливості ВНЗ щодо підготовки фахівців з митної справи, встановлено, що їх підготовкою займаються ВНЗ різного профільного спрямування. Вітчизняні ВНЗ готують фахівців з митної справи за трьома галузями підготовки, 5 спеціальностями та 40 спеціалізаціями, серед яких найбільш популярними є: менеджмент зовнішньоекономічної діяльності; менеджмент митної справи; митна логістика; експертиза товарів та послуг; міжнародна економіка; адміністрування податкових і митних платежів та ін.

Професійна підготовка фахівців у галузі митної справи в Україні здійснюється за такими ОР: «бакалавр», «магістр», «доктор філософії», «доктор

наук». Навчання відбувається у традиційній (денна і заочна) та дистанційній (електронній) формах. Зарахування на навчання освітній ступінь бакалавра здійснюється на конкурсній основі відповідно до результатів зовнішнього незалежного оцінювання, освітній ступінь магістра – на основі рейтингового відбору за умов наявності диплому бакалавра з відповідної галузі знань.

Зі створенням нового органу в Україні, ДФСУ, який координує здійснення митної діяльності в Україні, виникла потреба в існуванні інституції, що забезпечувала б майбутніх посадових осіб ДФС якісною професійною вищою освітою в податковій та митній галузях. Навчальним закладом нового формату став Університет ДФС, що був утворений згідно з розпорядженням КМУ від 11 листопада 2015 року № 1184-р. на базі Національного університету державної податкової служби України, Державного науково-дослідного інституту митної служби та Науково-дослідного інституту фінансового права.

Аналіз освітніх програм показує, що компетентність фахівця митної справи визначається високим рівнем його фундаментальної освіти, поглибленими знаннями інноваційного характеру та спеціальними знаннями, що є достатніми для високопрофесійної наукової, економічної, управлінської та дослідницької діяльності в галузі митної справи, в управлінні та науково-дослідних установах. До принципів формування програм бакалаврської і магістерської підготовки належать: чітка визначеність місця та спрямованості бакалаврської і магістерської підготовки у системі ступеневої освіти, логічність і взаємозв'язок зі змістом попередніх освітніх рівнів; підпорядкування вимогам практики, орієнтація на задоволення реальних потреб у фахівцях митної справи; органічне поєднання світового досвіду в галузі орієнтації вищої професійної освіти з національними традиціями; спадкоємний характер магістерської підготовки в системі вища освіта-магістратура-аспірантура.

Список використаних джерел

1. Витко Т. Ю. Удосконалення механізму кадрового забезпечення державного управління / Т. Ю. Витко // Вісник Академії митної служби України. Серія : Державне управління. - 2012. - № 1. - С. 207
2. Витко Т. Ю. Удосконалення механізму кадрового забезпечення державного управління / Т. Ю. Витко // Вісник Академії митної служби України. Серія : Державне управління. - 2012. - № 1. - С. 92–99.

*Жванко Є. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е. н., професор Махмудов Х. З.*

МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних реаліях розвитку економіки України дуже важливим постає питання визначення оцінки ефективності діяльності підприємства. Зацікавленість цим питанням виникає на будь-якому підприємстві незалежно від форми власності.

Велике різноманіття методів оцінки ефективності діяльності підприємства ускладнюють їх вибір. На практиці економісти зазвичай використовують ті методи, які їм вже добре відомі, хоча це дуже часто є помилкою.

На сучасному етапі розвитку не має єдиної і чіткої класифікації методів. Однією із класифікацій є розподіл таких методів на формалізовані і неформалізовані. Дану класифікацію можна зустріти в працях Г.В. Савицької [4], У. Ю. Блінової [1], Е. А. Маркар'ян [2],

Метод оцінки ефективності діяльності організації представляє метод визначення результатів його діяльності та структурних підрозділів на основі системи показників для розрахунку ступеню виконання поставлених завдань і цілей. Оцінка ефективності являє собою ефективний інструмент, який використовується для постановки важливих завдань і цілей підприємства.

Традиційний підхід оснований на засадах класичної моделі Дюпона «Рентабельність капіталу». Він передбачає оцінку ефективності діяльності підприємства з використанням двох груп показників: узагальнюючих, вони характеризують ефективність діяльності підприємства в цілому порівнюючи результати – це показники першого рівня, та показники другого рівня, які використовують лише деякі ресурси в залежності від ситуації.

Багаточинниковий підхід не є головним і рідко використовується, тому що використовує складних для інтерпретації агреговані індекси ефективності.

Оцінка ефективності діяльності підприємства ґрунтується на концепції *Perfomence Menegment* (управління результатами), вона включає і використовує різні фінансові та нефінансові показники, що дає можливість оцінити ефективність діяльності підприємства і його вартість. Основним є показник доданої вартості, другорядним – рентабельність. Збалансована система показників Р. Капланом і Д.Нортоном [3] вона об'єднує і систематизує більшість з відомих показників у відповідні системи для оцінки і аналізу ефективності діяльності на будь-якому рівні управління. Головними недоліками даної системи є її складність, обмеженість. М.В. Майєр пропонує оцінювати ефективність функціонування організації на основі процесно-орієнтованого підходу до аналізу рентабельності. Математичний підхід ґрунтується на використанні широкого спектру узагальнених функцій і нелінійних методів динаміки.

Ергонометричний підхід використовує параметричні методи оцінки: метод найменших квадратів, скоригований метод найменших квадратів, метод без специфікації розподілу та непараметричних методів оцінки, які засновані на використанні математичного програмування.

Список використаних джерел

1. Блінова, У. Ю. Совершенствование методики анализа как метода превентивного контроля в антикризисном менеджменте / У. Ю. Блінова // Аудит и финансовый анализ. – 2006. – № 2. – С. 29-36.
2. Маркар'ян, Э. А. Финансовый анализ / Э. А. Маркар'ян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркар'ян. – М. : КноРус, 2007. – 217 с.

3. Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д. Нортон, Р. Каплан. – М. : ОлимпБизнес, 2010. – 320 с.

4. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: [учебник] / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 424 с.

*Жванко Є. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е. н., професор Махмудов Х. З.*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО «ЕФЕКТУ» І «ЕФЕКТИВНОСТІ»

Поняття економічного «ефекту» і «ефективності» відносяться до числа найважливіших категорій ринкової економіки. Це питання вивчали велика кількість вчених. Прийнято вважати, що термін «ефективність» з'явився спочатку в економічній літературі в роботах Вільяма Петі (1623 – 1687 рр.) – англійського економіста, засновника класичної політекономії, основоположника трудової теорії вартості та глави школи фізіократів, французького економіста Франсуа Кене (1694 – 1774 рр.). Однак, як самостійне економічне поняття «ефективність» ними не розроблялося. Більшість авторів сходяться на думці про те, що основоположником теорії економічної ефективності є видатний шотландський економіст Адам Сміт.

Ефект (від лат. effectus— «виконання, дія») означає результат, наслідок певних причин, дій. Ефект може вимірюватися в матеріальному, соціальному, грошовому вираженні. Зокрема, ефект може оцінюватися обсягом додатково виробленої чи спожитої продукції, показниками поліпшення здоров'я населення тощо [1].

Саблук П.Т. притримується думки, що ефект економічної діяльності доцільно розглядати як результат, що тією чи іншою мірою відповідає цілям, визначеним у сфері виробництва, розподілу, споживання, тобто в процесі відтворення загалом [2].

У залежності від цілей визначення ефективності ефект може бути оцінений різними показниками, що характеризують проміжні і кінцеві результати діяльності. Наприклад, економічний ефект може бути оцінений показниками:

- обсяг прибутку (балансового, чистого);
- економія окремих видів ресурсів у натуральному чи вартісному вираженні;
- зниження собівартості (для збиткових виробництв).

Ефект, що формується нарівні підприємства, називають локальним, на відміну від ефекту народногосподарського, який віддзеркалюється в цілому на економіці даної країни в сферах виробництва і споживання. Також розрізняють ефект одноразовий і мультиплікаційний [3].

Економічна ефективність — досягнення найбільших результатів за найменших затрат живої та уречевленої праці. Економічна ефективність є конкретною формою дії закону економії часу.

Конкретнішими показниками економічної ефективності є продуктивність і фондомісткість праці, фондівіддача і фондомісткість продукції, матеріалівіддача і матеріаломісткість продукції, економічна ефективність капітальних вкладень, нової техніки, енергомісткість продукції та інші [4].

Список використаних джерел

1. Мельник Л.Г. Економіка підприємства: [навч. посібник для вузів] / Л.Г. Мельник, О.Л. Корінцева. – Суми: Університетська книга, 2004. – 416 с.
2. Саблук П.Т. Основні напрями розвитку високоефективного агропромислового виробництва в Україні / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2002. – №7. – С. 3–14.
3. Мочерний С.В. Основи економічних знань. – К: Академія, 2000. – 303 с.
4. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності. – К: Академія, 2005р. – 280 с.
5. Методичний підхід до оцінки ефективності функціонування машинобудівного підприємства: [Електронний ресурс] / О. М. Рац // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2012. – № 4. – С. 100–112. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eupmg_2012_-4_11.

*Жванко Є. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е. н., професор Махмудов Х. З.*

ПОКАЗНИКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Показники прибутковості забезпечують вивчення ефективності діяльності підприємства. Для оцінки ефективності формування поточних витрат підприємства доцільно використовувати показники валової, операційної, звичайної і загальногосподарської рентабельності.

Валова рентабельність характеризує ефективність роботи структурних підрозділів підприємства за центрами витрат і центрами відповідальності, де відбувається формування змінних витрат, безпосередньо пов'язаних з виготовленням продукції та загальновиробничим управлінням, а також визначення виробничої собівартості. Показник дає змогу визначити скільки копійок валового прибутку.

Рентабельність операційної діяльності — свідчить про ефективність операційних витрат, пов'язаних з формуванням виробничої собівартості, загальногосподарським управлінням і збутовою діяльністю та іншими операційними витратами. Ці витрати безпосередньо беруть участь у виготовленні та реалізації продукції і створюють прибуток.

Рентабельність звичайної діяльності дозволяє вивчити привабливість підприємства за визначеними умовами господарювання відповідно до діючих положень внутрішніх і зовнішніх нормативних документів та з урахуванням всіх видів витрат, які виникають на підприємстві, і які можливо передбачити. В даному випадку показник рентабельності узагальнює і дає якісну оцінку рівня формування прибутку від усіх витрат [1].

Рентабельність господарської діяльності узагальнює рівень ефективності всіх поточних витрат, які можливо передбачити (звичайних), а також випадкових (надзвичайних), що виникають у процесі господарювання. Сума цих витрат безпосередньо впливає на загальний фінансовий результат і рівень ефективності господарської діяльності.

Показники рентабельності господарської діяльності від усіх поточних витрат пропонується визначати за відношенням створеного і чистого прибутку до витрат, які характеризують усі використані ресурси підприємства. За показником рентабельності створеного прибутку можливо характеризувати доцільність господарювання на території України, а за чистим прибутком — привабливість підприємництва для власників.

Оцінку ефективності інвестування коштів у господарську діяльність підприємств пропонується здійснювати за допомогою показників рентабельності активів, власного капіталу (чистих активів) і статутного капіталу [1].

На думку економіста Супрун С.Д., збільшенню прибутку та показників рентабельності сприятиме підвищення конкурентоспроможності власної продукції за рахунок зменшення частки пасивних фондів у загальній вартості основних фондів та зменшення адміністративно-управлінських витрат [3].

Для підвищення показника рентабельності науковець Юрчишена Л.В. пропонує скоротити всі витратні статті, а саме: зменшити транспортні витрати; налагодити систему збуту; підвищити продуктивність праці.

Економіст-науковець Морозов Ю.П. вважає, що найбільший ефект підвищення рентабельності досягається при пошуку резервів на перед виробничій стадії [2].

Список використаних джерел

1. Аналіз рівня прибутковості діяльності підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.subject.com.ua/economic/-analysis1/42.html>.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства: [підручник] / О.О. Гетьман. — К.: ЦНЛ, 2010. — 488 с.
3. Швиданенко Г.О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. — К.: КНЕУ, 2002. — 192 с.

*Жидок Н. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.*

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентна перевага – рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів [1].

Конкурентоспроможність може бути оцінена тільки в рамках групи фірм, що випускають однакові товари. Конкурентоспроможність – поняття відносне,

та сама фірма в рамках регіональної групи може бути визнана конкурентоспроможною, а в рамках світового ринку – ні.

Найбільш складним є оцінка міри конкурентоспроможності, тобто виявлення характеру конкурентної переваги порівняно з іншими. Таким чином, рівень конкурентної переваги потрібно оцінювати щодо відповідної підприємства-лідера. За умови дотримання певних вимог (ідентичність фаз життєвого циклу, ідентичність характеру, що задовольняє потреби, і т.д.) рівень конкурентної переваги може бути оцінений як відношення рівня рентабельності виробництва цієї фірми порівняно з аналогічним показником підприємства-лідера, обчисленого на певну перспективу.

Конкурентна перевага може бути зовнішньою і внутрішньою. Зовнішня базується на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця, внутрішня – на перевазі підприємства щодо витрат виробництва, які менші ніж у конкурентів [2].

Отже, поняття конкурентної переваги можна визначити як ті характеристики й властивості продукції, які створюють для підприємства певну перевагу над своїми прямими конкурентами.

Список використаних джерел

1. Фахтудинов Р.А. Управління конкурентоспроможністю організації / Р. А. Фахтудинов. – М.: Эксмо, 2006. – 544 с.
2. Беляєв В.І. Маркетинг: основи теорії та практики / В.І. Беляєв. – М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.

*Жидок Н.О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.*

ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Однією з умов підвищення конкурентоспроможності підприємства є розробка стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства.

Теоретичні та методологічні аспекти формування стратегій підприємств у ринковому середовищі висвітлені у багатьох наукових дослідженнях та публікаціях зарубіжних учених, зокрема І. Ансофа, М. Портера, Б. Карлофа, А. Стрікланда, А. Томпсона. У дослідження цієї проблеми вагомий внесок зробили українські вчені С. Аксенов, Б. Андрушків, О. Виханський, В. Васильченко, А. Кібанов, В. Нагаєв та ін.

Конкуренція нерозривно пов'язана з конкурентними перевагами підприємства, які, в свою чергу, формують конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспроможним є таке сільськогосподарське підприємство, яке здатне пристосовуватись до постійно змінюваних умов господарювання, ефективно функціонувати в умовах ризику та невизначеності, виробляти конкурентоспроможну продукцію [1].

Сьогодні для успішного функціонування підприємства на ринку оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес

виявлення сильних і слабких місць підприємства вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його потенційних можливостей. Одним із методів визначення конкурентоспроможності підприємства є проведення SWOT – аналізу.

SWOT-аналіз – це вивчення слабких і сильних сторін окремих елементів об'єкту, а також оцінка потенційних можливостей підсилення слабких і максимального використання сильних сторін. Крім того, цей вид аналізу передбачає виявлення загроз для розвитку об'єкту, які є або які можуть виникнути в перспективі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**SWOT – аналіз в ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району,
2017 р.**

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Зручне географічне середовище 2. Достатня забезпеченість сільськогосподарською технікою та енергетичними ресурсами	1. Залежність від постачальників 2. Брак масштабних інвестицій 3. Низька кваліфікація кадрів
Можливості	Загрози (обмеження)
1. Посилення інноваційно – інвестиційної політики. 2. Посилення позицій на внутрішньому ринку 3. Нова продукція і розширення асортименту	1. Фінансова і цінова нестабільність, інфляційні процеси 2. Конкуренція з боку товаровиробників інших районів і регіонів 3. Перешкоди на ринку збуту сільськогосподарської продукції

Джерело: визначено автором

Підсумовуючи відображену інформацію в таблиці 1.1, відмітимо такі найбільш важливі конкурентні переваги підприємства: займає вигідне географічне розташування, що є сприятливою передумовою для розвитку виробництва продукції; має можливість розширювати канали збуту продукції; виробляти більш конкурентну продукцію шляхом впровадження новітніх технологій; запровадити ефективну систему управління персоналом.

Що стосується слабких сторін, то підприємству варто направити свої зусилля на залучення додаткових інвестицій, придбання нового обладнання та впровадження його у виробничий цикл, що дасть можливість підприємству покращити фінансово-господарські показники за умов економічного зростання. Необхідно буде інформувати своїх потенційних споживачів про зміни, що мають місце в процесі функціонування будь-якого виробництва. Йдеться про зміну асортименту продукції, підвищення його якості. Також підприємству варто працювати над освоєнням більшої частки ринку та збільшенням обсягу продажу продукції; досягненням максимальних прибутків; стабілізувати та зменшити витрати на виробництво продукції; постійно підвищувати рівень кваліфікації працівників та збільшити їх заробітну плату; збільшити кількість каналів збуту та бути завжди конкурентоспроможним на даному ринку продукції.

Список використаних джерел

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

*Зеленський А. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Федірець О. В.

КРИЗА ЯК ОБ'ЄКТИВНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Термін «криза» походить від грецького слова «crisis», яке означає «вирок з якого-небудь питання або рішення в сумнівній ситуації». Також може означати «вихід, рішення конфлікту».

Взагалі кризу можна визначити як природний момент у послідовності функціонування або розвитку системи. Криза являє собою ситуативну характеристику функціонування будь-якого суб'єкта, що є наслідком невизначеності в його зовнішньому та внутрішньому середовищі [1, с. 2-5].

Класична економічна категорія «кризи» означає небажану і драматичну фазу в економічній системі. Каталізатором кризових процесів є коливання і негативні явища, що відбуваються в соціально-економічному житті суспільства. Тому «класичне визначення» кризи було замінено більш багатозначним поняттям «економічна криза».

Таким чином можна виділити позитивне і негативне ставлення до кризи. При негативному ставленні – увага акцентується на її руйнівному впливі на діяльність підприємства; на загрозі банкрутства, яку спричиняє криза. Позитивне ставлення ґрунтується на розумінні кризи як об'єктивного процесу, пов'язаного з розвитком системи.

Слід поділити ставлення до кризи, як до об'єктивного процесу, що призводить до оптимізації системи або до її знищення у разі неспроможності адаптуватися до нових умов та розвиватися, адже це ставлення ґрунтується на діалектичній єдності основних тенденцій в існуванні системи – сталого функціонування та розвитку, що поступово змінюють одна одну.

Основні ознаки кризи: криза є переломним моментом в зміні подій і дій, що розвивається; криза створює ситуацію, при якій величезне значення грає своєчасність і невідкладність вживання відповідних заходів; загрозі схильна мета і цінності суб'єкта; наслідки носять важкий характер для майбутнього задіяних в ньому учасників; криза вносить невизначеність в оцінку ситуації і вимагає розробки необхідних альтернатив з їх подолання; знижується контроль над подіями і їх впливом на господарський процес; до мінімуму скорочується час для ухвалення рішення, що викликає стрес і, часто, розгубленість у керівників підприємства; міняються внутрішні і зовнішні економічні відносини, підвищується соціальна напруга серед персоналу.

У свою чергу, протилежні сили дужчають протягом певного часу, взаємно активізуються. А потім, досягнувши максимуму, починають убувати, поступаючись місцем своїй протилежності [2, с. 34].

Криза виникає не спонтанно, а має власний механізм свого «розвитку», основні властивості якого полягають у наступному: існує не один, а декілька ланцюгів (шляхів), по яких відбувається проходження імпульсу-каталізатора кризи та поширення кризових явищ у межах підприємства як економічної системи; існуючі ланцюги (шляхи) розгортання кризи не ізольовані один від одного, між ними існують зв'язки, через які імпульси розповсюджуються та взаємно посилюються; запуск імпульсу-каталізатора кризи обумовлюється не тільки впливом зовнішніх факторів, але насамперед внутрішніми властивостями господарської системи, якістю організації управління нею; поглиблення кризи відбувається кумулятивне, тобто швидкість наростання прояву кризи посилюється в часі.

Список використаних джерел:

1. Горлов-Марченко С. Н. Кризиси. Выход: кадры, управление, экономика / С. Н. Горлов-Марченко. – Кировоград: Полимед-Сервис, 2012. – 370 с.
2. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : [монограф.] / Л. О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2016. – 708 с.

*Йорик М. В., Хоменко І. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорофєєв О. В.

УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Необхідність ефективного й, у той же час, мудрого управління земельними ресурсами та їх використанням зумовлене значною роллю землі у життєдіяльності суспільства і в аграрній сфері зокрема. Його зміст полягає у забезпеченні раціонального використання, ефективної охорони і відтворення земель на основі проведення організаційно-економічних та нормативно-правових і адміністративних заходів. Окрім цього, управління земельними ресурсами повинне враховувати загальну концепцію управління сільськими територіями та аграрною сферою. Це означає необхідність врахування децентралізації та деконцентрації, що характеризують сучасне управління, змін соціальної сфери села, диверсифікації зайнятості сільського населення, організації різних форм господарювання на селі [1, с. 7].

В контексті управління земельними ресурсами, важливе місце відводиться процесу управління родючістю землі. Ознакою сьогодення є переорієнтація функцій державних органів управління сільським господарством у країнах з розвиненою ринковою економікою від вирішення питань розвитку сільськогосподарського виробництва до розв'язання проблем забезпечення раціонального харчування населення та екологічної безпеки, складовою якої є раціональне використання землі.

До важливих напрямів раціонального використання землі й підвищення її родючості слід віднести:

- освоєння контурно-меліоративної та інших прогресивних систем і

форм організації території, що забезпечують раціональніше використання землі;

- внесення органічних добрив та проведення інших заходів, спрямованих на збереження й підвищення родючості ґрунтів;

- дотримання екологічно безпечного сільськогосподарського виробництва;

- здійснення консервації сільськогосподарських угідь;

- очищення сільськогосподарських угідь від чагарників, дрібнолісся, каміння та поліпшення культурно-технічного стану земель;

- зняття, використання і збереження родючого шару ґрунту під час проведення робіт, пов'язаних з порушенням земель;

- здійснення вапнування, гіпсування, проведення агротехнічних, фітомеліоративних і гідротехнічних протиерозійних заходів;

- проведення заходів, спрямованих на боротьбу з водною, вітровою ерозією, селями, підтопленням, заболоченням, висуненням, ущільненням, забрудненням відходами виробництва, хімічними і радіоактивними речовинами [2, с. 208-209].

Ефективність управління землекористуванням значною мірою залежить від рівня організації земельних відносин. Їх економічний зміст складають відносини власності, що пов'язані з володінням і користуванням землею як засобом виробництва і предметом праці. Тому форми власності на землю треба оцінити не тільки з соціально-економічних та екологічних позицій, але й з позицій справедливості, духовності, моралі, освіти, ідеології [1, с. 14].

Фактор тісного взаємозв'язку екології й економіки зумовлює локальний характер земельних відносин. У кожному регіоні необхідно вирішувати свої екологічні проблеми, що впливають на економічні аспекти використання та охорони земель, з урахуванням природно-історичних особливостей.

Список використаних джерел:

1. Карпенко А. М. Організаційно-економічні аспекти управління земельними ресурсами сільськогосподарських підприємств. // Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / А.М. Карпенко; Південний філіал НУБІП України «Кримський агротехнологічний університет». – Сімферополь, 2009. – 21 с. – укр.

2. Дем'яненко С. І. Менеджмент аграрних підприємств : [Навч. посіб.] / С. І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 347 с.

*Катренко Є. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Найвагомішим інструментом забезпечення конкурентоспроможності та розвитку сучасного підприємства будь-якої форми власності виступає система управління персоналом. А тому є нагальною необхідність у підвищенні рівня

ефективності системи управління персоналом, враховуючи при цьому вимоги ринкової економіки.

Керівництва підприємств, функціонуючих в умовах ринкового середовища, змушені висувати підвищені вимоги до професіоналізму управлінського персоналу, оскільки проблема управління персоналом на підприємстві є основним фактором перебудови всієї системи управління.

Система управління персоналом виступає в ролі реалізатора функцій управління персоналом, являючи при цьому сукупність взаємопов'язаних, узгоджених методів та засобів управління персоналом підприємства, задачами яких є упорядкувати, організувати й направити діяльність персоналу на досягнення мети. На сьогодні у вітчизняній науці відсутній однозначний підхід до розуміння економічної категорії «управління». Так, деякі науковці визначають його як цілеспрямовану діяльність керівного складу [1], інші – як частину функціональної сфери кадрового господарства [5], треті – як сукупність впливів на організаційну поведінку людей [6].

Розглянувши вищеперераховані визначення, пропонуємо трактувати поняття «управління персоналом», як сукупність методів та прийомів, направлених на досягнення найефективнішого використання потенціалу людини для досягнення поставлених цілей підприємства.

Тобто основою суті управління персоналом є –системний, планомірно організований вплив за допомогою взаємозв'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів на процес формування, розподілу, перерозподілу робочої сили на рівні підприємства та створення сприятливих умов для використання трудових якостей працівника (робочої сили) задля забезпечення ефективного функціонування підприємства і всебічного розвитку зайнятих на ньому працівників.

Широко розповсюдженим засобом впливу на робітника є мотивація праці, яка дозволяє вирішити такі завдання, як стабілізація колективу, підвищення результативності праці і зацікавленості в мобільності забезпечення систематичного росту кваліфікації. Дослідженням даної категорії займалися такі вчені: Альохіна О.Е., Виноградський М.Д., Данилюк В.М., Комаров Е. И. [1; 2; 3; 4].

Аналізуючи їх роботи дійшли висновку, що термін «мотивація персоналу», доцільно трактувати як один з методів стимулювання працівників до якісної праці, швидкого та ефективного досягнення поставленої мети, який є одним з найважливіших елементів організації праці управлінського персоналу підприємства.

Управлінню персоналом доцільно базуватися на принципах системного підходу і програмно-цільового управління, тобто охоплення всього кадрового складу підприємства. Необхідність комплексного, програмно-цільового по своєму характеру підходу пояснюється тим, що окремі види діяльності в межах управління персоналом здійснюються не самі по собі, а у взаємозв'язку з цілями управління підприємством.

Останнім часом на підприємствах прискіплива увага приділяється організації системи та процесу управління персоналом. Як наслідок цього,

основна частина вітчизняних підприємств почала перебудовувати існуючі системи управління персоналом. Але далеко не скрізь ці зміни підвищують ефективність роботи персоналу та відповідають дійсним потребам організації. Це відбувається по причині того, що система управління персоналом підприємства часто змінюється без попереднього аналізу її роботи, без наукового обґрунтування та розуміння необхідності якихось змін.

На багатьох підприємствах України побудова якісної системи управління персоналом по деяких як суб'єктивних, так і об'єктивних причинах стоїть досить гостро, що може призвести до банкрутства цих підприємств, тому питання побудови ефективної системи управління персоналом залишається відкритим й потребує подальшої розробки й удосконалення.

Список використаних джерел

1. Альохіна О.Е. Стимулювання розвитку працівників організації/ О.Е. Альохіна // - Управління персоналом. – 2012. – № 1. – С. 50-52.
2. Виноградський М.Д. Управління персоналом : навч. посіб. / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О. М. Шканова. – 2-ге вид. – Київ : ЦУЛ, 2009 - 398 с.
3. Данилюк В.М. Менеджмент персоналу: навч.-метод. посібн. / В.М. Данилюк, В.М. Петюк, О. Цинбалюк. – К. : КНЕУ, 2006. – 398 с.
4. Комаров Е.И. Стимулирование и мотивация в современном управлении персоналом/ Е.И. Комаров// // Управление персоналом. - 2010. - № 1. - С. 52 – 57.
5. Рєзник З.Д. Персональний менеджмент: підручник / З. Д. Рєзник. – М.:ИНФРА-М, 2014. – 622 с.
6. Семенов А.Д. Основы менеджменту: підручник / А.Д.Семенов, У.І. Набоков. – М.: «Дашков і Ко», 2008. – 556 с.

*Качаненко Є. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.с.-г.н. Мінькова О. Г.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Найбільш важливим завданням стратегічного управління виробництвом продукції є чітко сформульована стратегія та ефективно реалізована у виробничих підрозділах. Суть стратегічного управління полягає в тому, що в підприємствах, з одного боку, існує чітко виділене і організоване, так зване «формальне» стратегічне планування, а з іншого боку, структура управління підприємством, механізми взаємодії окремих підрозділів побудовані так, щоб забезпечити розробку довгострокової стратегії та її реалізацію через поточні виробничо-господарські плани. Тобто стратегічне управління включає два основні процеси: стратегічне планування і тактико-оперативне управління реалізацією сформульованої стратегії.

Стратегічне управління виробництвом продукції має наступні особливості [1, с. 28]: воно базується на системному, ситуаційному аналізі, цільовому та

інноваційному підходах до управління; орієнтує на вивчення умов, в яких функціонує підприємство; концентрує увагу на необхідності збору та застосування баз стратегічної інформації щодо виробництва продукції; допомагає прогнозувати наслідки рішень, що приймаються, впливаючи на ситуацію відповідним розподілом ресурсів, встановленням ефективних зв'язків та формуванням стратегічної поведінки персоналу; передбачає застосування певних інструментів і методів розвитку підприємств (цілей, стратегій, «стратегічного набору», стратегічних планів, проектів і програм, стратегічного планування та контролю); створює передумови для створення такої системи управління, яка дає змогу функціонувати підприємству у стратегічному режимі, що, у свою чергу, забезпечує її існування в довгостроковій перспективі.

Впровадження стратегічного управління на підприємстві відбувається в декілька етапів, кількість яких залежить від деталізованості чи узагальнення. До основних етапів стратегічного управління можна віднести: визначення місії підприємства (сфери діяльності); здійснення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища; формулювання цілей та стратегій їх досягнення; розробку та виконання стратегічних планів, проектів та програм (рис. 1).



Рис. 1. Модель процесу стратегічного управління підприємством [2, с. 25]

Але на практиці процес стратегічного управління не має точних чи відокремлених один від одного етапів: порушується послідовність, спостерігається повернення до попередніх етапів для уточнення; межа між окремими видами робіт відсутня. Таким чином, стратегічне управління виробництвом продукції є багатоплановим, формально-поведінковим управлінським процесом у сфері виробництва, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між підприємством та зовнішнім середовищем, а також досягненню визначених цілей [2, с. 46].

Слід зауважити, що не існує однакових систем стратегічного управління, оскільки кожне підприємство має свої характерні особливості. Таким чином, система стратегічного управління виробництвом продукції залежить від: галузевої належності, розміру підприємства, рівня спеціалізації та концентрації виробництва, типу виробництва продукції, виробничого та науково-технічного потенціалу, рівня розвитку управління чи кваліфікації персоналу.

Список використаних джерел

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: [підручник] / З. Є. Шершньова. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством : [навч. посіб.] / В. Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 457 с.

*Клеменко Я. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.і.н., доцент Помаз Ю. В.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Отримання якомога більшого обсягу чистого прибутку як головного завдання виробничої діяльності спонукає аграрні підприємства до постійного пошуку резервів та шляхів підвищення ефективності використання ресурсів.

Ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств включає основні види ресурсів: матеріальні, трудові, природні, фінансові та інформаційні.

Головним засобом виробництва в сільському господарстві є земля, тому ефективність її використання впливає на результати господарювання. До організаційних та організаційно-адміністративних заходів підвищення економічної ефективності використання земельних угідь можна віднести: зонування територій, землеустрій, інформаційне забезпечення, встановлення меж розміру земельної ділянки, порядок перереєстрації земельної власності та угод із землею, обмеження технологій, видів і форм використання землі. Покращення використання земельних угідь в аграрних підприємствах досягається за умови здійснення заходів із підвищення родючості ґрунтів, охорони від екологічно-шкідливого впливу та ерозій.

У діяльності та розвитку будь-якого підприємства суттєву роль відіграє ефективне використання основних фондів. Ефективність їх застосування сприяє зростанню технічного рівня виробництва, збільшенню економічного та виробничого потенціалу. Підприємство отримує більш широкі можливості для диверсифікації виробництва, випуску нової більш рентабельної та якісної продукції, зростанню продуктивності праці. Напрямами підвищення ефективності використання основних фондів є зростання продуктивності на одиницю часу роботи обладнання, зменшення його простоїв; дотримання пропорційності та змінності у роботі обладнання; ефективний процес контролю, введення в дію прогресивних технологій, сучасної техніки [2].

Важливим із точки зору підвищення ефективності використання ресурсом виступає персонал підприємства. Керівництву підприємства доцільно індивідуально підходити до розробки системи стимулювання та винагородження працівників підприємства [3, с. 149]. Застосування матеріальних та моральних стимулів, заходів адміністративної дії дозволить вирішити проблему нераціонального використання часу, спонукатиме до максимального використання співробітниками своїх фізичних та розумових здібностей, а також до мінімізації витрат за рахунок використання передових досягнень НТП на всіх робочих місцях.

У своїй діяльності аграрне підприємство керується обробкою, аналізом та синтезом інформації про зміни зовнішніх і внутрішніх умов. Тому ефективне використання інформаційних ресурсів як складової ресурсного потенціалу, дозволить суттєво підвищити ефективність використання інших ресурсів аграрного підприємства [1]. Підсумовуючи, зазначимо, що ресурси підприємства є основою його економічного розвитку. Розробка шляхів їх використання дозволяє сформулювати принципи активізації економічної політики по інтенсифікації економічних процесів.

Список використаних джерел

1. Бутенко Т.А. Рациональное использование ресурсного потенциала агропредприятий на основе усовершенствования информационного обеспечения / Т. А. Бутенко, Ю.В. Синявина // Эффективная экономика. – 2015. – № 15. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/>
2. Єлець О.П. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів підприємства / О.П. Єлець, А.П. Лось [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/elets_2.htm.
3. Познанська А. О. Эффективность системы стимулирования менеджеров / А. О. Познанська // Государство та регионы. Серия «Экономика та підприємництво». – 2012. – № 1. – С. 147-151.

*Колісник К. А., Донський Д. В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорофєєв О. В.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ЛЮДЕЙ

Мотивація, як процес, передбачає врахування об'єктивних факторів, (ситуації, події і явища, які утворюються в середовищі діяльності суб'єкта незалежно від нього) і суб'єктивними (котрі пов'язані з стійкістю психіки суб'єкта і з тим, як він сприймає ці ситуації, події, явища, і як ставиться до них). Фактори об'єктивного характеру можна розглядати як сферу зовнішніх спонукань до діяльності (стимули), а суб'єктивні – як основу внутрішніх спонукань (мотиви).

Як вказує Й.С. Завадський, «... мотивування включає в себе матеріальні і нематеріальні спонукання, що ґрунтуються на цілеспрямованому формуванні мотивів праці так і на використанні вже наявних мотивів. У процесі мотивування повинно регулюватися багато економічних, організаційно-правових, соціально-психологічних, технологічних та інших факторів з таким розрахунком, щоб діяльність працівників здійснювалася у бажаному напрямку. При умові правильних дій з боку керівництва можна активізувати особистість, її інтелектуальну, емоційну і волюву сфери, забезпечити реалізацію потенціальних інтелектуально-творчих і психофізіологічних можливостей кожного працюючого» [1].

Питанням мотивування персоналу присвячено багато праць зарубіжних і вітчизняних науковців і дослідників, однак складність мотивації полягає в тому, що структура потреб є неоднаковою у різних людей, крім того вони змінюються залежно від ситуації, а також з часом.

При формуванні мотиваційного механізму, треба, щоб він спирався насамперед на систему матеріального і нематеріального стимулювання. Однак, необхідно враховувати, що дієвими факторами мотивації також виступають: правильна організація виробничого процесу, дотримання принципів соціальної справедливості, товариської взаємодопомоги, підвищення професійного розряду, доручення складних і відповідальних завдань, відрядження на навчання, особистий приклад і ділові доручення. Важливим елементом загального морального і психологічного стану людини є фактор задоволеності роботою. Фактор задоволеності роботою створює позитивний настрій, необхідний емоційний стан для оптимізму навіть у складних і напружених ситуаціях. У той же час незадоволеність роботою упродовж тривалого часу викликає пригнічений стан, песимізм, інертність і часто призводить до професійного вигорання.

Іще одним з основних дієвих механізмів мотивації є вмiле стимулювання найближчих, середніх і віддалених цілей і задач, які стоять перед особистістю. Ціль, що набуває спонукальної сили, стає мотивом. Людина, що не має чітко визначеної цілі, як правило, має менші досягнення в роботі, живе сьогоднішнім днем, задовольняється елементарними потребами і для неї важко підібрати спонукальні мотиви [2].

Важливо створювати мотиваційний клімат повноважень і контролю діяльності, встановлювати довірчі відносини між людьми, розвивати комунікаційні процеси, задовольняючи потреби працівників в емоціональному контакті, підвищувати ступінь мотивації індивідуальних потреб, максимально враховувати індивідуальну сприйнятливiсть до різних форм стимулювання.

При ефективному менеджменті повинні використовуватись усі форми зовнішнього впливу на особистість працюючого для того, щоб він був готовий докладати максимум зусиль для досягнення цілей організації за умови, що ці зусилля зможуть забезпечити йому задоволення певної особистої потреби.

Список використаних джерел

1. Завадський Й. С. Менеджмент : Підручник. Т.1. / Й. С. Завадський. – К.: УФІМБ, 2002. – 543 с.
2. Робінс, Стефан П. Основи менеджменту / Робінс, Стефан П., ДеЧенцо, Девід А.; [пер. з англ. А.Олійник та ін.]. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2002. – 671 с.

*Кононенко В. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.п.н., доцент Шупта І. М.*

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

В основі успішного розвитку аграрного виробництва економічно розвинених країн лежить вертикально інтегрована струнка система державного регулювання аграрного виробництва країни.

Врахування зарубіжного досвіду при реформуванні аграрного сектору України не означає його сліпого копіювання. Необхідно синтезувати все краще

і ефективно в світовому аграрному виробництві з уже наявними досягненнями вітчизняного агропромислового комплексу [1].

Майстро С.В. зазначає, що для стабілізації аграрного виробництва та підвищення ефективності функціонування аграрного ринку в зарубіжних країнах використовується система прямих і непрямих важелів державного впливу: регулювання цін і фермерських доходів, бюджетне фінансування, кредитування, оподатковування, стабілізація ринку сільськогосподарської продукції тощо. При цьому практично всі західні країни у відносинах сільського господарства з іншими галузями, у питаннях експорту й імпорту сільськогосподарської сировини дотримуються принципу аграрного протекціонізму. Більше того, успіхи сільського господарства країн Західної Європи, США, Канади, Японії, Китаю зобов'язані не стільки розвитку ринкових відносин у цих країнах, скільки обмеженню дій ринкових механізмів саморегулювання з використанням зовнішніх важелів впливу. Це державна підтримка сільського господарства через дотації, ціни, квоти, кредитну й податкову політику тощо [2].

Цікавим видається чеський досвід кредитування фермерів, де основна роль у функціонуванні кредитних механізмів, відводиться державі. У 1994 році був створений Фонд гарантії та підтримки фермерів і лісництва, який є акціонерною компанією, що належить державі. Головна функція Фонду полягає в погашенні певної частки позикового відсотка фермерам і виступає гарантом повернення основної суми коштів. Завдяки цьому комерційні банки стали більш поступливими в плані надання фермерам необхідних коштів. Обсяги підтримки Фонду залежать від терміну, на який розрахований кредит, тобто, чим довше строк, тим більша частка відсотків за позикою сплачується з коштів Фонду [3]. Проте щоб отримати підтримку Фонду фермерським господарствам необхідно відповідати ряду ґрунтовних вимог. Досвід чеських аграрних виробників довів, що організації сільськогосподарського кредиту на базі посередництва Фонду гарантії та підтримки фермерів і лісництва дозволяють стимулювати і значно спрощувати приплив грошових коштів, капіталів в аграрний сектор, сприяють динамічному розвитку фермерських господарств.

Аналізуючи обсяг державної підтримки в Україні у порівнянні з іншими країнами, можна стверджувати про високий показник надання державної підтримки (субсидій) сільському господарству у європейських країнах, що відповідно і формує вищий рівень конкурентоспроможності європейської аграрної продукції.

Отже, державне регулювання в розвинених країнах базується на застосуванні переважно економічних методів: цінової, податкової, кредитної політики, бюджетних дотацій і субсидій. Відмінності визначаються культурними, історичними, географічними особливостями тієї чи іншої країни, її соціальними перевагами.

Список використаних джерел

1. Богиня Д. Державне регулювання перехідних процесів / Д. Богиня, Г. Волинський // Економіка України. – 1999. – № 5. – С. 12 – 21.

2. Майстро С.В. Сутність та напрями державного регулювання аграрного ринку в зарубіжних країнах / С.В. Майстро [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/06-MAYSTRO.pdf>.

3. Амбросов В.Я. Державна підтримка сільського господарства в СOT / В.Я. Амбросов, В.М. Онегіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://bo0k.net/index.php?bid+13943&chapter=1&p=achapter>.

*Кошулько А. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н, доцент Воронько-Невіднича Т. В.

УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Комерційна діяльність як специфічна сфера економіки розглядається в різних аспектах та під різними кутами зору, але значною мірою без застосування принципу системності. Водночас управління такою діяльністю не можна відокремити від системи управління підприємством, тому необхідно виявляти специфічні особливості управління комерційною діяльністю залежно від різних підходів до її організації, враховуючи досягнення сучасного маркетингу. Цілісність системи управління комерційною діяльністю підприємства реалізується засобами організаційно-економічного забезпечення, яке дає змогу виявити важелі впливу на ефективність реалізації комерційної діяльності через вивчення причинно-наслідкових закономірностей.

Комерційну діяльність можна інтерпретувати в різних аспектах. Головною метою є отримання максимального і швидкого прибутку. При цьому використовуються «короткі» гроші з невеликим періодом дії. Використовується виробничий і збутовий підходи до організації процесів купівлі-продажу, які ефективні, як правило, при переважанні принципів ринку виробників. Ці обставини обумовлюють використання традиційного, або, як ми його називаємо, товарознавчого, підходу до управління комерційною діяльністю

Комерція має багато спільних рис з підприємництвом, адже це самостійна ініціативна, систематична, здійснювана на власний ризик господарська діяльність. Базовими принципами управління комерційною діяльністю дослідники вважають науковий підхід, що ґрунтується на положеннях діалектичної теорії пізнання, економічних законах розвитку, використання досягнень науково-технічного прогресу та новітніх методів економічних досліджень. Проте, існують відмінності у засадничих принципах управління комерційною діяльністю об'єктів залежно від форми власності (рис. 1). [1].



Рис. 1. Принципи та засади організації комерційної діяльності

Цілі комерційної діяльності визначають її зміст, а саме:

- встановлення господарських зв'язків із суб'єктами ринку;
- вивчення та аналіз джерел закупівлі товарів;
- узгодження зв'язку виробництва зі споживанням товарів, орієнтованих на попит покупців (асортимент, обсяг і оновлення продукції);
- здійснення купівлі та продажу товарів з урахуванням конкурентного середовища;
- розширення існуючих і перспективний розвиток цільових ринків товарів;
- скорочення операційних витрат, пов'язаних з купівлею продажем товарів.

Управління комерційною діяльністю не можна відокремити від системи управління підприємством, яке виконує ще й функції, пов'язані з технологічною, економічною та фінансовою діяльністю. Отже, під час побудови структури управління комерційною діяльністю необхідно враховувати взаємодію складових елементів, які утворюють цілісну систему управління підприємством. Організаційна структура управління комерційною діяльністю лише тоді є ефективною, коли враховуються взаємозв'язок і взаємозалежність всіх елементів цілісної системи управління підприємством, в основу якої покладено організаційно-економічний механізм із сукупністю методів, засобів, технологій та інструментів управління комерційною діяльністю. Ключову роль у формуванні продуктового ланцюга, задоволенні потреб споживачів та отриманні доходу виконує комерційна діяльність, яка й визначає необхідність проведення бізнес-процесів та управління ними за допомогою сучасних мотиваційних підходів, технологій та методик [2].

Комерційна діяльність розглядається як основа функціонування підприємства, і тим самим посилюється увага до її функцій і системи управління. Реалізація сукупності функцій управління комерційною діяльністю є суттю процесу управління.

Отже, управління комерційною діяльністю ставить своїми безпосередніми завданнями внесення певної впорядкованості в комерційні та технологічні процеси, організацію спільних дій працівників, які беруть участь в

цих процесах, досягнення узгодженості й координації дій. Механізм управління комерційною діяльністю підприємства будується в послідовності виконання комерційних процесів, операцій та управління ними з врахуванням організаційного та економічного забезпечення на основі процесного і системного підходів, мотиваційних і стратегічних підходів.

Список використаних джерел:

1. Романчик Т. В. Управління комерційною діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/25577/3/2015_Romanchuk_Upravlinnia_komertsiiinoiu.pdf.

2. Бабух І. Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею / І. Б. Бабух // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – №10. – С. 23-26.

*Кузьменко А. Г., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

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

ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Перед сучасним підприємством, для успішного функціонування, постає питання постійної та безперервної адаптації до нових економічних умов, що перш за все вимагає бути конкурентоспроможним у своїй галузі. Для цього керівники підприємства мають приділяти належну увагу управлінню конкурентоспроможністю підприємства, адже вона визначає успішність та прибутковість бізнесу. Тому перед менеджерами постає завдання розробити нову, адаптовану до сучасних умов, стратегію управління конкурентоспроможністю [1].

Конкурентоспроможність підприємств формується в процесі управління ними, і конкурентними перевагами є результати рівня ефективності використання ресурсів та можливостей. На початку діяльності, кожне підприємство входить на ринок зі своїми результатами, а кінцевих продукт повинен бути показником конкурентоспроможності та ефективності. Тому одним із найважливіших завдань конкурентоспроможного підприємства є надати споживачу унікальний та якісний продукт, при цьому раціонально використовуючи свої ресурси. Не менш важливе значення має репутація підприємства та все можливі засоби реклами, задля підвищення попиту та інформування споживачів про товари та послуги підприємства.

Щоб оцінити важливість управління конкурентоспроможністю підприємства, розглянемо його основні функції [2]:

– аналіз – полягає у дослідженні поточного рівня конкурентоспроможності підприємства, виявлення найбільш факторів впливу, які формують позицію суб'єкта господарювання на ринку;

– планування – забезпечує формування завдань та цілей, складання планів та стратегій по заходам управління конкурентоспроможністю.

- організація – полягає в практичній реалізації прийнятих планів і програм, які були прийняті на етапі планування управління конкурентоспроможністю;
- мотивація – забезпечує використання економічних і психологічних мотиваційних засобів для регулювання роботи суб'єктів управління конкурентоспроможністю підприємства;
- контроль – передбачає перевірку стану та процесу реалізації передбачених конкурентною стратегією заходів за допомогою аналізу планових показників;
- регулювання – внесення змін до змісту конкурентної стратегії для ефективного досягнення встановлених цілей.

Варто зазначити, що управління конкурентоспроможністю є системою, тому її функціонування неможливе без налагодженого зв'язку між її елементами та підсистемами. За сучасних ринкових умов, менеджери, які розробляють конкурентну стратегію, повинні врахувати такі аспекти:

- 1) гнучкість системи управління конкурентоспроможністю, задля пристосування до змін внутрішнього та зовнішнього середовища;
- 2) системність та комплексність управління конкурентоспроможністю, задля врахування усіх необхідних взаємозв'язків та взаємодій між елементами організації [1];
- 3) упередженість, задля попередження загроз та ризиків та розробки попереджувальних та профілактичних заходів забезпечення стабільного та конкурентно безпечного функціонування підприємства;
- 4) постійне удосконалення, задля посилення конкурентних позицій через якісну продукцію чи послуги за економічно обґрунтовану ціну.

Отже, враховуючи вищенаведене, повною мірою можемо зробити висновок, що управління конкурентоспроможністю підприємства є важливим процесом. Тому для його ефективної реалізації необхідним є якісно побудована система управління конкурентоспроможністю підприємства, яка буде побудована відповідно до сучасних ринкових вимог.

Список використаних джерел

1. Гаркава Л. В. Концепції управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Л. В. Гаркава. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://www.confcontact.com/2012_11_29/4_garkava.htm.
2. Діденко Є. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Є. О. Діденко // Ефективна економіка. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>.

*Курінта С. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.н.держ.упр., професор Лозинська Т. М.*

ВПРОВАДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МОНІТОРИНГУ В ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Публічні підприємства як і більшість суб'єктів реального сектору економіки з метою підвищення ефективності господарської діяльності удосконалюють технічну базу на основі впровадження інновацій. При

цьому, на жаль, поза увагою державних органів влади, яким підпорядковуються дані установи залишаються трудові ресурси, зокрема персонал підприємств. Персонал прикладаючи фізичні та розумові зусилля, забезпечує функціонування такого фактору виробництва як праця, напруженість якої впливає на ефективність роботи публічного підприємства.

Стереотипно мотиваційний механізм державного управління будується на підставі уявлення, що люди не хочуть працювати, і їх потрібно постійно змушувати до праці та контролювати, їхню роботу. Але в системі ліберальних відносин мотивація побудована на примусі та контролі втрачає дієвість.

Протягом останніх років дослідженням проблеми мотивації найманих працівників виявленням її багатогранності та складності займалися такі вітчизняні вчені, як: А. Колот, В. Данюк, Г. Дмитренко, І. Петрова, М. Й. Малік, Н. Мазур, О. Крушельницька, С. Вовканич. Ш. Ричин, та інші. Що стосується державного сектору та особливостей мотивації державних службовців, то ці особливості описані у роботах таких авторів, як: В. Бондар, В. Мартиненко, І. Шпекторенко, М. Іжа, М. Пашкова, Н. Нижник, О. Пархоменко-Куцевіл, С. Серьогін, Т. Пахомова.

Мотивація працівника органу публічної влади є своєрідною хоча б тому, що не можна спонукати до результату “відсотковою” доплатою від доходу (на відмінну від приватного сектора економіки). Водночас це має бути процес спонукання до сумлінної праці, служіння громаді та державі, до повноцінного виконання обов’язку надання громадянам всього спектру послуг [1].

Виходячи з цього для розв’язання існуючих проблем в сфері мотивації персоналу та для попередження появи наступних пропонується на державних підприємства як виробничої сфери так і сфери послуг ввести практику мотиваційного моніторингу.

Мотиваційний моніторинг визначають як систему постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності [2]. Метою мотиваційного моніторингу як структурної складової моделі системи мотивації персоналу є оперативна діагностика мотиваційної готовності працівників, їх професійної компетентності, дієвості мотиваційних заходів, змін у структурі мотивів, прогнозування їх розвитку і впливу на продуктивність праці [3].

Основними завданнями мотиваційного моніторингу у публічному підприємстві повинні стати:

- відстеження відповідності працівників встановленим посадою вимогам;
- аналіз ефективності засобів мотиваційного впливу на персонал;
- оцінювання задоволеності працівників запровадженою на підприємстві системою мотивації;

За допомогою мотиваційного моніторингу управлінці отримають змогу приймати більш точні управлінські рішення щодо мотивації персоналу

та їх реалізації на основі інформації яку було отримано під час спостережень та аналізу. Спостереження за реалізацією системи мотивації надасть можливість прогнозувати найважливіші пропорції та структурні зміни у мотиваційному середовищі, виявляти та усувати проблемні аспекти у формуванні стратегічної відповідності персоналу[2]. Також запровадження мотиваційного моніторингу на підприємстві дасть поштовх до подальшого вдосконалення методів мотивації на підприємстві та до розробки більш ефективної кадрової політики.

Список використаних джерел

1. Гузар Л. Мотиваційні чинники підвищення ефективності діяльності публічних службовців в Україні / Л. Гузар // Ефективність державного управління. – 2013. – Вип. 35. – С. 196–202.
2. Богиня Д.П. Трудовий менталітет у системі мотивації праці / Д.П. Богиня, М.В. Семикіна. – Кіровоград : «Поліграф-Терція», 2002. – 226 с.
3. Чернушкіна О. О. Стратегічні аспекти запровадження мотиваційного моніторингу у системі мотивації працівників / О. О. Чернушкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 3, Т. 1. – С. 50 – 54.

*Лагунова В. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.*

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

Для оцінки розміру отриманих доходів та прибутковості господарської діяльності підприємства використовують систему аналітичних показників – валового доходу (виручки), прибутку і показників рентабельності. Абсолютна величина валового та чистого доходу дуже важлива, коли йдеться про фінансові ресурси, які використовуватимуть підприємства, суспільство, проте для характеристики ефективності господарювання підприємства цього абсолютного показника недостатньо. Щоб оцінити результати господарювання, ефективність, ефективність використання ресурсів процесу виробництва, з допомогою яких отриманий прибуток, необхідно проаналізувати систему відносних показників рентабельності роботи підприємства. Величина валового доходу від продажів функціонально залежить від двох груп факторів: перша група – натуральний обсяг продажів і ціна на одиницю кожного виду продукції; друга група – загальна сума витрат на продану продукцію і прибуток від продажів. Головним індикатором ефективності розвитку сільського господарства, звичайно є показники рентабельності (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції сільськогосподарських підприємствах України, 2002-2016 рр., %

Роки	Продукція сільського господарства	У тому числі	
		продукція рослинництва	продукція тваринництва
2002	4,9	22,3	-19,8
2003	12,6	41,7	-18,8
2004	8,1	20,3	-11,3
2005	6,8	7,9	5,0
2006	2,8	11,3	-11,0
2007	15,6	32,7	-13,4
2008	13,4	19,6	0,1
2009	13,8	16,9	5,5
2010	21,1	26,7	7,8
2011	27,0	32,3	13,0
2012	20,5	22,3	14,3
2013	11,2	11,1	11,3
2014 ¹	25,8	29,2	13,4
2015 ¹	25,1	44,7	5,4
2016 ¹	21,5	28,3	-6,8
2016 до 2002, +,-	16,6	6,00	13,0

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення АТО

Джерело: розраховано за даними [2]

За період 2002-2016 рр. досягнутий рівень рентабельності – в межах 20% дозволяє забезпечувати просте відтворення виробництва. Рослинництво є прибутковим за весь досліджуваний період, виробництво продукції тваринництва переважно є збитковим, в тому числі і за 2016 р. – на рівні 6,8% збитковості. Розширене відтворення виробництва повинно здійснюється на основі додаткових вкладень у засоби виробництва та праці з метою одержання більшої маси сільськогосподарської продукції з однієї й тієї ж земельної площі. При цьому, у сьогоденних умовах, відтворення і збереження землі є головною умовою її використання. Системно-комплексний підхід до використання взаємовпливу інтенсифікації та конкурентоспроможності виробництва повинен мати реальний розвиток в сучасних умовах тому, що якість багатьох видів аграрної продукції не відповідає потребам виробничого та індивідуального споживання, а, отже вимогам зростання обсягів продажу і рівня цін [1]. Взаємовплив конкурентоспроможності й інтенсифікації виробництва є безперечним – конкурентоспроможність визначається тривалим отриманням прибутку завдяки інтенсифікації, а інтенсифікація – використанням частини цього прибутку з метою подальшого розвитку виробництва і зміцнення його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Т.В. Дядик, Ю.В. Гуріна, А.В. Почтальйон. Економічний розвиток аграрних підприємств України. Інфраструктура ринку: електронний ресурс. №19. – 2018. – С. 160-164. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/19-2018>.

*Логвиненко М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ АГРОФОРМУВАННЯ

У процесі діяльності, проблема збуту вирішується вже на стадії розробки стратегії підприємства. Мова йде про вибір найбільш ефективної системи, каналів і методів збуту стосовно конкретно визначених ринків. Це означає, що виробництво продукції з самого початку орієнтується на конкретні форми і методи збуту, найбільш сприятливі умови. Тому розробка збутової стратегії має на меті, визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації продукції, що передбачає вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення намічених кінцевих результатів [1, с. 312].

Розробці збутової стратегії передуює аналіз оцінки ефективності існуючої збутової системи, як в цілому, так і по окремих її елементах, відповідність проведеної підприємством збутової політики конкретним ринковим умовам. Причому весь комплекс факторів, що впливають на розміри збуту, організацію збутової мережі, ефективності реклами та інших засобів стимулювання збуту, правильність вибору ринку, часу і способів виходу на ринок.

Аналіз системи збуту передбачає виявлення ефективності кожного елемента цієї системи, оцінку діяльності збутового апарату. Аналіз витрат обігу передбачає зіставлення фактичних збутових витрат по кожному каналу збуту і виду витрат з показниками плану, з тим, щоб виявити необґрунтовані витрати, усунути втрати, що виникли в процесі руху товару і підвищити рентабельність функціонуючої системи збуту. Організація збуту в господарській діяльності підприємства відіграє дуже важливу роль і в тому сенсі, що здійснює зворотний зв'язок виробництва з ринком, є джерелом інформації та попиту і потреб споживачів. Тому розробка збутової стратегії кладеться в основу логістики, як по кожному конкретному продукту, так і по виробничому відділенню в цілому. Якщо на основі розрахунку виявиться, що витрати з реалізації нового товару надмірно високі й не дозволяють забезпечити певний рівень рентабельності, керівництво виробничим відділенням може прийняти рішення про недоцільність подальшої розробки та впровадження у виробництво даного товару. Фахівці можуть не лише визначити майбутню прибутковість виробу, а й внести свої припущення і модифікації про нові сфери використання відповідних виробів [2, с. 409].

Підставою ефективності збутової стратегії є багатоваріантний розрахунок витрат обігу та вибір, на його основі оптимального варіанта за основними напрямками збутової діяльності на цільовому ринку або його сегменті.

Розробка та обґрунтування збутової стратегії передбачає вирішення

наступних питань стосовно сільськогосподарської продукції.

1. Вибір цільового ринку або його сегмента повинен бути обґрунтованим з точки зору його місткості, перспектив розвитку купівельного попиту, ступеня задоволення вимог і запитів споживачів, рівнем конкурентоспроможності продукції на даному ринку, гостроти конкуренції, купівельної спроможності населення тощо.

2. Вибір системи збуту та визначення необхідних фінансових витрат. Система збуту передбачає наявність в структурі підприємства таких підрозділів, що займаються реалізацією продукції на ринку як на зовнішньому, так і на внутрішньому.

3. Вибір каналів і методів збуту на цільовому ринку практично повністю залежить від характеру продукції.

Список використаних джерел

1. Земляков І. С. Основи маркетингу : [навч. посіб.]. / І. С. Земляков, І. Б. Рижий, В. І. Савич – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с.

2. Майдебура Е. В. Маркетинг услуг / Е. В. Майдебура. – К. : ВИРА-Р, 2001. – 574 с.

*Логвін О. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

ОБґРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО РУХУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Найважливішою умовою забезпечення розширеного відтворення, безперервності надання транспортних послуг з метою задоволення попиту населення є створення та підтримка на оптимальному рівні певного обсягу запасів. Теоретичне осмислення поняття «запаси», визначення особливостей їх формування на промислових підприємствах має суттєве значення для забезпечення ефективного управління ними. На основі критичного огляду наукової літератури [1, с. 120] та визначення сутнісних характеристик запасів на підприємствах транспортної галузі обґрунтовано її визначення як елементу ресурсного потенціалу, який орієнтований на споживача та необхідний для забезпечення надійності процесу відтворення, задоволення попиту та який приносить прибуток на онові прискорення оборотності послуг.

Запаси в тому чи іншому вигляді присутні по всій довжині логістичного ланцюга, як у сфері виробництва, так і в сфері обігу продукції.

Матеріальні запаси - це продукція виробничо-технічного призначення, яка знаходиться на різних стадіях виробництва і обігу, виробу народного споживання та інші товари, що очікують на вступ у процес виробничого або особистого споживання.

Існування дилеми щодо будь-якого елемента логістичного ланцюга поставок: усувати (ліквідовувати) чи створювати (нагромаджувати) запас матеріалів (постачання), незакінченої продукції (виробництво), готових виробів (дистрибуція). Вирішенню цієї дилеми сприяє окреслення чинників, що

мотивують утримання запасів на протигагу їх зменшенню чи елімінації, сучасна теорія логістики відносить чинники, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Чинники, що мотивують нагромадження запасів [2, с. 239]

Чинник	Вид запасу		
	У постачанні – сировина і матеріали	У виробництві – незакінчена продукція	У дистрибуції – готові вироби, замінні частини
Економія під час закупівлі/виробництва	+	+	-
Економія під час транспортування	+	+	+
Страхування відхилень від плану (пронозу)	+	+	+
Спекулятивна причина	+	-	-
Сезонна пропозиція / попит	+	-	+
Підтримання закупівлі/виробництва	+	+	-

Незважаючи на те, що утримання запасів пов'язане з певними витратами, підприємці змушені створювати їх. Основні мотиви створення матеріальних запасів: імовірність порушення встановленого графіка постачань; можливість коливання попиту; сезонні коливання виробництва деяких видів товарів; знижки за покупку великої партії товарів також можуть стати причиною створення запасів; спекуляція; витрати, пов'язані з оформленням замовлення; можливість рівномірного здійснення операцій виробництва і розподілу; можливість негайного обслуговування покупців.

У теорії управління запасами розроблені дві основні системи управління: система управління з фіксованою величиною запасу та система управління з фіксованим інтервалом часу між замовленнями.

Система з фіксованою величиною запасу. Основним параметром цієї системи є величина замовлення. У вітчизняній практиці часто виникає ситуація, коли величина замовлення визначається організаційними міркуваннями. Наприклад, зручністю транспортування або можливістю завантаження складських приміщень.

Однак у системі з фіксованою величиною замовлення обсяг закупівлі має бути не тільки раціональним, а й оптимальним. Критерієм оптимізації є мінімум сукупних (загальних) витрат на зберігання запасів і повторення замовлення. Цей критерій ураховує три фактори, які впливають на величину загальних витрат, а саме: площу складських приміщень, витрати на зберігання запасів, вартість оформлення замовлення. Ці фактори тісно пов'язані між собою. Бажання максимально зменшити витрати на зберігання запасів зумовлює збільшення витрат на оформлення та поставку замовлення. Економія витрат на повторення замовлення призводить до збитків, пов'язаних з утриманням надлишкових складських приміщень, та знижує рівень якості обслуговування споживача. При максимальному завантаженні складських приміщень значно збільшуються витрати на зберігання запасів, підвищується ризик виникнення неліквідних запасів [3, с. 45].

Таким чином, величина запасів матеріалів істотно впливає на ефективність роботи підприємства, і вплив цей не однозначний. З одного боку,

збільшення запасів унаслідок постачання великими партіями потребує більших оборотних коштів, додаткових витрат на зберігання матеріалів, компенсацію можливого псування та втрат. Ці втрати й витрати можна вважати пропорційними величині запасу, тобто партії поставки. З іншого боку, постачання великими партіями зменшує кількість поставок і транспортно-заготівельні витрати, бо останні відносно мало залежать від величини партії поставки, а більшою мірою обумовлені кількістю цих партій (витрати на оформлення, пересилання документів, роз'їзди агентів, транспортування тощо).

Список використаних джерел

1. Шрайбфедер Джон. Ефективне управління запасами. / Джон Шрайбфедер — М.: Альпіна бізнес букс. - 2006. - 389с.
2. Крикавський Є.В. Логістика для економістів [Підручник для студ. вищ. навч. закладів напряму «Економіка і підприємництво»] / Є.В. Крикавський — Л: «Львівська політехніка», — 2004. — 384 с.
3. Іващенко О.В. Нормування виробничих запасів на підприємстві / О.В. Іващенко, Ю.Є. Студенікіна // Вісник економічної науки України. — 2008. - № 1. — С. 43-50.

*Логвін О. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ЗБУТОВО-ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКИХ СИСТЕМ

Передача логістичних функцій на аутсорсинг для вітчизняних підприємств є інноваційною технологією і потребує ретельного вивчення світового досвіду та пошуку шляхів впровадження із врахуванням специфіки розвитку українського ринку логістичних провайдерів.

Звичайно, підготовку тендерної пропозиції та розв'язання в подальшому проблем, пов'язаних з участю в торгах, можна доручити власним фахівцям, але їх треба мати у своєму штаті, платити їм заробітну плату, нести непомірні витрати на їх утримання, сплачувати податки тощо.

Сфера закупівель з огляду на юридичну складову є досить вузьким напрямом, та й до технічної сторони виконання специфічних завдань та оптимізації бізнес-процесів доцільно було б залучити на договірних засадах сторонніх фахівців, які мають відповідну кваліфікацію, щоб потім спитати було з кого. В умовах світової фінансово-економічної кризи як ніколи гостро постає питання економії коштів на утримання підприємства, штату, заощадження ресурсів. Одним із таких механізмів є аутсорсинг.

Термін “аутсорсинг” означає скорочення або відмову від власного бізнес-процесу, переважно неключового (не профільного) або неприбуткового для компанії і передачу його спеціалізованим компаніям. Це дає змогу сконцентруватися підприємству на його основній діяльності. Аутсорсинг є однією з найсучасніших і найуспішніших бізнес-моделей, що дає змогу досягти реальних конкурентних переваг [1, с. 15].

Результати використання аутсорсингу:

- традиційний аутсорсинг, що передбачає стандартне для підприємства виконання бізнес-процесів і, як правило, певне зниження витрат;
- інноваційний аутсорсинг, за якого підвищується не тільки ефективність, але й якість виконання бізнес-процесів та функцій, а отже, і споживча цінність продукції підприємства.

Причини, які спонукають підприємство використовувати послуги аутсорсингових компаній: [2, с. 450].

- необхідний аутсорсинг, який підприємство змушене використовувати тоді, коли для реалізації певної діяльності воно не має власних потужностей та належного досвіду виконання бізнес-процесів;
- альтернативний аутсорсинг зумовлений відмовою підприємства від виконання певних функцій власними силами через їх низьку ефективність чи збитковість.

Перш ніж передати ту або іншу функцію на аутсорсинг, варто ретельно продумати, як це вплине на такі аспекти роботи підприємства, як витрати на дистрибуцію, на контроль ланцюгів поставки, на гнучкість підприємства, на обслуговування покупців, на сезонні коливання попиту на продукцію, на впровадження нового продукту.

Для того, щоб визначити доцільність передачі тієї або іншої функції на аутсорсинг, потрібно розглянути її з позиції чотирьох аспектів: стратегічного фокуса, операційної здатності, фінансової вигоди і можливості для вдосконалювання всередині підприємства.

Скорочення витрат теж є немаловажним, але не головним рушійним мотивом в аутсорсингових проектах. Перехід на аутсорсинг передусім покликаний зробити бізнес ефективнішим, відповідно економічна вигода з'явиться, як тільки правильно організований бізнес отримає додатковий прибуток. Хоча не рідкісні ситуації, коли аутсорсинг дає змогу відразу знизити витрати (і при цьому одержати якісний гарантований сервіс).

Однією з найважливіших причин є факт, що віддана партнеру для реалізації функція або процес можуть приносити реальний прибуток [3, с. 37]. Отже, прийняття логістичного рішення вимагає порівняння витрат.

Значним ускладненням при прийнятті рішення про аутсорсинг, є часто відсутність операторів, які пропонують повний потрібний спектр логістичних послуг в усіх регіонах України на доступних умовах. Істотною проблемою є менший досвід логістичних операторів і у зв'язку з цим гірше розуміння процесів, характерних для даної галузі, у порівнянні з операторами, які діють у Західній Європі. Це має більше значення у випадку делегування назовні більш широкого діапазону операцій, а не тільки транспортування, а також складування, комплектування, логістичного консультування тощо.

В Україні аутсорсинг розвивається не так активно, що пояснюється цілою низкою причин, найпоширенішими серед яких є:

- недотримання прийнятих зобов'язань щодо рівня обслуговування;
- відсутність в управлінського персоналу стратегічного бачення;
- складність у досягненні зниження витрат;
- зростання цін після встановлення співпраці;

- зниження можливості впливу та контролю над функціями, переданими послугонадавачу.

Слід однак очікувати, що по мірі розвитку ринку логістичних послуг популярність аутсорсингу на вітчизняному ринку буде також зростати.

Список використаних джерел

1. Бравар Жан Луи Эффективный аутсорсинг [Пер. с англ. В.А. Денисова] / Бравар Жан Луи, Морган Роберт - Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 251 с.
2. Матвій І.Є. Роль логістичної інфраструктури та аутсорсингу у забезпеченні ефективної діяльності підприємства / І.Є Матвій // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2007. – № 580. – С. 450.
3. Чухрай Н.І. Логістичні рішення щодо аутсорсингу / Н.І. Чухрай // Логистика. – 2007. – № 6. – С. 37–39.

*Луговий А. Ю., здобувач вищої освіти ступеня Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. держ.упр., доцент Паутова Т. О.*

ВЗАЄМОДІЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В ПИТАННЯХ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

Управління регіональним розвитком загалом та розвитком соціально-трудових відносин в Полтавській області зокрема здійснюється через систему регіонального управління. Дана система включає підсистеми центральних та регіональних органів влади. Їй притаманні зв'язки (прямі і зворотні) між об'єктами і суб'єктами управління; а також комплекс функцій, що здійснюються державними органами влади, ресурси, методи, що застосовуються для реалізації вказаних функцій.

Регіональне управління у сфері соціально-трудових відносин в Полтавській області здійснюють Полтавська обласна державна адміністрація, територіальні підрозділи центральних органів виконавчої влади (наприклад, обласні управління Пенсійного фонду та Державної фіскальної служби, центр зайнятості), а також органи місцевого самоврядування, які реалізують публічну владу територіальних громад. Вони забезпечують організуючий і регулюючий вплив на життєдіяльність населення територій з метою її упорядкування, відтворення, підвищення якості життя шляхом розвитку економіки та соціальної інфраструктури.

Так згідно статті 24 Закону України «Про місцеві державні адміністрації» Полтавська облдержадміністрація у галузі зайнятості населення, праці та заробітної плати реалізує повноваження [2], які мають наступні спрямування: забезпечення реалізації державних гарантій у сфері праці та соціального захисту; забезпечення соціального діалогу між учасниками соціально-трудових відносин; підтримка якісного рівня трудового потенціалу регіону; боротьба з безробіттям, попередження його виникнення.

Особливу групу суб'єктів державного управління становлять територіальні підрозділи центральних органів виконавчої влади (міністерств і

державних комітетів), які не входять до складу Полтавської обласної державної адміністрації, але взаємодіють з адміністрацією, спільно реалізують програми економічного і соціального розвитку регіону. Дані територіальні підрозділи є представництвом на місцях центральних органів виконавчої влади.

Центральний орган виконавчої влади у процесі виконання покладених на нього завдань взаємодіє в установленому порядку з іншими органами виконавчої влади, допоміжними органами і службами, утвореними Президентом України, органами місцевого самоврядування, відповідними органами іноземних держав і міжнародних організацій, а також підприємствами, установами, організаціями [5].

Дані управління (відділення) у межах відповідної сфери забезпечують виконання нормативних актів та здійснюють контроль за їх реалізацією; прогнозують перспективні напрямки розвитку соціально-трудових відносин і, відповідно, стратегічні цілі, здійснюють реалізацію загальнодержавних і регіональних програм економічного і соціального розвитку області, реалізують відповідні функції з державного регулювання.

Територіальні підрозділи центральних органів виконавчої влади у сфері соціально-трудових відносин в межах свої повноважень здійснюють заходи з реалізації державної соціальної і економічної політики, регулювання трудових, соціальних, економічних відносин.

Так, з метою розвитку соціального діалогу між суб'єктами соціально-трудових відносин, забезпечення підвищення рівня і якості життя громадян, соціальної стабільності в суспільстві функціонує Національної служби посередництва і примирення. Нормативно-правову основу її функціонування формують Закони України «Про соціальний діалог в Україні» та «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)»

Взаємодія відділення Національної служби посередництва і примирення з обласною державною адміністрацією та районними державними адміністраціями ґрунтується на нормах ряду законів України [2; 3]. Зокрема, згідно з Законом України «Про місцеві державні адміністрації» (пункт 5 ст. 24), місцеві державні адміністрації беруть участь у веденні колективних переговорів та укладенні територіальних тарифних угод, вирішенні колективних трудових спорів (конфліктів) [2].

Взаємодія Відділення Національної служби посередництва і примирення з органами місцевого самоврядування додатково регулюється нормами Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», згідно ст. 34 якого «органи місцевого самоврядування наділені делегованими повноваженнями щодо участі у веденні колективних переговорів та укладенні територіальних тарифних угод, вирішенні колективних трудових спорів (конфліктів) щодо підприємств, установ, та організацій, розташованих на відповідній території; реєстрації колективних договорів і угод, здійсненні контролю за їх виконанням [1]».

В рамках реалізації реформи децентралізації влади було внесено змін до законодавства [1; 3], відповідно яким питання контролю за додержанням законодавства про працю та зайнятість населення перебуватимуть у віданні виконавчих органів міських рад міст обласного значення та об'єднаних

територіальних громад. Згідно Постанови Кабінету Міністрів України від 26 квітня 2017 року № 295 у штатному розписі кожної об'єднаної територіальної громади, міської ради має бути посада інспектора праці, який здійснюватиме контроль з питань своєчасної та у повному обсязі оплати праці, додержання мінімальних гарантій в оплаті праці, та належного оформлення трудових відносин [4].

При цьому функція контролю з питань легалізації заробітної плати та зайнятості населення залишається у віданні Держпраці та будуть проводитися паралельно. Виконавчі органи рад та громад також перевірятимуться щодо здійснення ними інспекційної діяльності по додержанню законодавства про працю.

Взаємодія Управлінням Держпраці та Пенсійного фонду здійснюється в питаннях обміну інформацією, яка слугує підставою для проведення Управлінням Держпраці перевірок договорів, укладених юридичними особами та фізичними особами-підприємцями з найманими працівниками, на відповідність вимогам законодавства про прац; діяльності роботодавців, у яких рівень заробітної плати найманих працівників, залучених на умовах повної зайнятості, має розмір менший мінімального, та інших робіт по виявленню порушень державних гарантій у сфері зайнятості та оплати праці.

Взаємодія територіальних підрозділів центральних органів виконавчої влади може мати тристоронній характер. Так, територіальні управління Пенсійного фонду, Державної фіскальної служби та Держпраці здійснюють обмін інформацією за результатами проведених моніторингів, перевірок та встановлення випадків виявлення порушень законодавства.

У цілому в Полтавській обласні, як і в багатьох інших регіонах, на місцевому рівні державне регулювання соціально-трудових відносин, що реалізується у сферах зайнятості, оплати праці, рівня життя та доходів населення, соціального захисту та страхування, відноситься до повноважень значного кола учасників: структурних підрозділів Полтавської обласної державної адміністрації та територіальних підрозділів (відділів, управлінь) центральних органів виконавчої влади, а також органами місцевого самоврядування, проте це не забезпечує недопущення та ефективного, швидкого та взаємопогодженого вирішення спірних питань у сфері соціально-трудових відносин.

Відповідно потребує подальшого удосконалення координація діяльності зазначених органів та структурних підрозділів з метою усунення дублювання повноважень, досягнення оптимального рівня децентралізації процесу регулювання соціально-трудових відносин.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 1997. – № 24. – ст. 170. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>

2. Закон України «Про місцеві державні адміністрації» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 20-21. – ст. 190. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/586-14>

3. Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 1998. – № 34. – ст. 227. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/137/98-%D0%B2%D1%80>

4. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання реалізації статті 259 Кодексу законів про працю України та статті 34 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 26 квітня 2017 року № 295 [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249951759>

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типового положення про територіальні органи міністерства та іншого центрального органу виконавчої влади» від 25 травня 2011 р. № 563 [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/563-2011-%D0%BF>

*Лук'яненко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Помаз О. М.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виробництво та реалізація продукції є узагальнюючим показником конкурентоспроможності підприємства, його вмінням ефективно використовувати фінансовий, виробничий та трудовий потенціал. Також необхідно зазначити, що конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам даного ринку в конкретний період часу. Конкурентоспроможність товарних підприємств залежить від багатьох факторів, якими у своїй діяльності підприємства керуються для досягнення високих результатів свого бізнесу. Це внутрішні й зовнішні чинники, тенденції в світовій економіці.

Конкурентоспроможність – це здатність в умовах вільної конкуренції виробляти товари та послуги, що задовольняють вимоги світового ринку, реалізація яких збільшує добробут країни та окремих його громадян.

Конкурентоспроможність – це характеристика товару, що відображає його відмінність від товару конкурента як за ступенем задоволення конкретної потреби так і за витратами на його забезпечення. До цього часу в економічній літературі відсутнє загальноприйняте визначення конкурентоспроможності підприємства. Основними факторами, що зумовлюють можливість багатьох його трактувань, є різні позиції вчених, нечітке визначення об'єкта дослідження, ототожнення поняття конкурентоспроможності підприємства з конкурентоспроможністю продукції.

Конкурентоспроможність виробництва в АПК значною мірою залежить від ресурсозабезпечення. Аналізуючи цю проблему в історичному аспекті слід відзначити, що спочатку враховувалася залежність від наявності трьох основних чинників виробництва – природних ресурсів, трудових ресурсів та капіталу.

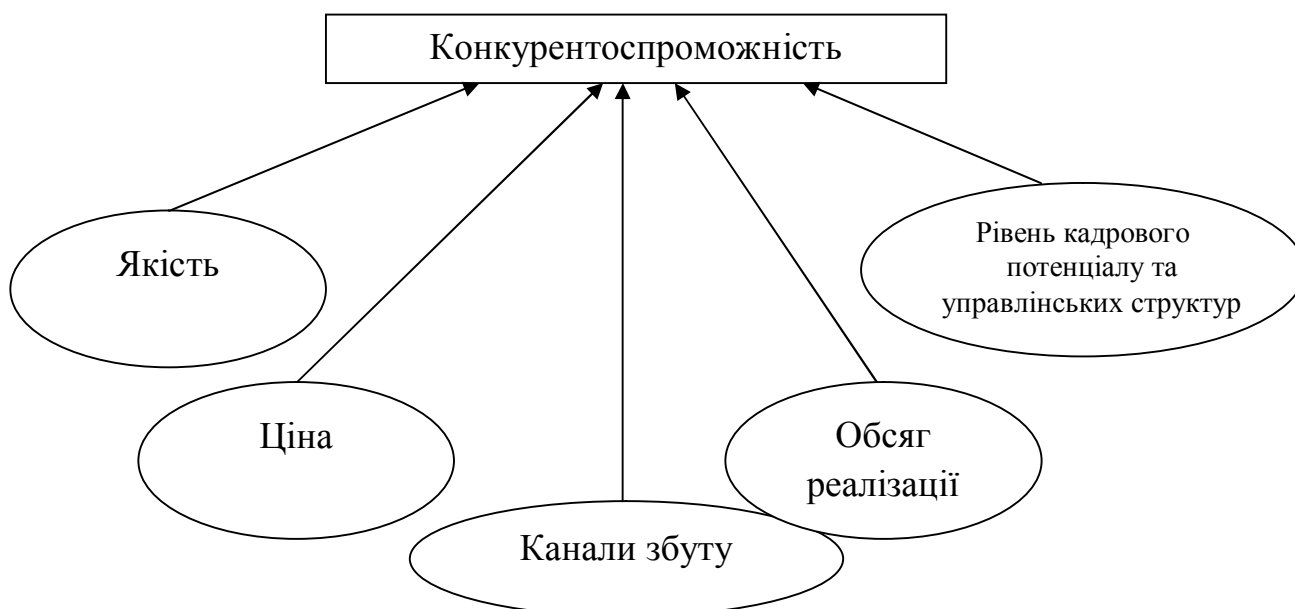


Рис. 1 Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції
 Джерело: *опрацьовано автором на основі [1, с. 242]*

З розвитком виробництва і технічним прогресом конкурентоспроможність стали визначати чинники вищого рівня, так звані розвинуті – це, насамперед, інфраструктура, науковий потенціал, рівень освіти населення тощо. Визначальну роль у створенні конкурентних переваг агропромислового виробництва відіграють спеціалізовані чинники, спеціальна інфраструктура, спеціальні знання у вигляді науково-технічних баз даних, наявності фахівців відповідного профілю знань тощо.

Список використаних джерел

1. Бойчук І. М. Економіка підприємства [навч. посібник] / І. М. Бойчук. – К.: Атіка, 2002. – 480 с.
2. Євчук Л. А. Взаємовідносини сільськогосподарських підприємств у сфері реалізації продукції як причинно-наслідковий чинник забезпечення їх конкурентоспроможності / Л. А. Євчук // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. – 2012. – Вип. 71. – Ч. 2. – С. 175–183.

*Любарець С. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
 спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к. е. н. Вороніна В. Л.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Інноваційна діяльність підприємства спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню його конкурентоспроможності, зміцненню ринкових позицій, забезпечували перспективи розвитку. Однак можливості різних підприємств України щодо залучення інновацій істотно відрізняються, що зумовлено, насамперед, існуючими ресурсними обмеженнями. Отже, управління інноваційною діяльністю підприємства має здійснюватися, з одного боку, з огляду на потенційні можливості інновації у формуванні конкурентних переваг, а з іншого – з урахуванням інвестиційних можливостей підприємства [1].

Особливість інноваційної діяльності полягає в тому, що вона є діяльністю підвищеного ризику порівняно зі звичайним підприємництвом. Цей підвищений ризик зумовлений новизною, творчим характером науково-технічної роботи, можливістю одержання як позитивного, так і негативного результату, тому більша частина підприємців України не бажають займатися інноваціями.

На думку В.В. Стадника та М.А. Йохни, управління інноваційною діяльністю це складова менеджменту сучасного підприємства, що охоплює планування, організування та стимулювання інноваційної діяльності, реалізації інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцненню ринкових позицій підприємства [2].

Безумовно, ніхто не може дати гарантії, що інвестиції в нові продукти чи технології принесуть гідну віддачу, особливо за умов нестабільного ринку. Але методи, які дозволяють збільшити вірогідність успіху, все ж таки існують.

Ефективне управління інноваційною діяльністю, на нашу думку, передбачає здійснення таких основних кроків: визначення найбільш ризикованих напрямів діяльності підприємства; використання різноманітних джерел новаторських ідей; визначення кількісних цілей, на досягнення яких спрямований інноваційний проект; визначення основних етапів роботи з реалізації інноваційного проекту, при цьому перехід до наступного етапу є неможливим, доки не закінчений попередній. Дотримання цих правил управління інноваціями допоможе забезпечити досягнення успіху та зменшити рівень ризику.

Однією із проблем управління інноваційною діяльністю в Україні є відсутність кваліфікованих кадрів. Як показує практика, питаннями управління на підприємствах найчастіше займаються не менеджери по інноваціях, а інженери або вчені, які, як правило, талановиті, але не мають достатнього досвіду в здійсненні інноваційної діяльності. Це у свою чергу може призвести до провалу навіть самої перспективної ідеї.

Процес управління інноваційною діяльністю передбачає здійснення певних функцій, пов'язаних з організацією, плануванням, мотивацією, регулюванням і контролем впровадження інновацій. З метою забезпечення ефективності даного процесу на вітчизняних підприємствах повинні створюватися відповідні системи реалізації зазначених функцій, тобто необхідно приділяти окрему увагу формуванню ефективного механізму управління інноваційною діяльністю, як у теорії, так і на практиці.

Зазначені проблем не є вичерпними, однак вимагають першочергової підвищеної уваги. При цьому вирішення їх сприятиме збільшенню ефективності й результативності інноваційних процесів, що у свою чергу призведе до підвищення активності впровадження підприємствами різного роду нововведень, адже саме інноваційна діяльність сьогодні є однією із головних складових успіху будь-якого підприємства.

Список використаних джерел

1. Теленчук В.С. Теоретичні засади управління інноваційною діяльністю / В.С. Теленчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/telenchuk-vs-teoretichni-zasadi>

2. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент / В.В. Стадник, М.А. Йохна. - К.: Академвидав, 2006. – 464 с.

*Ляшенко Є. С., здобувач вищої освіти Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність*

Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.

СУЧАСНИЙ КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ

Сучасний концептуальний підхід до формування виробничої стратегії визнає якість найефективнішим засобом задоволення вимог споживачів і зниження витрат виробництва.

Відповідно до ДСТУ 180 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник»: якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги.

Термін «якість» можна вживати з такими прикметниками, як погана, добра або відмінна. «Власний», на відміну від «присвоєний», означає присутній у чомусь саме як постійна характеристика.

Вимога – це сформульовані потреба або очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові. «Загальнозрозумілі» означає, що є звичаєм або загальноприйнятого практикою для організації її замовників та інших зацікавлених сторін вважати потребу або очікування, про які йдеться, само собою зрозумілими [1, с. 69].

Для позначення конкретного типу вимоги можна вживати означальні слова, наприклад, вимога щодо продукції, вимога щодо управління якістю, вимога замовника. Установлена вимога – це вимога, сформульована, наприклад, у документі. Вимоги можуть ставити різні зацікавлені сторони.

Градація – це категорія або розряд, присвоєні різним вимогам до якості продукції, процесів або систем, що мають те саме функціональне застосування. Якщо установлюють певну вимогу до якості, звичайно зазначають градацію [2, с. 134].

Задоволеність замовника – це сприйняття замовником ступеня виконання його вимог. Претензії замовників є звичайно показником низького рівня задоволеності замовника, але їхня відсутність необов'язково свідчить про високий рівень задоволеності замовника. Навіть якщо вимоги замовника було узгоджено з ним та виконано, це ще не є неодмінною гарантією високого рівня задоволеності замовника.

Спроможність – це здатність організації, системи або процесу створювати продукцію, яка відповідатиме вимогам до цієї продукції.

Характеристика – відмітна властивість. Характеристика може бути власною або присвоєною, якісною або кількісною. Існують різні класи характеристик, такі як: фізичні (наприклад, механічні, електричні, хімічні або біологічні характеристики); органолептичні (наприклад, пов'язані з нюхом, дотиком, смаком, зором, слухом); етичні (наприклад, ввічливість, чесність, правдивість); часові (наприклад, пунктуальність, безвідмовність, доступність); ергономічні (наприклад, характеристики фізіологічні або пов'язані з безпекою людини); функціональні (наприклад, максимальна швидкість літака) [3, с. 34].

Характеристика якості – це власна характеристика продукції, процесу або системи, пов'язана з вимогою.

Присвоєні характеристики продукції, процесу або системи (наприклад, ціна продукції, власник продукції) не є характеристиками якості цієї продукції, процесу або системи.

Якість продукції тісно пов'язана зі споживчою вартістю, яка характеризує спроможність товару задовольняти певну потребу в різній мірі. Тому якість характеризує міру споживчої вартості, ступінь її придатності та корисності. Таким чином, споживча вартість становить основу якості, а остання відбиває рівень споживчої вартості, тобто кількісне задоволення суспільної потреби в продукції.

Список використаних джерел

1. Дудар Т.Г. Економічні проблеми поліпшення якості сільськогосподарської продукції / Т.Г. Дудар. – Львів: Світ, 1991. – 259 с.
2. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації: [підручник] / М.І. Шаповал. – [2-ге вид.] – К.: Українсько-фінансовий інститут менеджменту і бізнесу, 2000. – 152 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: [навчальний посібник] / Л.В. Балабанова. – К.: «Професіонал», 2006. – 448 с.

*Ляшенко Є. С., здобувач вищої освіти Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.*

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ТОВ «ВЕРЕСТ»

На сьогоднішньому етапі розвитку сільськогосподарського виробництва дедалі швидшими темпами зростає частка ринку безпечної для здоров'я сільськогосподарської продукції, що безпосередньо пов'язано з майбутнім аграрного сектора, підвищенням його конкурентоспроможності. У сучасних умовах сільськогосподарські та переробні підприємства пов'язують управління якістю продукції не лише з плануванням і суворим контролем виробництва, але й із впровадженням ефективних систем управління якістю. Особливо гостро ця проблема стоїть у тваринницькій галузі, де її продукція має не аби яке значення для кожної людини.

Передовий досвід переконує, що найбільш поширеними системами управління якістю у сфері виробництва тваринницької продукції є GDFP (належна практика фермерського господарювання), система менеджменту якості відповідно до ISO 9001. Жодне із вітчизняних сільськогосподарських підприємств не має сертифікованої системи управління якістю продукції, тому надзвичайно важливо на сучасному етапі розвитку розробляти та запроваджувати їх у практику господарювання аграрної галузі.

Таким чином, впровадження системи управління якістю (СУЯ) виробництва продукції у ТОВ «Верест» може успішно вирішуватися лише при впровадженні налагодженої структури на підприємстві, що спирається на допомогу кваліфікованого консультанта та серйозну кропітку роботу всього колективу

дозволяє створити повноцінну, працюючу СУЯ.

Ухвалення рішення про початок робіт над СУЯ може бути оформлене наказом першого керівника підприємства. У преамбулі до наказу може бути підкреслена важливість цих робіт, необхідність залучення до них усього персоналу підприємства. У самому наказі визначається склад Координаційної ради і групи управління якістю, затверджуються положення про них, призначаються представники керівництва з якості (як по всьому підприємству так і в разі необхідності, в окремих підрозділах), визначаються їхні функції.

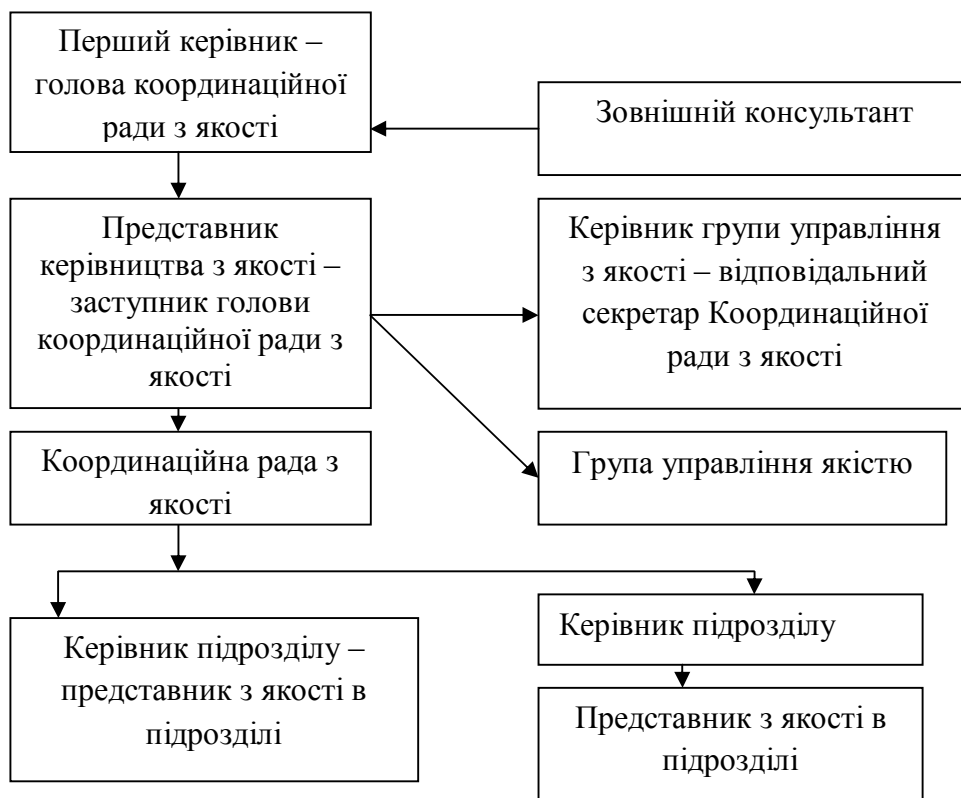


Рис. 1 Побудова системи управління якістю в ТОВ «Верест»

Також можуть надаватися розпорядження про перші кроки по розробці СУЯ (визначення зовнішніх і внутрішніх вимог до СУЯ, аналіз поточного стану системи управління якістю підприємства, розробка Політики в області якості і Комплексного плану, навчання персоналу в області якості тощо). Тут потрібно підкреслити важливість навчання в галузі якості. Для забезпечення успішної розробки і впровадження СУЯ навчання варто проводити для всіх рівнів персоналу.

*Мавродова М. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР НА ПІДПРИЄМСТВІ

Стратегічним напрямом розвитку аграрного сектора й економіки України у сьогоднішніх складних економічних умовах є технічні культури як одні з небагатьох видів сільськогосподарської продукції, що забезпечують виробників стабільними доходами та високою економічною ефективністю.

Разом із тим складний стан сільського господарства в цілому спричиняє неповне використання наявного виробничого потенціалу і навіть його руйнування. Стримуючим фактором для його розвитку та підвищення економічної ефективності виступає екстенсивний характер розвитку виробництва продукції технічних культур. Проте, варто пам'ятати, що розширення обсягів площ понад науково-обґрунтовані норми може призвести до виснаження ґрунтів, суттєвого зниження їх родючості, котре призведе, в свою чергу, до зменшення урожайності культур, які будуть вирощуватися після такого попередника.

Комфортні природно-кліматичні умови сприяють вирощуванню технічних культур, при цьому набутий досвід ведення галузі утримують за Україною одне з чільних місць в Європі за обсягами виробництва та експорту зазначених культур.

Стратегічним напрямом розвитку виробництва технічних культур, серед яких основними є цукровий буряк, соняшник, ріпак, соя, визначають повне самозабезпечення держави зазначеною продукцією, яка необхідна для споживання населенням, забезпечення потреб харчо-переробної промисловості, котра використовує їх як сировину, достатність резерву для зростання обсягів зовнішньої торгівлі. Збільшення врожайності технічних культур забезпечує міцність становища економіки господарств, що займаються вирощуванням технічних культур [2].

У галузі рослинництва технічні культури займають одне з головних місць, так основними технічними культурами в Україні, та й зокрема у Полтавській області є цукрові буряки та соняшник.

Для вітчизняної цукрової промисловості цукрові буряки виступають єдиним джерелом сировини, при цьому вони є ще й цінним видом корму для тваринництва. В результаті їх вирощування одержують гичку, а після переробки коренеплодів – жом і маляс. З одного гектару цієї сільськогосподарської культури окрім 52,5 у цукру (у разі цукристості 15%) отримують ще 72 ц кормових одиниць.

Крім цукрових буряків, до технічних культур, які займають важливе місце в економіці країни, відноситься соняшник [1].

Соняшник – це найголовніша олійна культура в Україні. Серед олійних культур на його частка складає понад 70% посівних площ. Соняшникова олія займає 98% загального виробництва олії в Україні.

Побічним продуктом переробки соняшнику є високоякісна макуха, яка є сировиною в кондитерській промисловості і використовується для виготовлення халви та деяких інших продуктів харчування. В разі одержання низькосортної макуха, її застосовують у тваринництві, як цінний корм.

Соняшник також є високорентабельною культурою, котра впливає на підвищення прибутковості рослинництва в цілому.

Вирощування технічних культур, зокрема цукрових буряків, є трудо- і матеріаломісткою сферою рослинництва. Затрати праці на 1 га посіву цукрових буряків у 6 – 8 разів, а матеріально-грошових витрат – у 4 – 5 разів більші, ніж на гектар зернових культур [4].

Вирощування цукрових буряків сприяють підвищенню культури землеробства, оскільки вони виступають кращим попередником у сівозміні для ярих зернових культур. А отже, технічні культури мають велике народногосподарське значення. Однак, останнім часом, через зазначені фактори

вирощування цукрових буряків знизилось. При цьому вирощування соняшнику, на противагу – зросло.

Тому перехід до нових умов господарювання умовив загострення проблеми підвищення уваги до виробництва технічних культур. Для сільськогосподарських підприємств доцільно володіти інформацією не тільки про обсяги виробництва окремих культур, а й кількість витрачених фінансових, матеріальних, трудових та інших ресурсів, а також понесені затрати на виробництво цієї продукції [3].

Звідси, підвищення ефективності виробництва технічних культур, на самперед, пов'язане із зростанням виробництва та підвищенням якості продукції. Суттєвим резервом збільшення обсягів виробництва продукції є попередження її втратам. Серед причин втрат виокремлюють: втрати через розтягування строків обмолоту або вибір невдалого способу збирання, недосконалість збиральної техніки, незадовільний стан транспортних засобів, доріг, місць доочищення і зберігання продукції. При цьому, зазначені культури потребують чіткого дотримання технологічних процесів, сівозмін, внесення достатньої кількості органічних та мінеральних добрив, застосування необхідних при їх вирощуванні засобів захисту рослин і дефоліантів. У разі дотримання зазначених умов можливе зрістанн урожайності культур, зниження рівня витрат праці і коштів в розрахунку на 1ц продукції, а в результаті і підвищення ефективності виробництва. Звідси, пріоритетним шляхом ефективного виробництва є впровадження інтенсивних технологій вирощування технічних культур.

Список використаних джерел

1. Білоусько Т.Ю. Підвищення ефективності аграрних підприємств [Електронний ресурс] / Т.Ю. Білоусько. — 2012. — С. 29 — 30. — Режим доступу: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/3657>
2. Бондар В.С. Шляхи подолання кризи і відродження галузі / В.С. Бондар // Цукрові буряки. — 2009. №1. - С. 8-9.
3. Валінкевич Н.В. Удосконалення управління розвитком виробництва технічних культур / Н.В. Валінкевич // Економіка АПК. — 2009. — №1. — С. 39-43.
4. Варченко О.М. Формування погоджувальних комісій з обґрунтування цін і доходів в інтеграційній структурі виробництва цукру / О.М. Варченко // Вісник аграрної науки. — 2009. — № 1. — С. 54-57.

*Майборода С. В., Панченко Ю. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорофєєв О. В.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ

В умовах слабо прогнозованої динаміки ринку, великої кількості нових директивних рішень та законодавчих актів, обмежених внутрішніх ресурсів та зростання агресивності зовнішнього середовища, надзвичайно велике значення має приділятися просуванню в практику підприємства ідей та технологій

стратегічного управління розвитком. Саме стратегічне управління покликане захистити підприємство від майбутніх загроз, визначити пріоритети та орієнтири розвитку, створити ключові компетенції в конкурентному середовищі.

Стратегія підприємства – це впорядкована в часі система пріоритетних напрямків, форм, методів, засобів, правил та прийомів використання ресурсного, науково-технічного та виробничо-збутового потенціалу підприємства з метою ефективного вирішення поставлених завдань та підтримання конкурентних переваг [1, с. 267].

За дослідженнями науковців, у підприємствах, що мають площу сільськогосподарських угідь до 5000 га, стратегічне управління в Полтавській області майже не здійснюється. Таку ситуацію можна пояснити нестабільністю зовнішнього середовища у якому доводиться працювати сучасним сільськогосподарським підприємствам, відсутністю усвідомлення необхідності в стратегії розвитку, а також, іноді, некомпетентністю персоналу і небажанням обтяжуватись новими методами та засобами управління. Це, також, можна пояснити тим, що у повноваження більшості керівників сільськогосподарських підприємств, які є частинами великих агрохолдингів, входить лише ефективне виконання доведених оперативних планів. Стратегія ж формується в цілому по корпорації.

Загалом процес формування та реалізації стратегії розвитку в залежності від ефективності управління підприємством має містити в собі такі основні етапи: визначення основного підходу до формування стратегії розвитку підприємства; вибір найоптимальнішого стилю стратегічного управління; формулювання стратегічного бачення та місії підприємства; постановка цілей, інтерпретація бачення в конкретні орієнтири; безпосередня розробка стратегії розвитку підприємства; впровадження та реалізація стратегії розвитку підприємства; оцінка діяльності, відслідковування та корегування на всіх етапах (зворотній зв'язок) [2, с. 104].

Підприємство може одночасно реалізовувати декілька стратегій: корпоративну, яка охоплює всі напрямки діяльності підприємства, а також ділову – для забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу. Сутність ділової стратегії полягає в тому, щоб показати, як завоювати сильні довгострокові конкурентні позиції. При певній розробленій корпоративній (діловій в спеціалізованих підприємствах) стратегії, загальною може бути стратегія зростання (за певних умов).

Безумовно, вагомість стратегічного управління для підприємства надзвичайно велика, однак застосовувати його необхідно лише за умови ефективного використання. В іншому випадку це тільки ускладнить роботу персоналу. Загалом, при визначенні основного підходу до формування стратегії необхідно враховувати різноманітні чинники, включаючи специфіку діяльності, розміри підприємства, кваліфікацію керівництва та інших працівників.

Список використаних джерел

1. Семенов А. Г. Етапи розробки стратегії підприємства / А. Г. Семенов // Матеріали науково-технічної конференції (1 листопада 2015 р.). – Запоріжжя: ГУ ЗІДМУ, 2015. – Т. 1. – С. 266-270.

2. Пешманов Ю. Л. Управління стратегічним розвитком в аграрних підприємствах / Ю. Л. Пешманов // Таврійський науковий вісник. – Т, 2014. – С. 102-104.

*Макарчук О. К., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: д.е.н., професор Маркіна І. А.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Мотивація – це процес стимулювання себе та інших (окремої людини або групи людей) на діяльність, що спрямована на досягнення цілей організації [1]. Мотиваційний механізм повинен опиратися, насамперед, на діючу систему матеріального і нематеріального стимулювання.

Практика показує, що для створення ефективного механізму мотивації потрібно передбачити приблизно однаковий ступінь спонукання для керівників та підлеглих. Якщо індивідуальні стимули підлеглого сильніші від системи спонукання керівника, то підлеглий стає його суперником, або якщо система спонукання керівника набагато сильніша, а підлеглий не володіє ініціативою і задовольняється мінімумом роботи, то врешті-решт це негативно позначається на роботі і ставить під сумнів досягнення поставлених цілей.

Соціологічні опитування показують, що навіть в умовах економічної кризи і значного зниження матеріального добробуту абсолютної більшості населення країни, заробітна плата не є єдиною детермінантою кількості доступної робочої сили. Для працівників також важливі такі аспекти трудової діяльності, як лояльність по відношенню до наймача, сімейні традиції, умови праці, соціальна ідентифікація, стимулювання тощо [2].

Залежно від ступеня важливості потреб для працівників кожної країни формуються і конкретні мотиваційні системи. Спонукальні стимули не можуть ґрунтуватися лише на вимогах якоїсь однієї теорії, вони повинні охоплювати різноманітні мотиви. Система мотивації повинна бути комплексною, зокрема для різних країн комплексність забезпечена різноманітністю спонукальних стимулів. У підприємствах різних країн формуються різні мотиваційні системи. Найпоширеніші такі:

1. Системи мотивацій, що ґрунтуються на заробітній платні і матеріальних винагородах, їх застосовують для стимулювання продуктивності праці та збільшення обсягів продажу.

2. Система зацікавлення у фінансових результатах. До неї належать участь у капіталі, у зростанні продуктивності виробництва, методи колективної винагороди за кінцеві результати роботи підприємства. Цю систему оформляють контрактом унаслідок переговорів між дирекцією і персоналом.

3. Система мотивації, що ґрунтується на людських стосунках. Її реалізують

через потреби у повазі, сприйнятті іншими, участі у виробленні керівних ухвал.

4. Системи мотивацій, що ґрунтуються на відповідності. Їх втілюють через систему участі та свободу дій, участь у самокеруванні (трудовий колектив може брати участь в ухваленні рішень, висуваючи своїх представників у раду керування підприємством).

Деякі підходи дають змогу будувати гнучкі і мобільні тарифні системи, організувати ефективне преміювання, системи участі у прибутках, проводити дивідендну політику, індивідуалізовану оплату, соціальні виплати, використовувати системи стимулювання професійної майстерності, дисциплінованості, якості продукції тощо [3].

В Україні, за низького рівня доходів, використовують системи матеріальних стимулів соціально-професійного характеру. Вони недостатньо прив'язані до кінцевих результатів діяльності підприємств в умовах ринку.

Підприємства практично не застосовують такі ефективні механізми мотивації, як участь у прибутках, дарування акцій тощо. Тому системи мотивацій в Україні потрібно переглянути, розширити стимулювання кількості та якості затраченої праці [2].

Таким чином, в практиці мотивації працівників виробничої сфери економіки України існують деякі негативні моменти: надмірне захоплення грошовим (матеріальним) стимулюванням, використання обмежених форм стимулювання (гроші, подарунки, почесні грамоти), недотримання певних психологічних та етичних норм тощо. Тобто не в повній мірі витримуються принципи стимулювання, набуті наукою та перевірені багаторічною практикою: комплексність стимулювання (матеріальне, творче, престижне, поєднання стимулювання і санкцій), його гласність, залучення усіх працюючих до вирішення питань стимулювання, диференціація стимулювання з врахуванням соціальних потреб працівників і їх відношення до стимулів, своєчасність і справедливість стимулювання, вибір ефективної процедури винагороди чи накладання стягнення.

Список використаних джерел

1. Колот А. М. Мотивація персоналу [нав. посіб.] / А. М. Колот – К.: КНЕУ, 2002 – 337с.
2. Крамаренко В. І. Управління персоналом фірми [нав. посіб.] / В. І. Крамаренко – К.: ЦУЛ, 2003 – 272с.
3. Подольчак Н. Мотивація і розвиток персоналу // Економіка України – 2014. №9 – С. 61-69.

*Макарчук О. К., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: д.е.н., професор Маркіна І. А.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ПЛАНУВАННЯ КАР'ЄРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Кар'єра – це результат усвідомленої позиції та поведінки людини в області трудової діяльності, пов'язаний з посадовим чи професійним ростом. Кар'єру – траєкторію свого руху – людина будує сама, узгоджуючись з особливостями в

організаційній реальності та поза її межами і головне – зі своїми власними цілями, бажаннями та установками [1].

Можна виділити декілька принципових напрямків руху людини в рамках професії чи організації, котрі ведуть до різних типів кар'єри.

Професійна кар'єра – ріст знань, умінь та навичок. Професійна кар'єра може йти по лінії спеціалізації (заглиблення в одній, вибраній на початку професійного шляху, лінії руху) чи транспрофесіоналізації (опанування інших областей людського досвіду, пов'язане з розширенням інструментарію та областей діяльності).

Внутрішньо-організаційна кар'єра пов'язана з напрямком руху в організації. Вона може йти по лінії [2]:

1. вертикальної кар'єри - посадовий ріст;
2. горизонтальної кар'єри – просування всередині підприємства, наприклад, роботі в різних підрозділах одного рівня ієрархії;
3. центронаправленої кар'єри – просування до ядра підприємства, центру управління, все більше занурення в процеси прийняття рішень.

Зустрічаючись з новим співробітником, керівник повинен враховувати етап кар'єри, котрий він (співробітник) проходить в даний момент.

Це може допомогти в уточненні цілі професійної діяльності, ступеня динамічності і найголовніше – специфіки індивідуальної мотивації. Стисле описання етапів кар'єри дано в таблиці 1.

Таблиця 1

Етапи кар'єри

Етап кар'єри	Віковий період	Стисла характеристика	Особливості мотивації (за Маслоу)
1. Попередній	До 25 років	Підготовка до трудової діяльності, вибір області діяльності.	Безпека, соціальне визнання
2. Становлення	До 30 років	Освоєння роботи, розвиток професійних навичок	Соціальне визнання, незалежність
3. Просування	До 45 років	Професійний розвиток	Соціальне визнання, самореалізація
4. Завершення	Після 55-60 років	Підготовка до переходу на пенсію, пошук та навчання власної заміни	Утримання соціального визнання
5. Пенсійний	Після 65 років	Заняття іншими видами діяльності	Пошук самовираження в новій сфері діяльності

Таким чином, планування кар'єри - одне з стратегічних напрямлень кадрової роботи в підприємстві, орієнтоване на визначення стратегії та етапів розвитку і просування спеціалістів. Це процес співставлення потенційних можливостей та цілей людини з вимогами підприємства, стратегією та планами її розвитку, котрий виражається в складанні програми професійного та посадового росту.

Список використаних джерел

1. Управління розвитком персоналу: [навч. посіб.] / Т. П. Збрицька, Г. О. Савченко, М. С. Татаревська. За заг. ред. М. С. Татаревської. – Одеса : Атлант, 2013. – 427 с.

2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства: [навч. посіб.] / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – К.: Знання, 2011. – 229 с.

*Макарчук О. К., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: д.е.н., професор Маркіна І. А.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Вибір стратегії розвитку персоналу визначається реальними умовами роботи підприємства, а також рівнем готовності цього підприємства до введення нових напрямів технічного прогресу. Лише підприємство з високим рівнем організації технічного прогресу, який ставить підвищенні вимоги до якості персоналу, може дозволити собі стратегію додаткових вкладень не тільки в підготовку і розвиток персоналу, а й у створення умов для раціонального його використання.

Ставка на професіоналізм і компетентність завжди перспективна, оскільки кадри – це капітал. Вибір стратегії узгодження прогнозів потреб персоналу з планами розвитку організації і забезпечення підприємства висококваліфікованим персоналом свідчить не тільки про поміркованість, стабільність цього підприємства, а й про готовність до радикальних змін, пов'язаних з технічним прогресом. А ось вибір стратегії економії затрат на персонал, коли при покращенні економічної кон'юнктури залучають додаткову кількість працівників і звільняють їх за умов її погіршення, свідчить про недалекоглядність адміністрації підприємства. Бо лише людина – джерело доходу. При формуванні цілей та завдань розвитку персоналу, підприємства мають враховувати як світовий досвід країн з розвинутою економікою, так і власні стратегії розвитку. При вступі на посаду працівники залучаються до системи професійного розвитку, який є домінантою розвитку персоналу підприємств [1].

Сукупність управлінських дій підприємства щодо розвитку персоналу можна відтворити у вигляді певної моделі, спрямованої на досягнення основних стратегічних цілей підприємства на основі відповідного розвитку конкретних елементів трудового потенціалу та отримання певного супроводжуючого ефекту.

Аналіз практичних заходів на розвиток персоналу у низці підприємств дав можливість виділити три основних типу моделі, що використовуються сучасними підприємствами на поточному етапі їх виробничої діяльності й за допомогою яких підприємства розвивають та поліпшують свій людський капітал [2]:

1. Модель «Конкурентні переваги» (мета застосування - створення конкурентоздатного персоналу підприємства).

2. Модель «Підтримка працівників» (мета застосування - підвищення якості трудового життя персоналу підприємства).

3. Модель «Підтримка суспільства» (мета застосування - становлення соціально-відповідального підприємства).

Узагальнюючи зміст моделей, слід відзначити: незалежно від того, який вид моделі розвитку персоналу застосовується у підприємстві, реалізація кожної з них дозволяє отримати подвійний ефект: управлінський та економічний. Створення управлінського ефекту у підприємстві досягається за рахунок збільшення вартості людського капіталу. Поява ж економічного ефекту відбувається лише після та за рахунок появи управлінського і полягає у збільшенні обсягів продажу товарів (послуг), розширенні кола споживачів, зниженні витрат, зростанні обсягів прибутку тощо.

Список використаних джерел

1. Доронін А. В. Поведінка персоналу виробничої організації. Оцінка, управління, розвиток : монографія / А. В. Доронін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. – 320 с.

2. Гордиенко Ю. Ф. Управление персоналом / Ю. Ф. Гордиенко, Д. В. Обухов, С. Й. Самыгин. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 346 с.

*Масюк В. І., здобувач вищої освіти ступеня Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. держ.упр. Кононенко М. М.*

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ: НАПРЯМИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

Децентралізація – це передача значних повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування. Поштовхом до запровадження зазначеної реформи в Україні стала низька ефективність державного регулювання процесу управління такими важливими напрямками, якими є освіта, охорона здоров'я, інші соціальні послуги. Також реформа зорієнтована на вирішення ряду проблем, зокрема неспроможності органів місцевого самоврядування територіальних громад виконувати покладені повноваження у зв'язку з їх надмірною подрібненістю; глибокої ротаційності місцевих бюджетів; зношеності інфраструктури та Відсутності у більшості територіальних громад сприятливого життєвого середовища.

Процес децентралізації розпочато у 2014 року з прийняття «Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади» [7], Законів «Про співробітництво територіальних громад» [4], «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [2] та змін до Бюджетного і Податкового кодексів – щодо фінансової децентралізації.

Реалізація реформи сприяла формуванню відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування інституту місцевого самоврядування на базовому рівні – об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

За підсумками 1-го півріччя 2018 року в Україні створено 665 ОТГ

(табл. 1), що об'єднали 5,6 млн осіб (13,4% загальної кількості населення України).

Таблиця 1

Підсумки формування об'єднаних територіальних громад, за підсумками 1-го півріччя 2018 року [1]

Групи	Чисельність населення, тис. осіб	Кількість ОТГ	Загальна чисельність населення в групі ОТГ, тис. осіб	% від всього населення досліджуваних ОТГ
Група 1	понад 15	87	1866,2	33,4
Група 2	10-15	103	1267,3	22,7
Група 3	5-10	227	1596,5	28,5
Група 4	до 5	248	863,3	15,4
Разом		665	5593,3	100,0

До кінця 2018 року відбудуться вибори місцевих голів та депутатів у 128 ОТГ, до складу яких ввійдуть 538 громади. Також пройдуть вибори у 58 громадах з чисельністю мешканців загалом 1 млн 417 тисяч людей, що приєднуються до вже створених ОТГ.

Добровільне об'єднання територіальних громад дозволило новоутвореним органам місцевого самоврядування отримати відповідні повноваження та ресурси, які мали лише міста обласного значення.

У сфері соціально-трудових відносин реалізація повноважень унормована змінами у законодавстві [6] згідно, де передбачено передачу їх частини, що стосується контролю з питань оплати праці та належного оформлення трудових відносин, від Управлінь Держпраці виконавчим органам об'єднаних територіальних громад, міських рад.

У соціальній сфері об'єднані територіальні громади отримали право виконувати делеговані державні повноваження, зокрема:

- надавати соціальну допомогу населенню через територіальні центри (в громадах);
- надавати адміністративні послуги через центри їх надання (в громадах);
- управляти школами та дитсадками;
- організовувати діяльність закладів первинної медичної допомоги;
- утримувати та організовувати роботу будинків культури, клубів, бібліотек, стадіонів, спортивних залів, інших закладів та установ [1; 2].

Для реалізації даних повноважень у територіальні громади здобули ресурс, фінанси, повноваження – значний інструментарій і можливості для забезпечення повноцінного місцевого розвитку. У бюджетній сфері реформи стосуються передачі органам місцевого самоврядування додаткових бюджетних повноважень і закріплення стабільних джерел доходів для їх реалізації.

За підсумками I півріччя 2018 року до місцевих бюджетів 665 ОТГ надійшло 9,0 млрд грн, що у 2,3 рази більше від надходжень, отриманих за відповідний період 2017 року. У розрахунку на одного мешканця громади надходження становили 1613 грн, що вище показника попереднього року на 906,8 грн (у 2,3 рази). Вище середнього рівень доходу у 250 ОТГ, що становить 37,6 %, зокрема в ОТГГ з чисельністю населення понад 15 тис. осіб – 35,6 %; з

чисельністю населення від 10 до 15 тисяч осіб – 43,7 %; з чисельністю населення від 5 до 10 тис осіб – 34,4 %; з чисельністю населення до 5 тис осіб – 38,7%. В середньому дані групи ОТГ отримали 33,4 млн грн, 20,5 млн грн, 11,2 млн грн та 5,9 млн грн власних доходів відповідно.

Бюджетна самостійність органів місцевого самоврядування щодо наповнення своїх бюджетів та здійснення видаткових повноважень була підкріплена ростом кількості джерел формування дохідної бази місцевих бюджетів за рахунок передачі окремих доходів з державного бюджету, запровадження нового виду податку (акцизного податку з кінцевих продажів), розширення бази оподаткування податком на нерухомість.

Також органи місцевого самоврядування у фінансній сфері отримали право самостійного визначення ставок місцевих податків та зборів, встановлення пільг з їх сплати. Місцеві податки і збори є індикатором ефективності їх роботи.

Дослідження динаміки надходжень місцевих податків і зборів свідчить, що найвищий рівень співвідношення надходжень за I півріччя 2018 року до I півріччя 2017 року по першій групі становив 175,7 %, по другій – 165,2 %, по третій – 202 %, у четвертій – 7,4 рази. При цьому в кожній з груп наявні громади, по яких спостерігалось зменшення надходжень у порівнянні з минулим роком.

Як зазначають експерти, підвищення ролі місцевих податків і зборів, досягнення їх максимально можливої мобілізації повинно бути одним із пріоритетних завдань для органів місцевого самоврядування. Його реалізація є основою для посилення фінансової стійкості та самостійності місцевих бюджетів, ефективності використання наявного фінансового потенціалу відповідних територій і, як наслідок, покращання рівня та якості послуг, що надаються жителям громад.

Від ефективності організації органами місцевого самоврядування комплексу робіт із запровадження та мобілізації місцевих податків і зборів залежить рівень формування значної частини власних доходів місцевих бюджетів.

Також фінансова децентралізація передбачала запровадження системи горизонтального вирівнювання податкоспроможності територій залежно від рівня надходжень на одного жителя; запровадження освітньої та медичної субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам.

Характеризуючи рівень дотаційності бюджетів, що визначається як питома вага базової (реверсної) дотації у загальній сумі доходів ОТГ (без субвенцій), відзначимо, що даний показник перевищує 40% лише у 54 ОТГ (або 8,1% від загальної кількості громад в Україні).

Таким чином, органи місцевого самоврядування доцільно здійснювати пошук шляхів для зміцнення фінансового потенціалу громади, що можливо здійснити за рахунок підготовки проєктів для участі у конкурсах, грантах, розробки інвестиційних пропозицій та створення робочих місць. Такі кроки сприятимуть нарощенню доходів місцевих бюджетів і зменшенню його залежності від державного.

Список використаних джерел

6. Децентралізація [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/>
7. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» (05.02.2015 р.) [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 1999. – № 20-21. – ст. 190. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19>
8. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 1997. – № 24. – ст. 170. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>
9. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» // Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 34. – ст. 1167. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>
10. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання реалізації статті 259 Кодексу законів про працю України та статті 34 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 26 квітня 2017 року № 295 [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249951759>
11. Постанова Кабінету Міністрів України від 26 квітня 2017 року № 295 «Деякі питання реалізації статті 259 Кодексу законів про працю України та статті 34 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/295-2017-%D0%BF>
12. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» від 1 квітня 2014 р. № 333-р [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>

*Мельченко М. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальність Політологія*

Науковий керівник: асистент Кошова Л. М.

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З ЄВРОПОЮ НЕ СТАЛА ВІЛЬНОЮ ДЛЯ ВСІХ

На сучасному етапі розвитку України нагальною проблемою є питання врегулювання непорозумінь з країнами Європи з приводу стандартів як якості так і політичних негараздів. Вирішення поставлених проблем і подальшого покращення економічних стосунків з країнами Європи можливо лише за умови взаємовигідної співпраці Українських виробників з іноземними постачальниками. В умовах інтеграції України у світо господарську систему чільне місце посідає забезпечення населення країни продовольством за рахунок переважно внутрішніх джерел, поступове зменшення залежності від іноземних виробників, створення економічної безпеки як важливої складової національної безпеки. Поступовий вихід з кризи української економіки і зміцнення позицій вітчизняних експортерів явилась головною особливістю економічного розвитку української держави 2017 року. Бізнес, поступово адаптуючись до нових умов,

пов'язаних з російською агресією, почав переорієнтовуватися на нові ринки збуту. Так в таблиці 1. представлений зовнішньоторговий оборот України за десять років незалежності де наведені як позитивні так і негативні сторони зовнішньої торгівлі України.[4] Експорт до ЄС очікувано домінує на Західній Україні. Зокрема, у восьми західноукраїнських областях його частка перевищує 50%.

Таблиця 1

Зовнішньоторговий оборот України 2007-2016рр., млн \$

Роки	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*	2016*
Зовнішньоторговий оборот	123938▲	170746▲	199911▼	129378▲	170962▲	173701▲	162721▼	126224▼	189231▼	189433▲
Експорт товарів та послуг	65651▲	92002▲	150610▼	66188▲	88855▲	91364▲	84573▼	60802▼	12583▼	144548▲
Імпорт товарів та послуг	55651▲	92002▲	150610▼	66188▲	88855▲	91364▲	84573▼	60802▼	12583▼	144548▲
Сальдо	7364▼	13258▼	1309▲	2998▼	6748▼	9027▼	6425▲	4621▲	1065▼	337▼

* — 2014, 2015, 2016 роки не враховано окуповані Росією території України

При цьому така ж «прозахідна» ситуація склалася у Луганській області. Тут частка європейського експорту складає 57%. Понад те, обсяг експорту до ЄС з Луганщини в 2016 році зріс більш ніж удвічі - на 114%. Не набагато менша частка експорту до ЄС у Донецькій області - 49%, хоча в абсолютних цифрах обсяги експорту впали на 2%. Якщо переглянути експорт сільськогосподарської продукції до ЄС з України і з інших країн світу у 2016 р. (табл.2) наведених на основі даних Євростату за 2016 рік [2] можна побачити перевагу аграрної сировини. Зовнішньоторговельний обіг продукції агропромислового комплексу за 2016 рік досяг у вартісному \$ 19,6 млрд.

Таблиця 2

Питома вага експорту сільськогосподарської продукції з України до ЄС, 2016р [2]

Назва продукції	Експорт з України, т	Експорт, всього до ЄС, т	Питома вага, України до ЄС, %
Кукурудза	6780376,7	11991224,1	56,54
Овес	4584,4	8840,3	51,86
Ячмінна крупа та борошно	17243,7	46978,2	36,71
Пшениця	1062202,5	3432341,8	30,95
Мед	36762,3	194443,8	18,91
Оброблені томати	33541,1	343128,0	9,78

Так, на Українському ринку існує і екологічна продукція яка користується підвищеним попитом на європейських ринках і хоча на упаковці такої продукції немає посилення на особливий екологічний статус. В Полтавській області в декількох аграрних господарствах впроваджена система органічного землеробства та виробництва „екологічної” продукції. Прикладом ефективного застосування ґрунтозахисного біологічного землеробства є ПП „Агроекологія” Шишацького району. [4] Головним визнанням підприємства є якість продукції,

яку воно виробляє, адже дана продукція відноситься до класу товарів, які дозволяються вживати для дитячого і дієтичного харчування. ПП „Агроекологія” має сертифікат ТОВ „Органік стандарт”, яким засвідчує, що виробник був проінспектований і сертифікований відповідно до продуктів харчування „БІОЛан”. Продукція підприємства відповідає міжнародним стандартам МС ISO 14000 [1]. Так, Україна досягла у 2016 році зростання вартості експорту української аграрної продукції. Але ще не розкрито значний потенціал для подальшого збільшення експорту аграрних та харчових продуктів за умови диверсифікації товарної структури та збільшення питомої ваги перероблених продуктів харчування з вищою доданою вартістю в загальній структурі експорту. Головними продуктами експорту в 2016 році традиційно стали такі товари як зернові культури, олія та насіння олійних культур і інші[2]. Експорт української аграрної продукції до європейських країн за січень-червень 2017 року збільшився на 31,4%. За півроку 2017року, зовнішня торгівля товарами та послугами України з країнами ЄС зросла на 22 % порівняно з аналогічним періодом 2016 року. За цей період Україна заробила від торгівлі \$9,4 млрд. [5]. В Європі екологічна продукція закупається за цінами в 2-3 рази вищими, ніж звичайна. Для ведення органічного землеробства в Полтавській області екологічна продукція повинна купуватися за ціною, мінімум у двічі вищою, ніж звичайна. Тоді й інші господарства підуть на ризик, який уже пододало приватне підприємство „Агроекологія” і будуть виходити спокійно і представляти свою продукцію не лише на внутрішньому ринку а і на світовому.

Отже, із подальшою інтеграцією України в Євросоюз важливим завданням економіки України є забезпечення нарощування обсягів виробництва продовольчої продукції, поліпшення її якості, а також створення організаційно-економічних умов для результативної роботи аграрних підприємств з подальшими можливостями знайти свою конкурентну позицію на міжнародному ринку та найкраще задовольнити потреби споживачів.

Список використаних джерел

1. Антоненко С.С., Антоненко А.С., Писаренко В.М. та інші. Органічне землеробство: з досвіду ПП „Агроекологія” Шишацького району Полтавської області. Практичні рекомендації / С.С. Антоненко та інші / Полтава: РВВ ПДАА, 2010. – 200 с.
2. Величко А.Є. Впровадження сучасних технологій вирощування сільськогосподарських культур / А.Є. Величко // Агросвіт. – 2008. – № 12. – С. 17-21.
3. Гришко В.В., Рабштина В.М. Основи ринкових відносин / В.В. Гришко, В.М. Рабштина / Полтава, 1995. – 400 с.
4. <http://www.adm-pl.gov.ua/pyryatyn/7546.htm>
5. Джерело: Принципи органічного виробництва [Електронний ресурс].- Режим доступу <http://organic.com.ua>

*Назаренко А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

МІСІЇ МІСТА: ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ

Задля єдиного бачення майбутнього Полтави, спільними зусиллями свідомих мешканців міста, країни та іноземних експертів, розроблено проект Стратегії розвитку м. Полтави до 2025 р. Даний документ покликаний консолідувати суспільство задля втілення в життя ідей стратегії, що зробить Полтаву найкращим містом в Україні [4].

В основу методології розробки Стратегії розвитку м. Полтави покладено здійснення глибокого, системного аналізу існуючої ситуації та пошук шляхів розвитку міста. Процес стратегічного планування та впровадження стратегії відображає послідовні кроки: 1) організацію роботи; 2) проведення аналізу; 3) визначення місії, візії, напрямів розвитку; 4) розробки цілей, завдань та планів дій; 5) громадське обговорення та ухвалення Стратегії; 6) моніторинг та впровадження Стратегії [1]. Наведемо перелік етапів формування та реалізації місії міста [2, с. 221]:

Етап 1. Формування ідеї з розробки (коректування) місії міста та ухвалення рішення щодо її реалізації передбачає визнання адміністрацією міської ради або керівною групою ролі місії у діяльності міста, усвідомлення негативних наслідків за її відсутності або потреби у її зміні. На даному етапі проводяться наради, на яких наводяться аргументовані докази, які б підтверджували важливість розробки місії для міста або її коректування.

Етап 2. Формування проектної команди з розробки місії міста включає призначення відповідальної особи або створення команди. Доречно виокремити даний вид роботи в окремий проект і призначити керівника, відповідального за його реалізацію.

Етап 3. Проведення досліджень. На даному етапі проводиться збір інформації, оцінювання та аналізування чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування організації, дослідження інтересів цільових груп, аналізування їх очікування, цілей тощо.

Етап 4. Розробка та затвердження структури місії міста передбачає визначення основних її складових на базі проведеного аналізу. Обрана структура місії затверджується на інституційному рівні.

Етап 5. Формулювання місії (первинний варіант). Даний етап включає написання тексту місії з врахуванням інтересів різних цільових груп, в тому числі і організації як єдиного цілого, з використанням матриці з розробки місії за затвердженою структурою.

Етап 6. Представлення проектного варіанту тексту місії нижчим підрозділам для коректування з метою внесення ними свого бачення її основного тексту.

Етап 7. Виправлення помилок та затвердження кінцевого варіанту проводиться під час проведення наради, на якій обговорюється представлений текст загальної місії організації, виправляються недоліки в її змісті. Остаточний

варіант задекларовується в «Положенні про місію організації» та затверджується керівником.

Етап 8. Доведення місії до цільових груп. На цьому етапі використовується низка різних видів рекламних заходів та інших методів доведення інформації до її потенційних користувачів: проведення спільних нарад, роз'яснювальних робіт, ділових зустрічей тощо [3].

Місія Полтави 2025 визначена як: Світ. Місто. Людина.

Світ. Полтава в 2025 році – місто, що впевнено зростає. Воно цікаве для глобального світу, у ньому досягнута суспільна згода громади задля екологічної безпеки та економічної вигоди всіх містян. Полтава – провідний центр підготовки прикладних фахівців, світовий експортер послуг агро- та нафто газового сервісу, стоматологічних послуг, інвестувати у який легко і безпечно.

Місто. Управління містом здійснюється відкрито, ґрунтується на конкуренції смислів та ідей. Головним критерієм в прийнятті рішень є довгострокова суспільна користь. Громадяни задоволені кількістю та доступністю міських послуг. Інфраструктура Полтави постійно модернізується, забезпечуючи комфорт і безпеку містян. Місто компактне, зручне, і має людський масштаб [4].

Людина. Полтавчанин оберігає самобутню культуру, історичні традиції рідного міста. Він відкритий і доброзичливий. Місто сповнене можливостей і перспектив для людей будь-якого віку. Тут спільноти полтавчан реалізують свій потенціал. Полтавчанин відчуває себе частиною світової спільноти [4].

Серед цільових індикаторів розробники окреслили: диверсифікацію економіки; посилення статусу Полтави як регіонального центру; поліпшення міського та міжміського транспорту; розвиток туризму та культури. Реалізація проектів має перейти до визначення та виконання конкретних завдань міського розвитку та формування позитивного іміджу м. Полтави [4].

Усі вищенаведені критерії доцільно враховувати не лише при розробленні місії міста, але й на етапі оцінювання процесу її формування та реалізації на результативність та адекватність. Таким чином, сформована та задекларована, а також популяризована корпоративна місія як серед жителів міста, так і інших цільових груп, забезпечить підвищення рівня ефективності діяльності організації, оскільки фокусує їх увагу на її стратегічних орієнтирах, конкурентних перевагах, філософії та цінностях тощо. З іншого боку, задекларована місія змусить міську раду відповідальніше поставитися до змісту проголошених ним тверджень та підтримувати їх реалізацію, що підвищить рівень іміджу міста.

Список використаних джерел

1. Деревлева М. Миссия организации [Электронный ресурс] / М. Деревлева. – Режим доступу : <http://quality.eup.ru>.
2. Передало Х.С. Процес розробки місії підприємства: проблеми та етапи реалізації / Х.С. Передало // Вісник соціально-економічних досліджень Одеського державного економічного університету – 2006. – № 23. – С. 220-226.
3. Степанов А. Характеристика миссии / А. Степанов. [Электронный ресурс] – Режим доступу : <http://quality.eup.ru/DOCUM/harmiss.htm>.

4. Стратегічний план розвитку міста Полтава до 2025 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.nova.poltava.ua/strategichnij-plan-rozvitku-mista-poltavi-2025/>.

*Назаренко А. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

СУТНІСТЬ МОНІТОРИНГУ ТА ОЦІНЮВАННЯ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ. СХОЖІ ТА ВІДМІННІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Для забезпечення управління процесом досягнення цілей і реалізації стратегії місцевого розвитку, створення можливості своєчасно відслідковувати та коригувати відхилення у ході виконання завдань необхідно розробити ефективну систему зворотного зв'язку шляхом запровадження моніторингу та оцінювання. Схожі та відмінні характеристики моніторингу та оцінювання подані в табл. 1.

Таблиця 1

Ключові характеристики моніторингу та оцінювання [1, с. 40]

Ключові характеристики	Моніторинг	Оцінювання
Основне завдання	Своєчасне виявлення відхилень, що забезпечить своєчасне корегування і розв'язання проблем	Проведення аналізу доцільності, економічності, продуктивності, результативності програм і видів діяльності
Час проведення	Проводиться постійно	Проводиться на ключових етапах реалізації стратегії
Проблемне поле	Описує проблеми реалізації стратегії	Пояснює причини виникнення проблем реалізації стратегії і вказує шляхи їх розв'язання
Змістове наповнення	Фактичні результати діяльності порівнюються із запланованими	Аналізуються причини недосагнення запланованих результатів
Використання результатів	Одержана інформація використовується для покращання роботи за стратегією	Одержана інформація використовується як для покращання роботи за стратегією, так і для уточнення планів на майбутнє

Моніторинг – це постійний процес збору даних про процес і показники виконання стратегії, що досягаються у ході її реалізації. Дані, отримані в процесі моніторингу, можуть бути основою для проведення оцінки ефективності програм у рамках стратегії.

Визначають два основні типи моніторингу:

1. Моніторинг ситуації – визначається факт зміни умов чи незмінний стан справ у громаді. Це також передбачає збір інформації про загальні тенденції соціально-економічного розвитку, зміни державної політики, інституційні зміни тощо.

2. Моніторинг процесу передбачає відстежування прогресу щодо впровадження тих чи інших елементів програми та досягнення конкретних коротко- та середньострокових результатів.

Оцінювання неодноразовий захід, проте здійснюється в міру виникнення необхідності глибшого й масштабнішого аналізу взаємозв'язку між проблемами та запитамі цільової групи (чи груп), на задоволення якої (яких) спрямовані заходи стратегії, та станом їх упровадження [2].

Програмний моніторинг та оцінка є невід'ємним компонентом загальної системи, яка здійснюється на різних рівнях і за допомогою різних засобів. Завданням програмного моніторингу та оцінки є максимально повне та об'єктивне оцінювання прогресу і результатів окремого проекту або програми. Оцінювання необхідне для того, щоб виділити результати діяльності цього проекту або програми серед інших чинників, що сприяють досягненню кінцевої мети заходів або втручань, що впроваджуються. Тоді як інші компоненти системи призначені для виконання різних завдань, програмний моніторинг та оцінка забезпечує працівників програм та осіб, які ухвалюють рішення, засобами операційної оцінки, що використовуються на стадіях планування та реалізації, особливо при відборі організацій, що надають послуги, при порівнянні досягнутих результатів з встановленими цілями, а також при коригуванні заходів у ході процесу реалізації програми місцевого розвитку.

Список використаних джерел

1. Мартиненко В. М. Державне управління: від скептицизму до нової якості розвитку як галузі науки в Україні : [зб. наук. пр.] / В. М. Мартиненко // Актуальні проблеми державного управління. – Х., 2007. – № 2. – С. 38-46.
2. Моніторинг та оцінка програм і проектів : [практичний посібник] / О. Морозова, О. Варецька, Д. Джонс, П. Чікуква, Т. Салюк. – Київ, «Оранта», 2008 р. – 144 с.

*Набок Я. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.і.н., доцент Щетініна Т. О.*

ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ

Загальний потенціал енергоощадності в Україні становить близько 45 % від обсягу спожитих паливно-енергетичних ресурсів. Щодня енергетичні втрати в Україні сягають 100 мільйонів гривень. Тільки води ми втрачаємо на 4 мільйони гривень. Усе це негативно впливає на національну економіку країни. Розумне й ефективне енерговикористання є ключовим чинником створення нових робочих місць та економічного зростання [1].

На сучасному етапі реалізації різноманітних проектів державного і регіонального значення в царині енергозбереження головною проблемою залишається нестача фінансових ресурсів. Ця проблема є найбільш очевидною, системною, багатогранною та впливає на всі системи економіки, суспільного життя, державного та регіонального управління. В свою чергу, вона сама є наслідком багатьох факторів, серед основних з яких варто виділити радянське минуле, неефективність та низьку конкурентоздатність економіки, корупційні прояви та пов'язані з ними складність ведення бізнесу, відсутність довіри з боку потенційних інвесторів та безпеки вкладення інвестицій, неефективне державне управління, зарегульованість, складність та негнучкість нормативно-правового регулювання. Зазначені проблеми є системними, їх вирішення потребує значних зусиль та часу,

вони відчуються на всіх етапах розробки, впровадження і реалізації стратегій, програм і проектів з енергозбереження, як на загальнодержавному, так і на місцевому рівнях. В той же час, на регіональному та місцевих рівнях можна спостерігати й додаткові проблеми. Задекларований в Україні рух з децентралізації повноважень місцевої влади, хоч і вважається одним з головних стратегічних пріоритетів в сучасній державній політиці, все ще далекий від системного практичного втілення.

Це наштовхує нас на думку обрати три основні напрямки побудови успішного проекту сприяння обізнаності з дбайливого ставлення до енергоресурсів: залучати талановиті та професійні кадри, їх заохочувати та готувати в даному напрямку; обрати пріоритетні заходи, які дозволять досягнути суттєвих результатів за умови обмежених ресурсів; залучати до співпраці активістів, волонтерів, об'єднання громадян та неурядові організації.

У структурі обласної влади в 2018 р. запрацював, як прописано в рішенні Полтавської облради від 12 квітня 2018 р. про його створення, ключовий провайдер енергоефективних заходів в області – комунальне підприємство «Полтавська обласна агенція з енергоефективності» Полтавської обласної ради зі статутним капіталом у 200 тис. грн і 5 штатними співробітниками, очолює її Северин Олексій Анатолійович. Основним видом економічної діяльності агенції є діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах. Такі агенції добре себе зарекомендували в Києві, Львові, Одесі, Маріуполі.

Таким чином, серед головних проблем виділимо такі: відсутність достатньої фінансової самостійності органів місцевого самоврядування та територіальних громад в цілому при реалізації програм ощадливого енерговикористання; достатньо сильну вертикаль влади, адміністрування «з центру», відсутність гнучкості в урахуванні місцевих особливостей; нестачу знань, навичок та вмінь в сфері розробки і реалізації проектів з енергозбереження; дефіцит кваліфікованих інженерних і управлінських кадрів; неспроможність в межах місцевих бюджетів виділяти на заходи з енергозбереження фінансові ресурси для поетапної реалізації вже розроблених проектів.

Список використаних джерел

1. Стратегія сприяння підвищенню рівня обізнаності з охорони довкілля, екології та дбайливого ставлення до енергоресурсів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rec.org/documents/news/Training_STRATEGY_on_Raising_Awareness_of_Environmental_and_Energy_related_issues__UA.pdf.

*Олексенко А. А., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.

ОСНОВНІ ЗАДАЧІ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРОФОРМУВАННЯ

В умовах глобалізації світового економічного простору зростають вимоги до підвищення рівня управління підприємствами на основі перегляду принципів, методів, підходів до організації роботи на усіх рівнях. Це

визначається високим рівнем невизначеності сучасного середовища та складає необхідність управління бізнесом з точки зору передбачення та оцінки майбутніх його можливих станів. На перший план виходять питання стратегічного управління розвитком підприємства. Постають завдання забезпечення ефективного досягнення стратегічних цілей, вироблення відповідних рекомендацій при формуванні стратегії управління розвитком підприємства, зважаючи на ринкові умови.

У сучасному ринковому середовищі ефективність діяльності агроформування та його розвиток визначаються здатністю відповідати постійно зростаючим вимогам суспільства, забезпечення чого здійснюється в межах реалізації відповідної стратегії. При цьому враховуються характеристики підприємства як системи, що впливають на можливості до розвитку. Аналіз літературних джерел [1-3] дозволив виділити наступні основні характеристики: адаптація, гнучкість, стійкість. Відповідно основними задачами управління розвитком аграрного підприємства визначено наступні:

- забезпечення необхідної адаптації та гнучкості діяльності за рахунок налагодження ефективної системи інформаційних каналів, побудови відповідної структури управління тощо;

- концентрація економічних ресурсів у найбільш привабливих сферах, які забезпечують довгострокову виражену компетентність та ефективність діяльності;

- створення та управління високопродуктивним портфелем товарних одиниць;

- проникнення на нові сегменти ринку та укріплення конкурентних позицій, розширення цільової аудиторії у майбутньому;

- забезпечення стійкості системи, підвищення ефективності, направленість на стабілізацію діяльності, зростання його вартості.

Відповідно до вище сказаного, метою розробки управління розвитком суб'єкта господарювання є забезпечення розвитку на основі підвищення його стійкості, ефективності діяльності, збільшення масштабів виробництва, використання наявних стратегічних можливостей та конкурентних переваг.

Отже, формування управління розвитком підприємства можливе лише у випадку чіткого встановлення цілей:

- визначення можливостей і напрямів розвитку;
- визначення стратегічного набору альтернативних варіантів розвитку;
- вибір стратегії та здійснення, при необхідності, змін щодо оптимізації діяльності підприємства, або підтримання наявних тенденцій розвитку;
- уточнення в процесі тактичного управління, складання оперативних планів.

Список використаних джерел

1. Жданова Л. А. Организация и управление капиталистической промышленной фирмой : [учебник]. – М. : Изд-во УДН, 1987. – 212с.

2. Ішук С. О. Виробничий потенціал промислових підприємств: проблеми формування і розвитку : [монографія]. – Львів : ІРД НАН України, 2006.– 278 с.

3. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : [монографія]. – Луганск : Изд-во Восточноукраинского национального университета, 2000. – 315 с.

4. Максименко І. О. Деякі підходи до визначення рівня економічного розвитку підприємства / І. О. Максименко // Культура народів Причорномор'я, № 161. – Симферополь : Таврический национальный університет им. В.И. Вернадского, 2009. – С. 126-128.

*Олешко М. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Розвиток вітчизняної роздрібної торгівлі в Україні відбувається набагато вищими темпами, ніж у країнах Західної Європи і США, оскільки перехід на сучасні форми торгівлі в країні стався набагато пізніше і Україна має можливість використовувати для побудови і розвитку роздрібних мереж набутий зарубіжний досвід [1].

У 2017 році роздрібні мережі більше пішли в сторону розвитку в регіонах, де дуже слабка конкуренція, і системна роздріб відбирає частки у неорганізованій роздрібної торгівлі. Саме це і сприяло зростанню продажів в мережах. Сам обсяг ринку принципово не збільшився, але відбувся суттєвий перерозподіл часток між організованою і неорганізованою роздробом, а можливо – і іншими каналами продажів.

Що сталося з покупцем? У будь-якому випадку потрібно розуміти, що покупець нікуди не зник. Навіть якщо певна частина населення виїхала за межі країни, то ця частина не настільки значна. Змінилося інше – а саме, сценарій покупки. Відбувся перегляд потреб і розподіл їх на відкладені і сьогоденні, в прив'язці до конкретних товарних групах.

Більш того, в сегменті DIY (зроби сам) в меншій мірі, а в продуктовому ритейлі – більшою, почалася активна індивідуалізація роботи з кожним покупцем. І в цьому немає нічого нового: можна сказати, що роздрібна торгівля «повертається на 100 років назад» [2].

Зараз потужні роздрібні мережі намагаються повернутися в цю систему. Досягти цього вони можуть через створення та управління базами даних своїх покупців, історії їх покупок, управління програмами лояльності, а вірніше – реєстрації в програмах лояльності, які можуть запропонувати своїм покупцям.

Роздріб повинен зрозуміти, що представляють його магазини в очах покупців, як сприймають покупки товари і обслуговування в магазинах.

Так, організованою українському роздробі є куди рости за рахунок неорганізованого ринку. Але при цьому слід враховувати і ряд обмежень – відсутність відповідних торгових площ, огидне стан місцевих автодоріг і складності з підбором кваліфікованого персоналу для управління магазинами.

Другим напрямком для зростання можна назвати стратегії фокусування на певних товарних групах, поліпшення роботи з постачальниками таких товарних

груп, збільшення товарообігу з цими постачальниками і як результат – природне зменшення закупівельних цін, а також собівартості на логістиці.

Третім напрямком для зростання повинна стати оптимізація системи управління бізнесом. Саме оптимізація системи, а не просте скорочення витрат. Це в першу чергу стосується трьох аспектів:

- 1) підвищення кваліфікації існуючого персоналу;
- 2) оптимізації бізнес–процесів усередині компанії;
- 3) збільшення мотивації ключових співробітників, особливо в частині нематеріального мотивування.

Отже, український роздрібний ринок має низку особливостей. Політична нестабільність, недосконалість українського законодавства, низькі порівняно з Європою доходи населення, великий брак якісних площ зробили непривабливою Україну для іноземних інвестицій. Тому український роздрібний ринок розвивається здебільшого завдяки вітчизняному бізнесу.

Список використаних джерел

1. Про перспективи розвитку ритейлу в Україні [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/75116.doc.htm.
2. Перспективи-2017: з чим великі торгові мережі входять в новий рік [Електронний ресурс]. / <http://forbes.net.ua/opinions/1426079-perspektivy-2017-s-chem-krupnye-torgovye-seti-vhodyat-v-novyy-god>.

*Олешко М. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А. В.*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Оптова торгівля є важливою ланкою, що забезпечує необхідну інтенсивність і прискорення процесу товароруку в умовах ринкових відносин. Вона організовує рух товарів каналами розподілу, сприяє синхронізації виробництва та споживання товарів.

Темпи розвитку оптової торгівлі в Україні останніми роками є позитивними. Основними факторами, що вплинули на зростання обороту оптової торгівлі, стали зростання виробництва у переробній і добувній промисловості та збільшення обсягу зовнішньоторговельних операцій [2, с. 31].

Незважаючи на динамічність розвитку сфери оптової торгівлі в Україні, їй притаманні певні проблеми, до основних з яких належать:

- зростання заборгованості із заробітної плати населенню;
- обмеження споживчого кредитування на придбання товарів тривалого користування;
- обмеження конкуренції на оптових ринках;
- недосконалість податкового законодавства, нормативно-правової бази, що створюють передумови до збільшення кількості економічних злочинів та правопорушень, заниження оподатковуваної бази оптових підприємств та ін. [2, с. 32].

Основним завданням державної політики у сфері оптової торгівлі є розвиток конкурентного середовища і подолання монополізму на ринку оптової торговельної

діяльності, а також стимулювання роботи оптової ланки з упровадження активних форм просування товарів українських виробників.

Також одним з основних завдань держави для покращення роботи оптових підприємств є вирішення проблемних питань у сфері оподаткування юридичних осіб. Дану проблему слід детально розглянути як законодавчим, так і виконавчим органам. В цілому, слід виділити такі сфери державного регулювання оптової торгівлі, які мають безпосередній вплив на її розвиток, і потребують подальшого удосконалення [1]:

- митне, валютне регулювання, квотування та субсидування;
- формування єдиної політики в галузі стандартизації та сертифікації послуг;
- посилення фінансового контролю за оптовим товарооборотом в усіх його формах;
- внесення змін у систему готівкових, безготівкових розрахунків, вексельного обороту, що мають їх спростити;
- регулювання іноземних інвестицій у сферу торгівлі;
- розроблення порядку ліцензування та кредитування торговельних підприємств з урахуванням галузевих особливостей;
- розроблення галузевих індикативних програм розвитку торгівлі й оцінка наслідків їх реалізації;
- розроблення галузевої науково-технічної і кадрової політики.

Інтенсивне застосування принципів логістики дозволить налагодити систему товаропостачання, пакування, зберігання, транспортування та продажу товарів. Це сприятиме перетворенню оптової торгівлі в ефективну систему постачання та сервісного обслуговування клієнтів [2].

Отже, враховуючи вище викладене, можна констатувати, що оптова торгівля є важливим елементом розвитку господарського механізму держави, оскільки вона здійснює активний вплив на товаровиробників та на споживачів, задовольняючи їх потреби, через забезпечення роздрібною мережі не просто товарами, а сформованим торговельним асортиментом.

Список використаних джерел

1. Роль та функції оптової торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/torgova-sprava/272-rol-ta-funksiji-optovoji>
2. Богославець Г.Н. Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі в Україні [Текст] / Г.Н. Богославець, О.Н. Трубей // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2013. – № 6. – С. 28-32.

*Павлушенко Є. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

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

ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ОСНОВНИМИ ВИДАМИ РЕСУРСІВ

Оцінка забезпеченості та ефективності використання основних видів ресурсів підприємства дозволяє виявити проблеми розвитку підприємства, на їх підставі вибрати показники, які найбільш повно описують ситуацію, розглянути

їхній взаємний вплив, встановити «вузькі місця», зафіксувати резерви, визначити перспективні шляхи їх вирішення та розробити заходи з усунення несприятливих ситуацій. Результати діагностики й запропоновані за ними рекомендації повинні допомогти керівництву в практичній розробці гнучкої стратегії розвитку підприємства, покликаної підвищити його адаптаційну здатність і стійкість щодо мінливих впливів зовнішнього середовища.

Сучасне рослинництво вимагає ефективних рішень, а головний шлях – це збереження структури ґрунту та поліпшення його фізичних та фізико-механічних властивостей. Особливе значення мають фактори зниження витрат та підвищення урожайності: впровадження прогресивних систем землеробства, науково-обґрунтованих сівозмін і передової технології виробництва; послідовна інтенсифікація виробництва шляхом раціональної хімізації і докорінного поліпшення землі; впровадження у виробництво кращих сортів сільськогосподарських культур, дотримання всіх вимог агротехніки; досягнення при цьому раціональної концентрації виробництва, що забезпечує краще використання ресурсів [1]. Одним з вагомих чинників отримання високих урожаїв є забезпечення галузі добривами, засобами захисту рослин. Як свідчать дані таблиці, у досліджуваному підприємстві ПП «імені Калашника» Полтавського району витрати на придбання добрив та засобів захисту рослин у 2017 р. проти 2013 р. суттєво збільшились у вартісному виразі та натуральному виразі, проте витрати на купівлю нафтопродуктів збільшились у вартісному та зменшились у натуральному обсязі (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка купівлі матеріальних ресурсів для виробничих потреб
ПП «імені Калашника» Полтавського району, 2013-2017 рр.**

Показники	Роки					2017 р. до 2013 р.	
	2013	2014	2015	2016	2017	+, -	%
У натуральному виразі, од.							
нафтопродукти							
бензин, ц	84	80	88	79	68	-16	81,0
дизельне пальне, ц	336	418	509	351	404	68	120,2
масла мастильні, ц	103	9	97	92	55	-48	53,4
вугілля, тонн	0	4	-	4	4	4	x
природний газ, тис. м ³	128	32	34	149	51	-77	39,8
добрива мінеральні							
азотні, ц	2160	3346	4540	4377	3253	1093	150,6
у т.ч. аміачна селітра	2160	3290	4440	4277	2664	504	123,3
карбідо-аміачна суміш, ц	-	56	100	100	589	589	x
комплексні	10330	2134	4094	560	6235	-4095	60,4
засоби захисту рослин							
інсектициди, л	1494	1018	635	921	870	-624	58,2
фунгіциди, л	1651	1243	671	1663	1300	-351	78,7
гербіциди, л	6343	6115	5173	8401	5400	-943	85,1
регулятори росту, л	220	-	55	185	402	182	182,7
пестициди, л	426	-	-	5	1310	884	307,5

У вартісному виразі, тис. грн							
нафтопродукти							
бензин	904,9	1254	1769	1616,4	1762,2	857,3	194,7
дизельне пальне	2992,4	5744	7543	5361,4	7967,6	4975,2	266,3
масла мастильні	137,7	124,7	205,5	190,4	155,7	18	113,1
вугілля, тонн	-	11,9	-	15,0	20	х	х
природний газ	496,2	155,9	296,1	1028,0	387,09	-109,11	78,0
добрива мінеральні							
азотні	570,2	937,0	3292,3	2545,7	2407,7	1837,5	422,3
у т.ч. аміачна селітра	570,2	914,4	3211,7	2480,1	1916,7	1346,5	336,1
карбідо-аміачна суміш	-	22,5	80,5	65,6	490,9	490,9	х
комплексні	365,8	752,4	3436,3	474,5	4661,7	4295,9	1274
засоби захисту рослин							
інсектициди	319,0	570,6	220,1	779,7	491,9	172,9	154,2
фунгіциди	443,9	381,2	357,9	1037,3	820,6	376,7	184,9
гербіциди	862,3	1700	2191	2617,5	2355,1	1492,8	273,1
регулятори росту, л	14,8	-	52,8	201,5	425,2	410,4	2873
пестициди, л	154,7	285,5	-	3,19	516,1	361,4	333,6

Джерело: розраховано за даними: [річних звітів ПП «імені Калашника»]

Список використаних джерел

1. Дядик Т. В. Земельні ресурси – основа виробничого потенціалу аграрних формувань Полтавщини / Т.В. Дядик, Л. П. Погребняк // Агросвіт. – №3, 2018. – С. 41-45.

*Перетяцько Т. М., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальності Облік та аудит
Науковий керівник: Лопушинська О. В.*

ЛІ ЯКОККА: ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД УСПІШНОГО МЕНЕДЖЕРА

Менеджеру належить провідне місце у виконанні завдань управління. Він відповідає за роботу конкретного підрозділу чи організації в цілому, має у своєму підпорядкуванні конкретний колектив працівників, наділений правами і повноваженнями. Він обирає оптимальні варіанти управлінських рішень і організує їх втілення. Результати роботи менеджера залежать не тільки від діяльності очолюємого ним колективу, а також і від організації власної праці [1].

Організація та нововведення Лі Якокки в компанію «Форд», привели її до успіху. Першим геніальним впровадженням, яке зробив Якокка, було введення системи квартальних звітів. Їх повинні були складати керуючі нижньої ланки. Цей крок дозволив керівництву отримати зворотний зв'язок від своїх працівників, а також більш точно дізнатися про стан справ всередині компанії. Звіти дозволяли працівникам розуміти, в яких місцях їх роботи є недоліки, а в яких – успіхи.

Лі Якокка був упевнений, що одним з факторів успіху компанії є натхнення працівників на ту чи іншу діяльність. Впроваджуючи цю ідею на

практиці, він набрав в команду молодих інженерів-випускників, результатом роботи яких став відомий у всьому світі автомобіль «Ford Mustang».

Лі прислухався до людей, виявляючи їхні потреби. А потім проаналізовані дані служили основою для створення нових автомобілів, таким чином максимально задовольняючи потреби людей. Ця схема роботи використовується в компанії «Ford» і донині [2].

Після усунення Якокки з посади топ-менеджера, через підозру Г. Форда в тому, що він бажає заволодіти його компанією, Лі почав працювати в автомобільній компанії Крайслер. Саме цей період вважається в кар'єрі Лі Якокка найсильнішим проявом його управлінського таланту, так як він зумів підняти практично вмираючу на той момент компанію.

Перше, що він зробив – почав глобальну перебудову всієї системи роботи в компанії. Якокка почав збирати нову команду в Крайслер, яка змогла б вдихнути життя в діяльність компанії. Також, він найняв талановитих управлінців з таких автокомпаній, як Фольксваген і Дженерал Моторс. Його стратегія була успішною, поліпшила якість роботи на всіх етапах виробництва, що дозволило Крайслер за досить швидкий період вийти з мінуса і почати отримувати прибуток [2].

Отже, менеджер займає ключове положення у системі управління організації. Знаючи свою справу, менеджер чітко формулює завдання колективу, ясно розуміє свою роль у їх вирішенні, здатний задіяти внутрішні стимули до самостійних дій, передбачити можливі труднощі, попереджати невдачі й знаходити найкраще рішення проблем у кожній конкретній ситуації.

Список використаних джерел

1. Скібіцька Л. І. Організація праці менеджера [Електронний ресурс]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с. – Режим доступу: https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/4898/mod_resource/content/1/%5BSkibicka_L.I.%5D_Organizaciya_praci_menedzher%28Bookos.org%29.pdf
2. Гузинець-Мудрик О. Лі Якокка – видатний менеджер ХХ століття [Електронний ресурс] / О. Гузинець-Мудрик. – Режим доступу : <http://vikna.if.ua/cikavo/66130/view>.
3. Кравченко В. О. Основи менеджменту [Електронний ресурс] / В. О. Кравченко. – Одеса : Атлант, 2012 р. – 211 с. – Режим доступу : <http://kist.ntu.edu.ua/textDZ/Kravchenko%20V.A..pdf>

*Писаренко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні вітчизняні підприємства в умовах ринкової економіки значну увагу приділяють проблемам оптимізації процесу просування товарів від виробника до споживача [1]. Результати їхньої господарської діяльності багато в чому залежать від того, наскільки правильно обрані канали розподілу товарів, форми і методи їхнього збуту, від широти асортименту і якості наданих

підприємством послуг, пов'язаних із реалізацією продукції. Організаційною структурою управління збутовою діяльністю на підприємстві є сукупність управлінських підрозділів і виробничих підрозділів, що організовують і здійснюють комплекс збутових операцій з постачання готової продукції споживачам відповідно до їхніх вимог [3].

Підприємства, цільовий ринок яких знаходиться на стадії прискореного зростання можуть використовувати стратегію позиціонування щодо персоналу. Суть цієї стратегії полягає у навчанні та підвищенні кваліфікації збутового персоналу, її реалізація забезпечить підприємству високий рівень обслуговування покупців, ефективний зворотний зв'язок, і завдяки цьому конкурентні переваги [4]. Підприємствам на стадії уповільнення зростання доцільно здійснювати ринкове позиціонування, що ґрунтується на сервісному диференціюванні, тобто надання комплексу послуг, відмінних від конкурентів. Цільовий ринок на стадії стабілізації дуже чутливий до стимулюючого впливу з боку продавця, що зумовлює необхідність застосування стратегії позиціонування, яка базується на відмінних особливостях стимулювання збуту, а також на позитивних особливостях стилю продажу підприємства [2].

Маркетингові стратегії класифікують за різними ознаками.

- глобальні маркетингові стратегії – стратегії, які визначають принципові рішення щодо вибору напрямку розвитку фірми;
- базові стратегії базуються на певних конкурентних перевагах фірми;
- стратегії росту визначають напрямок розширення масштабу фірми;
- залежно від методу обрання цільового ринку – стратегії, що дозволяють визначити, які товари й для яких сегментів ринку буде виробляти фірма;
- залежно від ступеня сегментування ринку – стратегії вибору комплексу маркетингових засобів (маркетинг-міксу) для певних сегментів споживачів;

Класифікація маркетингових стратегій наведена далі в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація маркетингових стратегій росту

Основний стратегічний напрямок росту	Різновид основної стратегії
Інтенсивний ріст	Глибоке проникнення на ринок
	Розвиток ринку
	Розвиток товару
Інтегративний ріст	Пряма інтеграція
	Зворотня інтеграція
	Вертикальна інтеграція
	Горизонтальна інтеграція
Диверсифікація	Вертикальна (концентрована диверсифікація)
	Горизонтальна диверсифікація
	Конгломеративна диверсифікація

Стратегії інтенсивного росту. Розглядаючи стратегії інтенсивного росту, будемо використовувати наступні терміни:

- "існуючий товар" – товар, який вже виробляє й збуває підприємство,
- "новий товар" – товар, який є новим у номенклатурі підприємства,

- "існуючий ринок" – ринок збуту, на якому діє підприємство,
- "новий ринок" – ринок збуту, на який підприємство планує вийти.

Список використаних джерел

1. Вачевський М. В. Маркетинг для менеджера / Вачевський М. В., Долішній М. І., Скотний С. Г. – К. : Просвіта, 2010. – 139 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг / Гаркавенко С. С. – К. : Лібра, 1996. – 364 с.
3. Гейк П. Вчись аналізувати ринок : [пер. з англ.] / Гейк П., Джексон П. – Львів : Сейбр-Світло, 1995. – 270 с.
4. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика / Герасимчук В. Г. – К. : Вища школа, 2009. – 327 с.

*Писаренко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

ПРОГНОЗУВАННЯ В СИСТЕМІ ПЛАНУВАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Більшість методів прогнозування базується на використанні історичної інформації, представленої у вигляді часових рядів, тобто рядів динаміки, які впорядковуються за часовою ознакою. Головна ідея аналізу часових рядів полягає у побудові тренду на основі минулих даних і наступному екстраполюванні цієї лінії у майбутнє. При цьому використовуються складні математичні процедури для отримання точного значення трендової лінії, визначення будь – яких сезонних або циклічних коливань. Перевага цього методу полягає у тому, що він базується на цифрових даних. Аналіз часових рядів доцільно використовувати тоді, коли в наявності є достатній обсяг "історичної" інформації, а зовнішнє середовище досить стабільне. Недоліком можна вважати те, що головне припущення, яке приймається при застосуванні аналізу часових рядів, може бути помилковим – майбутнє насправді може бути несхожим на минуле. Такий спосіб використовують більшість аграрних компаній [1, с. 35].

Під час формування прогнозів з допомогою екстраполяції звичайно спираються на статистично обґрунтовані тенденції зміни тих чи інших кількісних характеристик об'єкта. Екстраполяційні методи є одними з найбільш розповсюджених і розроблених серед усіх способів економічного прогнозування.

Вказані методи дуже широко застосовуються як менеджерами, так і спеціалістами – аналітиками.

Для того, щоб отримати ефективний прогноз, необхідно знати і правильно використовувати всі його елементи.

Залежно від ступеня ринкової орієнтованості фірми і періоду:

- стратегічний маркетинг передбачає постійний аналіз потреб споживачів, сегментування ринку та вибір базового ринку, розробку маркетингової стратегії;

– тактичний маркетинг – процес розробки заходів і реалізації цілей на обраному базовому ринку з конкретної номенклатури товарів на певний термін.
На рис. 1 розглянемо рівні виміру ринкового попиту:

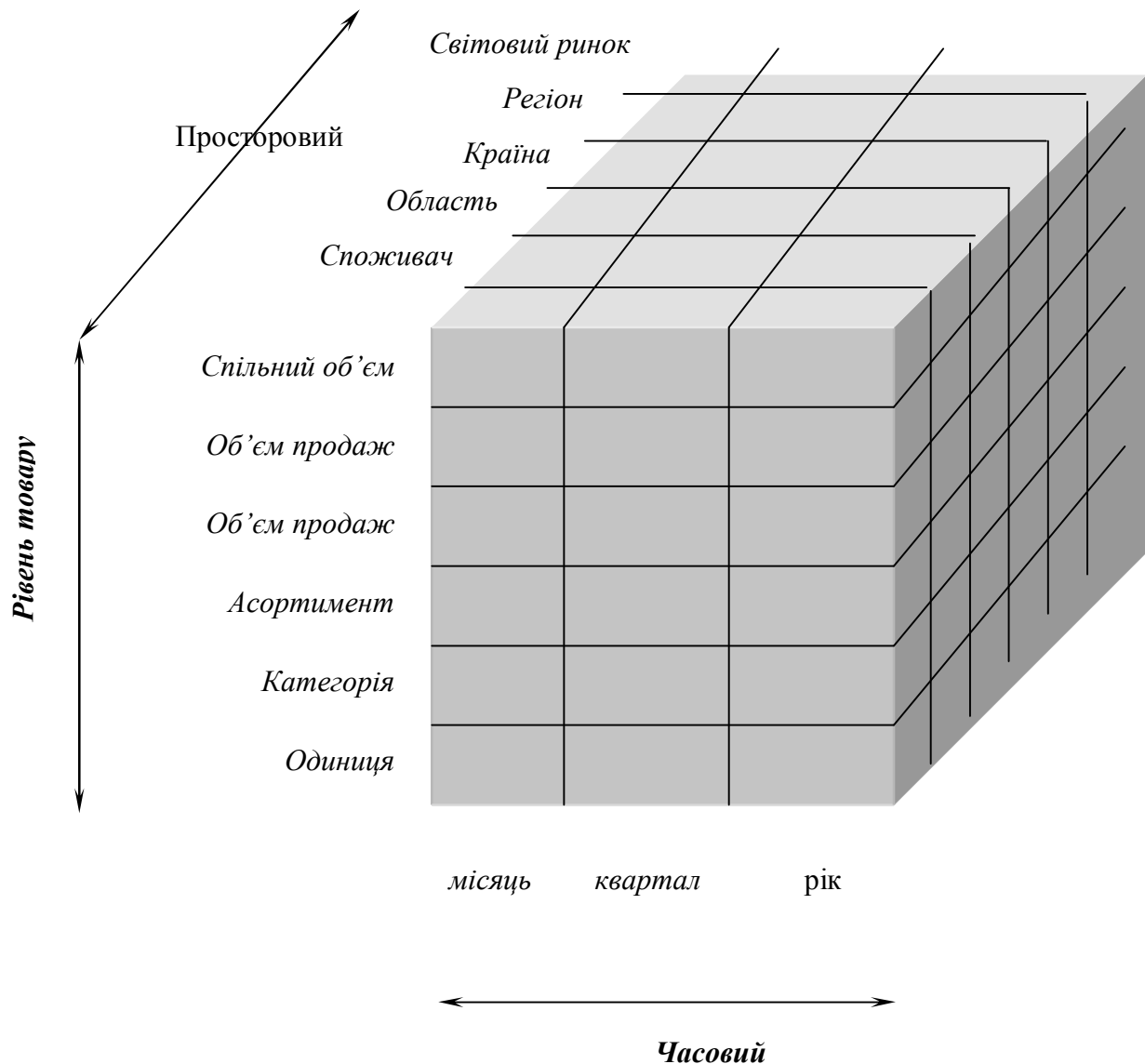


Рис. 1. Рівні виміру ринкового попиту

Таким чином, стратегічне прогнозування – це управлінський процес створення та підтримування відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями та шансами у сфері маркетингу.

Процес стратегічного планування може відбуватися на двох або трьох рівнях залежно від того, в одній чи декількох сферах діяльності присутня компанія, один чи декілька товарів виготовляє. Рівні стратегічного планування: корпоративний, бізнес–рівень, рівень товару.

На корпоративному рівні стратегічне планування бере участь у розробленні місії фірми, стратегічному аудиті, SWOT–аналізі, портфельному аналізі.

На бізнес – рівні за допомогою стратегічного планування здійснюється аналіз портфелю та визначається бізнес – місія для окремих стратегічних господарських підрозділів, досліджуються ринкові позиції цих підрозділів та визначаються стратегічні напрями їх розвитку.

На рівні товару маркетингове стратегічне планування встановлює маркетингову мету та визначає шляхи досягнення цієї мети щодо певних видів товарів фірми.

Сутність стратегічного управління полягає в чіткій орієнтації планів (прогнозів) на ринкові потреби і врахування ринку як визначального фактора конкурентного середовища. Крім того, стратегічне управління передбачає виділення маркетингу як основи організації, що забезпечує адаптацію підприємств–виробників споживчих товарів до мінливих умов.

Список використаних джерел

1. Мельник Л. Основи підприємництва та ринкової економіки[навчальний посібник] / Леоід Мельник.-К.: Вища освіта, 1995. – 326 с.

*Писаренко Н. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Даниленко В. І.

СУТНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкової економіки потребує від сільськогосподарських підприємств економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, та визначення стратегії збільшення доходів, аналізу і оцінки отриманих результатів.

В економічній літературі існує декілька визначень суті доходу. У широкому значенні дохід (виручка) – це гроші або матеріальні цінності, отримані від виробничої, комерційної, посередницької чи іншої діяльності (виторг).

Згідно з визначенням економіста Г. Вознюка та А. Загороднюка, дохід - це різниця між виторгом з реалізації продукції, робіт та послуг і вартістю матеріальних витрат на виробництво та збут цієї продукції. До матеріальних витрат при визначенні доходу зараховують вартість використаних у процесі виробництва матеріалів, виробів, конструкцій, палива та енергії, а також амортизаційних відрахувань, кошти на соціальне страхування та інші виплати. Доходи підприємства відрізняються від прибутку на суму заробітної плати працівників: дохід дорівнює сумі прибутку і заробітної плати працівників [2, с. 363].

Одним із найголовніших складників стратегії фінансової політики підприємства є політика максимізації дохідності. Важливим фактором розвитку будь-якого підприємства є грошові надходження, що перевищують платежі підприємства. Від наявності або відсутності коштів буде залежати можливість функціонування підприємства, його конкурентоспроможність та фінансовий стан.

Основним джерелом грошових надходжень на підприємство є виручка від звичайної діяльності, яка залежить від галузі діяльності підприємства, її обсягів, упровадження науково-технічних розробок, а отже, підвищення продуктивності праці, зниження собівартості, поліпшення якості продукції. В умовах розвитку підприємницької діяльності створюються об'єктивні передумови реального втілення у життя зазначених факторів [1].

Головним складовим елементом доходу у сільськогосподарських підприємствах є дохід від реалізації продукції власного виробництва, а саме та його частина, яка залишається після вирахування матеріальних, трудових і грошових

витрат на виробництво і реалізацію продукції. Тому найважливішим завданням кожного господарюючого суб'єкта є одержання максимального прибутку за найменших витрат шляхом дотримання суворого режиму економії під час витрачання коштів і найбільш ефективного їх використання.

Формування оптимального доходу підприємств у розмірах, необхідних для покриття його поточних витрат, сплати податків і отримання прибутку, що дає змогу забезпечити розширене відтворення, є необхідною умовою функціонування будь-якого суб'єкта господарювання.

Отже з вище розглянутого матеріалу, можна зробити висновок про те, що дохід підприємства є одним із найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан, та мету підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах, т.1/ За ред. С .В. Мочерний та ін. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 863 с.

2. Приходько І. П. Облікова політика сучасного підприємства: теоретичні аспекти формування / І. П. Приходько // Економіка та держава. – травень 2013. – № 5. – С.73-77.

*Піхуля В. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.і.н., доцент Щетініна Т. О.*

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КОМУНІКАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Комунікація є невід'ємною частиною життєдіяльності як суспільства в цілому так і кожного його індивіда. Нескінченні потоки інформації формують середовище, в яке занурена людина протягом всього її життя. Безумовно, виникнення науково-технічних засобів комунікації докорінно змінило світогляд людини, а стрімка їх еволюція вносить свої корективи в усі аспекти її життєдіяльності. В останні роки питання комунікації з громадськістю за допомогою сучасних інформаційних технологій все частіше постає перед органами публічної влади та їх посадовими особами.

Інформатизація в Україні досі проходить повільним темпами, що в свою чергу визначає форми і засоби комунікації в межах українського соціуму та сповільнює процеси інтеграції в міжнародну спільноту. Про це свідчать статистичні дані, опубліковані у звіті “Digital in 2018” міжнародним агентством “We are social”. За даними звіту в Україні проживає 44,12 млн осіб, з них 25,59 млн осіб або 58 % населення користуються Інтернетом, мобільним Інтернетом – 18,7 млн осіб, це 42 % населення. Соціальними мережами користуються 13 млн осіб або 29 %, з них за допомогою мобільного телефону в соцмережі виходять 9,5 млн 22% населення – 9,5 млн. Дані показники чи не найнижчі серед країн пострадянського простору. Для порівняння, за даними того ж таки ресурсу показник користувачів мережі Інтернет складає: для Білорусі – 71 %, для Російської Федерації – 76 %, для Молдови – 71 %. У той же час прослідковується світова тенденція тяжіння до соціальних медіа ресурсів, де першість належить мережі Facebook. Так станом на січень 2018 року

показник користувачів соцмедіа зріс на 13 % у порівнянні з показниками минулого року [1].

Світові тенденції пенетрації соцмедіа, хоч і в повільніших темпах прослідковуються і в українському сегменті користувачів всесвітньої мережі і публічна сфера не є виключенням. Підтвердженням тому є поширення акаунтів українських політиків, в тому числі і офіційних сторінок державних органів і установ та органів місцевого самоврядування в соціальній мережі Facebook. На сайті Міністерства інформаційної політики України опубліковано повідомлення про те, що 13 лютого 2018 року, на запит міністерства до Європейського офісу Facebook, було верифіковано понад 20 сторінок центральних органів виконавчої влади та понад 10 сторінок перших осіб державних інституцій. Міністерство планує проведення тренінгів для державних службовців, присвячених правилам адміністрування офіційних сторінок у соціальних мережах, також ініційовано процес спільної верифікації офіційних сторінок центральних органів державної влади в мережі Facebook [2].

Далеко не останню роль відіграють соцмережі в ході обговорення нагальних суспільних питань шляхом голосування, збору підписів тощо. Так, наприклад, 27 серпня 2018 року на сторінці офіційного представництва Президента України зареєстрована петиція щодо заборони права голосу на виборах депутатів до Верховної Ради України та виборах Президента України громадянам України, яким на день виборів виповнилося шістдесят років [4]. Станом на 20.00 год. 15 вересня 2018 року петиція набрала 363 голоси із 25 тисяч необхідних. Зрозуміло, що голосування на офіційних сторінках не надає повного уявлення про ставлення громадян до різного роду пропозицій, на відміну від соціальних медіа, де інформація викликала деякий резонанс і бурхливе обговорення. Зокрема, проаналізувавши коментарі учасників локальної групи «Решетилівка і світ» у соцмережі Facebook, відзначимо, що ідея обмеження виборчих прав громадян похилого віку знайшла окремих прихильників серед молодших вікових груп, які зі свого боку пропонували використати дане обмеження як тимчасовий захід або змінити віковий ценз до 63 років. Тобто, соціальні мережі дають змогу громадянам вільно виражати своє ставлення, а також аргументувати свої рішення або окреслювати ряд умов, при яких вони б змогли підтримати відповідне рішення.

Відсутність цензури, а також легкий доступ до обговорення суспільно значущих проблем дає змогу аналізувати позицію громадськості щодо тих чи інших питань, а також відстежувати тенденції та деякою мірою планувати і передбачати розвиток подій. Слід зазначити, що аналіз соціальних медіа ресурсів не замінить даних офіційної статистики, чи інших формалізованих засобів моніторингу суспільних настроїв, а лише доповнює їх, даючи більш повну картину як всього соціуму так і окремих локальних чи вікових груп.

Звісно потенціал соціальних мереж не вичерпується лише моніторингом громадських поглядів та настроїв суспільства, варто звернути увагу й на те, що дані ресурси можуть бути потужним рушієм процесів партисипації, зокрема й на рівні місцевих органів самоврядування. Показовим є той факт, що реалізація деяких проектів, як наприклад “Бюджет участі Полтавської області” багато в чому стала можливою, завдяки інформуванню через соцмережі. Оскільки програма передбачає

саме активну участь громадян, то ключову роль відіграє інформування потенційних учасників та залучення якомога ширшого кола осіб. Отже, соцмережі стають тією платформою, де громада може отримувати та сама поширювати необхідну інформацію, включаючи просування власних проєктів, умови участі тощо. Зазначимо, що в Україні структури публічної влади спрямовують свою діяльність на формування сучасної комунікації з громадськістю, але ця робота знаходиться лише у початковій стадії і потребує подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Digital in 2018: World's internet users pass 4billion mark : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>; дата доступу 15.09.2018
2. Міністерство інформаційної політики України : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mip.gov.ua/news/2234.html> - дата доступу : 16.09.2018.
3. Заборона права голосу на виборах депутатів до Верховної Ради України та вибору Президента України громадянами України, яким на день виборів виповнилося шістдесят років : Петиція [Електронний ресурс] // Електронні петиції : Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу: <https://petition.president.gov.ua/petition/46446>

*Призенко Д. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ВИРОБНИЧО-ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управління формуванням галузевої структури сільськогосподарських підприємств, на відміну від одноразової оптимізації галузевої структури, передбачає постійний моніторинг чинників, які впливають на її зміну, здійснення відповідних коригувань складу та співвідношення окремих галузей з метою підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва та виконання інших соціально-економічних завдань.

При побудові виробничої структури сільськогосподарського підприємства слід дотримуватися основних принципів [2, с. 57]:

1. Принцип підпорядкованості приватних інтересів інтересам єдиного цілого. Передбачає доцільність створення будь-якої структури всередині підприємства, якщо вона сприятиме підвищенню загальної ефективності його функціонування на ринку і не суперечитиме стратегічним інтересам.

2. Принцип пропорційності. Передбачає чіткі кількісні співвідношення між різними елементами і ділянками виробництва.

3. Принцип концентрації. Полягає в збільшенні підприємства в цілому, його окремих підрозділів, у формуванні оптимальної виробничої програми підприємства відповідно до сформованого на продукцію попиту.

4. Принцип спеціалізації. Застосовується для виділення певних частин технологічного процесу, окремих видів або типорозмірів продукції, для організації

спеціалізованих ліній всередині підрозділів. Крім предметної та технологічної спеціалізації використовуються також функціональна спеціалізація, за допомогою якої формуються окремі бригади працівників тощо.

5. Принцип кооперування. Передбачає чітку систему зв'язків в часі і просторі між окремими підрозділами сільськогосподарського підприємства, між окремими змінами в цехах, між бригадами, між окремими робочими місцями.

Складовою частиною схеми перспективного планування оптимізації розвитку є модель виробничої структури агропромислового підприємства. На рис. 1 зображена оптимальна виробнича структура підприємства. Її складові підрозділи можуть функціонувати автономно, в той же час забезпечуючи налагоджене функціонування всієї системи.



Рис. 1. Оптимальна виробнича структура підприємства [1, с. 114]

Економічна ефективність галузевої структури підприємства проявляється через економічну ефективність його товарних галузей. Роль головної галузі в економіці підприємства розраховують за такими показниками: 1) часткою грошової виручки від реалізації продукції головної галузі в загальній виручці підприємства; 2) питомою вагою прибутку від реалізації продукції галузі в усій масі прибутку підприємства. За умови, що головна галузь є збитковою, обчислюють її частку в загальній сумі збитку, не скорегованого на одержаний від інших виробництв прибуток [1, с. 214].

Список використаних джерел

1. Антонюк Р. Р. Проблемні аспекти в сільськогосподарських підприємствах / Р. Р. Антонюк, П. С. Березівський. – К.: Економічний простір, 2009. – 312 с.
2. Дьяченко Н. Н. Математичні методи в управлінні бізнес-процесами аграрного підприємства / Н. Н. Дьяченко // Агросвіт. – 2015. – № 6. – С. 56 – 58.

СУТНІСТЬ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

За роки незалежності України у галузевій структурі аграрного сектора економіки відбулися надзвичайно суттєві зміни, обумовлені, з одного боку, стихійним розвитком аграрного ринку в країні та недостатнім втручанням держави у його функціонування, з іншого, необхідністю самостійного виживання сільськогосподарських товаровиробників і пристосування до мінливих економічних умов сучасного ринкового середовища.

Сільське господарство – вирощування сільськогосподарських культур і розведення сільськогосподарських тварин для одержання продукції рослинництва і тваринництва; одна з основних галузей матеріального виробництва. На відміну від інших сфер виробництва, сільське господарство ведеться на значних площах і територіально розосереджене; в ньому використовуються земля (основний засіб виробництва), світло, тепло, вода й живі організми – рослини й тварини (рис. 1).

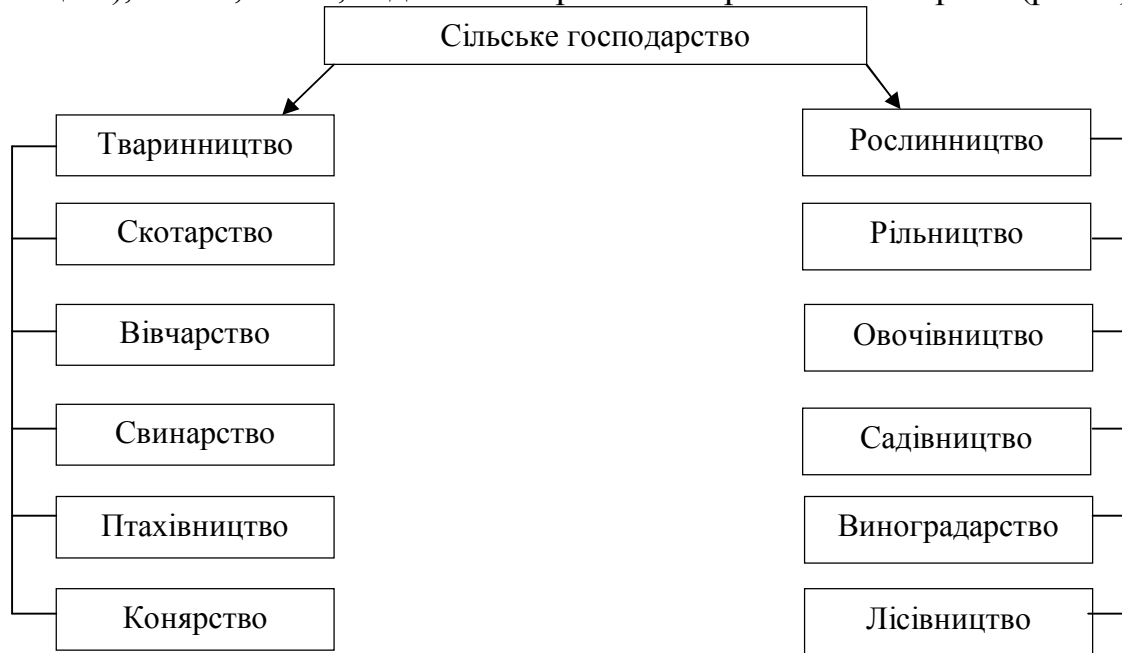


Рис. 1. Основні галузі сільського господарства [30, с. 66]

Слід підкреслити систематизовані основні чинники, що визначають галузеву структуру виробництва: рівень впровадження досягнень науково-технічного прогресу (НТП); рівень спеціалізації та кооперування на виробництві; розвиток електрифікації, механізації та автоматизації виробництва; наявність природних ресурсів та корисних копалин; суспільно-історичні умови та геополітичне положення країни; кліматичні умови країни; розвиток транспорту та зв'язку; наявність традицій споживання певної продукції та послуг; підвищення матеріального благополуччя та культурного рівня населення [2, с. 102].

Удосконалення підходів щодо формування галузевої структури господарств з оптимальним співвідношенням рослинницьких та тваринницьких галузей сприятиме підвищенню ефективності виробництва. В умовах обмеженості матеріально-технічних та фінансових ресурсів формування галузевої структури

повинне здійснюватися з урахуванням скорочення низькорентабельних галузей та за рахунок перерозподілу вивільнених в такий спосіб ресурсів. Для досягнення стабілізації, а в подальшому і нарощування поголів'я худоби необхідно здійснювати економіко-правове регулювання діяльності сільськогосподарських товаровиробників у напрямку забезпечення заохочувальних умов щодо нарощування рівня інтенсивності та підвищення ефективності інтенсифікації виробничих процесів [1, с. 122].

Список використаних джерел

1. Бабицька О. О. Ефективність управління прибутковістю сільськогосподарських підприємств / О. О. Бабицька // Облік і фінанси. – № 2(60). – 2013. – С. 118 – 122.
2. Богданович О. А. Дослідження галузевої структури сільського господарства в Україні та Харківській області / О. А. Богданович // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка. – 2014. – Вип. 149. – С. 100 – 105.
3. Черевко Г. В. Економіка підприємств: [навчальний посібник] / Г. В. Черевко, Ф. В. Горбонос, Г. Б. Іваницька. – Львів : Апріорі, 2004. – 384 с.

*Прихожа А. К., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник: к.і.н., доцент Помаз Ю. В.*

ЕКОНОМІЧНО АКТИВНЕ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПОРТРЕТ

Сучасні демографічні процеси впливають на якість чисельності економічно активного населення в перспективі. «Старіння» зайнятих у господарському комплексі та скорочення природного приросту населення в майбутньому спричинить обмеженість можливостей працюючих брати участь у процесі виробництва із використанням новітніх науково-технічних досягнень, зрештою проблему забезпечення економіки країни трудовими ресурсами. Тому гострою постає проблема активізації трудового потенціалу країни [1, с.185].

Міжнародною організацією праці рекомендована система класифікації, відповідно до якої населення віком від 15 до 70 років поділяється на економічно активне і економічно неактивне.

Економічно активне населення – це частина населення обох статей, яка протягом певного періоду забезпечує пропозицію своєї робочої сили для виробництва товарів і надання послуг [3].

Кількісно економічно активне населення складається з чисельності зайнятих економічною діяльністю і чисельності безробітних, до яких за цією методикою належать чітко визначені групи людей.

Зайняті економічною діяльністю – це особи у віці 15-70 років, які:

- працювали впродовж обстежуваного тижня хоча б 1 годину за наймом за винагороду в грошовому або натуральному виразі; працювали індивідуально на власному (сімейному) підприємстві або в окремих громадян;

- працювали впродовж 30 годин на тиждень безоплатно на підприємстві, у бізнесі, що належить будь-кому з членів домогосподарства або в особистому селянському господарстві з метою реалізації продукції, що вироблена внаслідок цієї діяльності;

- були тимчасово відсутні на роботі, тобто формально мали робоче місце, власне підприємство (бізнес), але не працювали впродовж обстежуваного періоду з незалежних від них особисто обставин.

Зайнятими за цією методикою вважаються зазначені вище особи незалежно від того, була це у них постійна, тимчасова, сезонна, випадкова чи інша робота [2].

Безробітні у визначенні МОП – це особи у віці 15-70 років, які одночасно відповідають трьом умовам: не мають роботи (прибуткового заняття), шукають роботу або намагаються організувати власну справу, готові приступити до роботи протягом наступних двох тижнів [4].

За даними вибіркового обстеження населення з питань економічної активності середньомісячна кількість економічно активного населення віком 15-70 років у 2016 р., порівняно з 2015 р., зменшилась на 0,8 % і становила 18,0 млн. осіб, з них 17,3 млн. осіб (96,4 %) були у працездатному віці. Рівень зайнятості населення віком 15-70 років зменшився за зазначений період із 56,7 % до 56,3 %, а серед населення працездатного віку з 64,7 % до 64,2 %.

Найвищий рівень цього показника спостерігався серед осіб віком 35-49 років, а найнижчий – у молоді віком 15-24 років та осіб віком 60-70 років.

В умовах ринкової економіки поширюється неформальна зайнятість населення, яка охоплює всі неформальні робочі місця як у неформальному, так і офіційному (формальному) секторах економіки.

Неформально зайнятими є переважно особи з невисоким рівнем освіти та ті, хто займається фізичною або некваліфікованою працею. Зокрема, частка неформально зайнятого населення серед працівників найпростіших професій була значно вищою, ніж серед офіційно зайнятого населення (49,0 % проти 9,2 %) [5].

Загалом за останні роки на ринку праці спостерігається більш позитивна тенденція щодо становища молоді, ніж в період перших років незалежності. Серед наявних проблем найгострішими є: незбалансованість ринку праці; невідповідність між отриманою освітою та потребами ринку праці; низький рівень зайнятості серед молоді 15-24 років; орієнтації на міграцію з метою працевлаштування тощо. Зважаючи на те, що проблеми молоді на ринку праці постійно трансформуються, необхідно розробити перспективний план економічного розвитку молоді, який передбачав би чіткий взаємозв'язок між потребами ринку праці та професійною освітою, ефективне використання трудового потенціалу молоді різного віку та профорієнтацію учнівської молоді відповідно до соціально-економічної ситуації та потреб вітчизняного ринку.

Список використаних джерел

1. Глевацька Н. М. Зайнятість населення України в умовах нестабільної економічної ситуації: основні проблеми і напрями їх вирішення / Н. М. Глевацька, В. А. Михайлович // Наукові праці КНТУ. – 2010. – № 17. – С. 183-192.

2. Економіка праці та соціально-трудові відносини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidruchniki.com/>

3. Економічно активне населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/>

4. Економічно активне та економічно неактивне населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/4653/132/>

5. Збірник «Економічна активність населення України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/11/ Arch_ean_zb.htm

*Ремез В. В. здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Демиденко Л. М.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ У ПІДПРИЄМСТВІ

Економічна ефективність використання сільськогосподарських угідь як засобу виробництва визначається шляхом зіставлення результатів виробництва з площею або вартістю землі. Економічна ефективність використання сільськогосподарських угідь характеризується системою показників, основними з яких є вартісні, а саме землевіддача, землемісткість [1] (табл. 1).

Таблиця 1

Вартісні показники ефективності використання сільськогосподарських угідь у ВСК «Злагода» Полтавського району, 2013 – 2017 рр.

Показники	Роки					Відхилення 2017 р. від 2013 р.	
	2013	2014	2015	2016	2017	абсолютне (+; -)	відношення, %
Одержано на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн: валової продукції	647,5	619,7	810,9	762,9	780,8	133,3	20,6
товарної продукції	679,5	746,7	1261,6	1570,2	2004,6	1325,1	195,0
чистого прибутку	112,0	44,2	198,7	161,7	-91,6	-203,6	-181,7
Землевіддача, коп.	55,2	55,8	72,7	66,6	41,5	-13,7	-24,8
Землемісткість, коп.	1,81	1,38	1,79	1,30	1,91	0,1	5,5
Одержано на 100 га ріллі, тис. грн: валової продукції рослинництва	581,5	546,5	707,9	677,9	464,5	-116,9	-20,1
товарної продукції рослинництва	519,4	554,4	1012,4	1434,1	1453,5	934,2	179,9
валового прибутку галузі рослинництва	135,2	146,6	409,6	380,9	362,4	227,3	168,1

Розмір чистого прибутку за даними табл. 1 в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь ВСК «Злагода» за досліджуваний період

зменшився на 203,6 тис. грн. (у 1,8 рази). Показник землевіддачі зменшився на 13,7 коп. (24,8 %) і становив 41,5 коп., відповідно землемісткість збільшилася на 5,5 % до 1,91 грн, що свідчить про зниження ефективності використання сільськогосподарських угідь підприємства.

Вартість валової продукції рослинництва в розрахунку на 100 га ріллі за 2013 – 2017 рр. зменшилася на 116,9 тис. грн (20,1 %), а товарної продукції рослинництва, навпаки, збільшилася – на 934,2 тис. грн (в 1,8 рази), валового прибутку рослинництва – на 227,3 тис. грн (у 1,7 рази). Отже, спостерігаємо часткове підвищення рівня ефективності використання сільськогосподарських угідь у ВСК «Злагода» Полтавського району.

Для порівняльної характеристики ефективності використання землі можуть застосовуватися непрямі показники: натуральні й відносні [2].

Натуральні показники ефективності використання землі: урожайність сільськогосподарських культур; виробництво основних видів продукції рослинництва у розрахунку на 100 га ріллі, ц; виробництво молока, м'яса великої рогатої худоби та овець в живій вазі, шерсть у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь, ц; виробництво м'яса свиней у живій вазі на 100 га ріллі, ц; виробництво м'яса птиці (ц) і яєць (тис. шт.) у розрахунку на 100 га посівів зернових культур.

Відносні показники ефективності використання землі: частка сільськогосподарських угідь у загальній земельній площі; розораність сільськогосподарських угідь; частка інтенсивних культур у структурі посівів; частка зрошуваних земель у площі сільськогосподарських угідь.

Таким чином, одним із головних завдань аграрних підприємств є підвищення ефективності використання сільськогосподарських угідь.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник ; 2-ге вид., доп. і перероблене] / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Дзямко А. Ю. Ефективність використання земель сільськогосподарського призначення / А. Ю. Дзямко // Економіка АПК. – 2008. – № 6 – С. 53.

*Савельєва (Бахмутова) М. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. і. н., доцент Щетініна Т. О.*

ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Питання регулювання пенсійного забезпечення державних службовців є одним з потужних напрямів досліджень українських науковців. Значною мірою цьому сприяє тенденція до збільшення кількості пенсіонерів державних службовців, що є закономірним при збільшенні працівників, і дана тенденція зберігається протягом останніх років. Дослідник М. М. Шумило наводить цікаву статистику: у 2000 році кількість пенсіонерів державних службовців складала 41948 осіб із середнім розміром пенсії 216,33 грн.; у 2002 – 44525 осіб із середнім розміром пенсії 312,73 грн.; у 2004 – 65183 особи із середнім

розміром пенсії 713,50 грн.; у 2006 – 79606 осіб із середнім розміром пенсії 1675,64 грн., а у 2008 році кількість пенсіонерів сягнула позначки 89175 осіб із середнім розміром пенсії 2074,82 грн. [1, с.203]. Тенденція до збільшення пенсіонерів – колишніх державних службовців буде зберігатися і це лише підтверджується світовою практикою. Так, кількість цивільних державних службовців на 1000 осіб населення складає: у Великій Британії – 76 осіб, у Франції – 87 осіб, у США – 67 осіб, у Німеччині – 59 осіб, у Японії – 36 осіб, а в Україні – лишень 5,5 [1, с. 204].

Аналізуючи стан та перспективи розвитку пенсійного забезпечення державних службовців як компоненту їх соціальної захищеності, вітчизняні дослідники звертаються до зарубіжного наукового доробку та практики, зокрема, досвіду вчених Західної Європи. Існування в західноєвропейських країнах так званих спеціальних режимів пенсійного забезпечення, які поширюються і на державних службовців, пов'язане з історією та традиціями кожної країни. Державні службовці стали першими, кого почали страхувати і виплачувати пенсію, яка дозволяла їм гідно жити після виходу у відставку. Це був і залишається обов'язок держави, що виражається у пенсійному забезпеченні колишніх державних службовців. Така виплата виправдовувалась специфічністю державної служби, коли службовець, працюючи на державу, після виходу у відставку не мав засобів до існування. Сьогодні цей спеціальний статус ставиться під сумнів. Треба також врахувати, що державна служба у різних країнах побудована по-різному, але зберігається єдина тенденція про зближення правових режимів державного та приватного секторів.

Не менш важливим при обчисленні пенсії є пенсійний вік. Він однаковий, як для працівників державного, так і для працівників приватного секторів і коливається від 60 до 65 років. Пенсійний вік залежить від середньої тривалості життя та від фінансового стану пенсійної системи. У деяких країнах відсутній конкретно зафіксований пенсійний вік. Таким чином вводячи більше гнучкості у вибір моменту виходу на пенсію (Фінляндія, Німеччина, Данія). У цих країнах закріплений тільки максимальний і мінімальний пенсійний вік. Це викликано окремими статутами, які регулюють певні галузі, та традиціями певної країни. У державному секторі вони найбільш часто зустрічаються в пенсійному забезпеченні службовців правоохоронних органів, військовослужбовців, у системі правосуддя, а також в сфері охорони здоров'я та освіти. Також зберігається тенденція, яка була закріплена у рекомендації Європейської Комісії, щоб до 2020 року встановити однаковий для чоловіків та жінок пенсійний вік. У країнах, де існують спеціальні режими, пенсійне забезпечення державних службовців здійснюється з державного бюджету. До реформи 1996 року у Німеччині, Данії та Італії державні службовці не брали участі у фінансуванні своєї пенсії (не відраховували пенсійні внески). У Франції, Бельгії та Ірландії державні службовці вносять мінімальні відрахування. Розмір відрахувань може бути різним, у залежності від категорії, функцій і статусу державного службовця [3].

Щодо другого обов'язкового накопичувального рівня пенсійної системи, то він функціонує в 24 країнах світу, серед них, зокрема, такі країни СНД та

Східної Європи, як Росія, Казахстан, Латвія, Польща, Болгарія, Естонія, Хорватія, Угорщина та ін. З них в 17 країнах функціонує централізоване акумулювання коштів, а в 7 децентралізоване. Перевагою централізованого акумулювання коштів є наявність адміністративного впливу державного органу, який може застосовувати санкції за їх несплати. Проте недолік полягає у високотехнічних вимогах до цього органу [2].

У країнах, де немає спеціальних пенсійних режимів, службовці роблять внески на рівні із працівниками приватного сектора. Винятком можуть бути тільки особливо важкі та шкідливі умови праці, це відображається у законодавстві (підземні, гірські роботи тощо).

Розмір пенсії державних службовців залежать від пенсійних режимів, що існують у конкретній країні, а саме, від «замінної ставки» («taux de remplacement»). У країнах, де існують спеціальні режими, для службовців державного сектора «замінна ставка» вища ніж у інших країнах. Вона коливається від 70 % до 100 % (Португалія і Греція до реформ). У Франції, Бельгії, Данії та Іспанії така ставка не стійка, вона залежить від чину державного службовця. У цих країнах важливі особисті внески, які є однаковими як у державному, так і у приватному секторах. Тому «змінна ставка» коливається між 40 – 60 % [3].

Проведення реформи пенсійного забезпечення є актуальним в усі часи, адже закони, що регулюють дані відносини повинні передбачати майбутнє осіб, які вже є на пенсії і осіб, які працюють, але у майбутньому вийдуть на пенсію.

Список використаних джерел

1. Шумило М. М. Правове регулювання пенсійного забезпечення державних службовців : Монографія / М. М. Шумило. – Київ : Ніка-Центр, 2010. – 270 с.

2. Шляхи впровадження накопичувальної пенсійної системи [Електронний ресурс] // Цінні папери. – 2010. – № 2 (596). – 21 січ. – Режим доступу: http://www.securities.org.ua/securities_paper/review.php?id=596&pub=43

3. Толуб'як В. Пенсійна реформа в контексті економічного розвитку / Віталій Толуб'як // Вісник Національної академії державного управління. – 2010. – № 2. – С.232-239

*Сауліна Л. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І. Г.

ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з важливих умов підвищення ефективності й сталості підприємств за ринкових відносин є вдосконалення системи управління з урахуванням факторів забезпечення економічної безпеки. Економічний простір в Україні характеризується зростанням податкової та економічної злочинності в усіх базових сферах економіки, ускладненням способів порушення й використання недосконалості чинного законодавства. За таких обставин процес

успішного функціонування й економічного розвитку українських підприємств багато в чому залежить від забезпечення їх економічної безпеки [2].

Дослідження теоретичних та практичних аспектів забезпечення безпеки розвитку суб'єктів господарювання знайшли відображення у працях Л.І. Абалкіна, М.А. Бендікова, О.І. Барановського, О.А. Груніна, Л.І. Донця, Н.В. Ващенко, Б.З. Мільнера, О.І. Могильного, О.М. Бандурки, В.Є. Духова, Я.А. Жаліло, М.П. Капустіна, А.В. Кириєнка, Г.В. Козаченко, В.А. Ліпкана, О.М. Ляшенко, В.І. Мунтіяна, В.В. Петренка, В.П. Пономарьова, П.Я. Пригунова, А.С. Сосніна, Є.А. Олейнікова, В.В. Шликова та ін.

До зовнішніх загроз і дестабілізуючих чинників можна віднести: несприятливу зміну політичної системи; макроекономічні потрясіння (кризи, інфляція, втрата ринків сировини, матеріалів, енергоносіїв або товарів); протиправну діяльність кримінальних структур, конкурентів і фірм, що займаються промисловим шпигунством або шахрайством, а також правопорушення з боку корумпованих працівників контролюючих і правоохоронних органів. До внутрішніх загроз належать дії або бездіяльність (зокрема умисні або ненавмисні) співробітників підприємства, що суперечать інтересам його діяльності, наслідком яких можуть бути завдання економічного збитку підприємству; порушення порядку використання технічних засобів, встановленого режиму збереження інформації, яка становить комерційну таємницю, підрив його ділового іміджу в бізнес-колах, виникнення проблем у стосунках з реальними або потенційними партнерами тощо [1] (рис. 1).

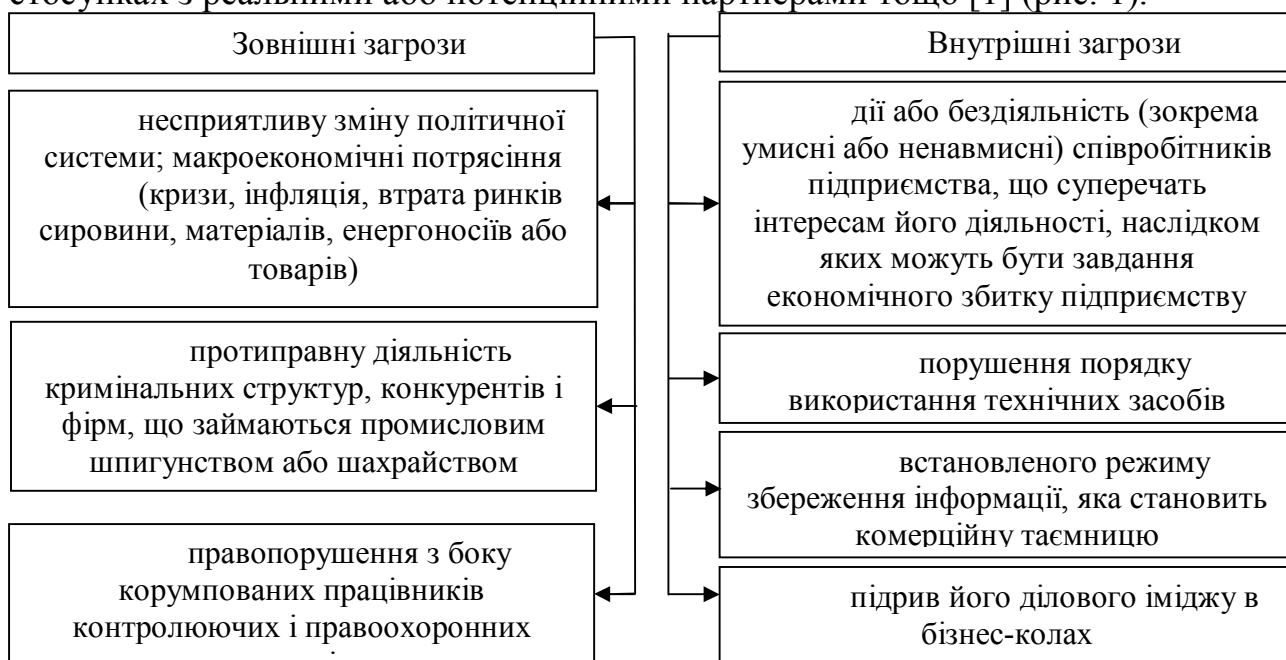


Рис. 1. Зовнішні та внутрішні загрози економічній безпеці підприємства

До факторів, що ускладнюють забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств, відносять нестабільність економічної та політичної ситуації, недосконалість законодавчої бази, неефективне управління без урахування його корпоративного характеру. Разом з тим нинішнє кризове становище значної частини підприємств, половина з яких декларують збитковість діяльності, значною мірою зумовлено не лише соціально-

економічним становищем у країні та несформованістю ринкових відносин, але й відсутністю сформованої корпоративної культури підприємств, недостатнім рівнем розробки науково-методологічних основ забезпечення корпоративної безпеки суб'єктів господарювання, недосконалістю апарату.

Список використаних джерел:

1. Барановський О. І. Фінансова безпека. Інститут економічного прогнозування. К.: Фенікс. 1999. 338 с.
2. Петренко В. В. Заходи економічної безпеки в Україні. К.: АТІКА, 2005. С. 43-45.

*Свистун М. А., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С. В.*

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні ефективність розвитку підприємства визначається злагодженістю дій та професіоналізмом рішень його працівників. З іншого боку, в умовах зростання інформаційності економіки зростають вимоги працівників щодо забезпечення адекватності рівня їх професіоналізму умовам реалізації трудових здібностей. В таких умовах набувають все більшої ваги питання управління трудовим потенціалом підприємств як в частині найповнішої його реалізації, так і у формуванні майбутньої здатності до генерування доданої вартості.

Ефективне формування та використання трудового потенціалу є вирішальною передумовою економічної стабільності на підприємстві, а також його продуктивної діяльності. Трудовий потенціал може скорочуватися або зростати під впливом демографічних процесів. Окрім того, у процесі життєвого циклу людини кількісні і якісні елементи трудового потенціалу мають різне значення [1].

На думку Федоніна О.С. трудовий потенціал - це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства. Таким чином, трудовий потенціал підприємства - це певна система трудових характеристик працівників, які приймають участь у виробничому процесі з урахуванням психофізіологічних особливостей, рівня професійних знань, трудового досвіду при наявності необхідних організаційно-технічних умов [3].

Від ефективного використання трудового потенціалу залежить ефективність діяльності підприємства. При ефективному формуванні та організації трудового потенціалу, а саме персоналу високої якості (набір, прийом, профорієнтація і перепідготовка, проведення атестації і переоцінка рівня кваліфікації) залежить безпосереднього виробництва та продуктивність праці на підприємстві.

Недосконалість системи управління персоналом та мотиваційного механізму, загострення соціально-економічних проблем на підприємствах призводить до значного руху робочої сили, збільшення її плинності, яка сьогодні на підприємствах є досить високою. Падіння продуктивності праці обумовлене в найбільшій мірі зниженням середнього динного виробітку та зменшенням кількості відпрацьованих робочих днів. Збільшення продуктивності праці на підприємствах можливе не тільки за рахунок використання інтенсивних факторів, але й за рахунок екстенсивних [2].

Таким чином, підвищення ефективності функціонування підприємств є загальною державною проблемою, вирішення якої можливе лише за умов ефективного використання всіх елементів виробничого процесу. При цьому покращання використання трудового потенціалу є домінантою в контексті економічного зростання і розвитку національної економіки.

Список використаних джерел

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352с.
2. Управління ресурсами підприємства: Навч.посіб./ Під ред. к.е.н. Ю. М. Воробйова і д.е.н Б.І.Холода. –Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – 288с.
3. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексик О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

*Севрюков В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ.упр., доцент Писаренко В. П.*

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

Процес глобалізації світової економіки вводить нові закономірності і змінює рівні відповідальності за місцевий розвиток. Глобалізація світової економіки призводить до посилення ролі громад в економічному розвитку локальних територій та країни. Наше суспільство вже усвідомлює, що розвиток України залежить від можливості та зацікавленості громад займатися місцевим розвитком. Завершення процесів децентралізації та реформ самоврядування, практична реалізація принципу повсюдності місцевого самоврядування покладе на лідерів громад інший рівень відповідальності за розвиток. Територіальні громади мають перетворитись із об'єкта управління на суб'єкт управління і самостійно забезпечувати свою спроможність. Територіальні громади нести будуть відповідальність за планування свого розвитку, за економічне майбутнє та добробут. Тому місцеві влади повинні розуміти особливості сучасного розвитку, володіти необхідними знаннями, інформацією, навичками та досвідом, щоб забезпечити більшу конкурентоспроможність своїх громад.

Місцевий розвиток, чи розвиток територіальних громад у високорозвинених країнах світу має пряме відношення до «місцевого економічного розвитку». Насправді місцевий економічний розвиток є об'єктивним і складним багатогранним процесом, він стосується відносно

завершеної суспільно економічної одиниці, в якій проявляються всі сторони життєдіяльності суспільства. Ця багатогранність і комплексність процесу місцевого розвитку вимагає запровадження складних системних підходів, залучення значної кількості спеціалістів з різних галузей та врахування і узгодження позицій, адже їх бачення можуть бути такими, що суперечать один одному, а іноді й навіть цілком протилежними. Кожен спеціаліст з погляду своєї професії чи ролі у суспільстві – політик, управлінець, бізнесмен, еколог, демограф, архітектор, інженер-проектант, соціолог, географ тощо – інтерпретуватимуть розвиток з власної позиції [1, с. 113].

Важливість складності та багатогранності місцевого економічного розвитку громади пояснює наявність великого розмаїття визначень (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Тлумачення поняття «соціально-економічного розвитку громади»

Джерело/ автор	Визначення
WorldBank [3, с. 33]	Це спільна робота місцевих людей заради досягнення сталого економічного зростання, яке принесе економічні вигоди та покращення якості життя для всіх членів громади. («Громада» у цьому контексті визначається як місто, міська агломерація чи регіон країни).
Don T. Iannone, Cleveland State University [6, с. 44]	Діяльність підприємств, органів місцевого самоврядування та інших зацікавлених сторін, спрямована на максимізацію економічних ресурсів громади. Соціально-економічний розвиток підвищує добробут, можливості працевлаштування та якість життя громадян.
Reiki Master [5]	Це спільна діяльність влади, бізнесу та громади, метою якої є формування економічного потенціалу населеної місцевості для покращення економічного майбутнього і підвищення якості життя населення.
McGranahan, D. Saterthwaite [4, с. 78]	Це процес стратегічного партнерства, який допомагає прискорити темп зростання продуктивності (ключова економічна мета), стимулюючи інвестиції в нові та наявні підприємства з високим потенціалом до зростання і створюючи такі місцеві факторні умови, які тривалий час сприяють цьому зростанню. Місцевий економічний розвиток орієнтований на зростання добробуту і допомагає закласти основу національного процвітання
R. Brol [2, с. 120]	Це процес, у якому державні та місцеві органи влади, бізнес і неурядові (громадські) організації працюють разом задля створення кращих умов для економічного зростання і додаткової кількості робочих місць

Отже, всі ці визначення та інші характеризують місцевий економічний розвиток наступними ознаками: це процес, діяльність, а не стан; це спільна діяльність громади; це партнерство влади громади та бізнесу; суб'єктом діяльності з місцевого розвитку є місцева громада, тобто населення території або декілька місцевих громад, об'єднаних єдиними цілями; рушійною силою розвитку є фактори місцевих конкурентних переваг; двигуном розвитку територіальної громади є економіка; критерієм розвитку є задоволення потреб членів громади, підвищення життєвого рівня населення, зростання стандартів життя.

Список використаних джерел

1. Васильченко Г. В. Методологія якісного аналізу оцінки стану громади, як засіб управління соціально-економічним розвитком території / Г. В. Васильченко, Н. А. Даляк // Комунальное хозяйство городов. Научно техничний збірник. Харківська національна академія міського господарства, вип. 94 «Економічні науки». – К. : Техніка. – 2010. – С. 112-119.

2. Brol R. Rozwoj lokalny – nowa logika rozwoju gospodarczego / R. Brol. – Wroclaw. – 1998. – 785 p.

3. David Wolf. Social Capital And Cluster Development In Learning Regions / Wolf David. – 2001. – Washington D. C. : World Bank. – 315 с.

4. McGranahan G.. 2014 Urbanisation concepts and trends / G. McGranahan, D. Saterthwaite // IIED Working Paper, IIED, London. 2014. – 420 с.

5. Strategy and Policy Consultant, Reiki Master, Author and Speaker [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.linkedin.com/in/doniannone>.

6. McKinsey Global Institute (2009). Preparing for China's Urban Billion, McKinsey & Company, Chicago. – 420 р.

*Севрюков В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., доцент Писаренко В. П.*

СТРАТЕГІЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ ЯК БАГАТОГРАННЕ ПОНЯТТЯ

Останнім часом процес стратегічного планування як ефективний інструмент такого самовизначення застосовується все частіше. При цьому в Україні стратегічне планування відбувається за різними методиками, що мають походження, зокрема, з США та Польщі. Існує вже певний український досвід, що поєднує в собі найкращі риси різноманітних іноземних методик. До компетенції регіональної та місцевої влади закономірно переходять функції планування та прогнозування соціально-економічного розвитку відповідних територій.

Стратегічний план має виступати як організуюча оболонка для інших документів планування місцевого розвитку, тобто він допомагає сформувати на території цілісну взаємоузгоджену, прозору й ефективну систему планування. Слово «стратегія» походить від давньогрецького «stratos» (мистецтво керівництва суспільною, політичною боротьбою) [1]. Поняття стратегії розвитку громади є достатньо багатограним (рис. 1).



Рис. 1.2. Стратегія місцевого розвитку як багатогранне поняття [2, с. 153]

У сучасному розумінні стратегія повинна: містити ясні цілі, досягнення яких є вирішальним для загального результату місцевого розвитку; підтримувати громадську ініціативу; концентрувати головні зусилля в потрібний час у потрібному місці; передбачати таку гнучкість поведінки, щоб використовувати мінімум ресурсів для досягнення максимального результату; визначати скоординоване керівництво; окреслювати коректний порядок дій; забезпечувати гарантовані ресурси [3, с. 13].

Стратегія повинна бути як реактивною, тобто допомагати органам місцевого самоврядування адаптувати розвиток території до зовнішніх змін, так і проактивною, тобто спрямовувати дії у потрібному напрямку. Стратегічне управління спирається на людський потенціал як основу організації або на територіальну громаду як основу будь-якої території, орієнтує їх діяльність на запити споживачів, здійснює гнучке регулювання і забезпечує своєчасні зміни об'єкта управління, які відповідають викликам з боку зовнішнього середовища. Саме це дозволяє досягати мети функціонування громади та домагатися конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Лисенко Л. В. Партнерська модель управління соціально-економічним розвитком сільських територій: сутність і умови формування // Л. В. Лисенко / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=166>.
2. Панухник О. В. Методичне забезпечення стратегічного планування в регіонах України / О. В. Панухник // Актуальні Проблеми Економіки. – 2011. – № 1 (91). – С. 152-157.
3. Парасюк І. Л. Економіко-правові аспекти понять «агломерація» та «міська агломерація» в українському законодавстві / І. Л. Парасюк // Економіка та держава. – 2010. – № 9. – С. 12-16.

*Севрюков В. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. держ. упр., доцент Писаренко В. П.*

СКЛАДОВІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

Термін «сталий розвиток» офіційно був прийнятий на Всесвітній конференції ООН навколишнього середовища і розвитку, що проходила у Ріо-де-Жанейро. Це стало результатом багаторічної наукової, аналітичної та політичної роботи [1]. Триєдність складових сталого розвитку міст та регіонів зафіксовано у Ольборзькій Хартії міст Європи, схваленою Конференцією, що відбулася в Данії 27 травня 1994 року. Оскільки міста та регіони відрізняються один від одного, вони повинні знайти «...свій власний шлях до сталого розвитку, використовуючи переваги та потенціал як основу для місцевих планів».

Сутність поняття сталого розвитку розглядає як предмет дослідження не лише тільки об'єкти та явища, але й сам розвиток як процес змін, оскільки, як уже зазначалося, світовий розвиток стає все більш стрімким, всеохоплюючим та непередбачуваним. Можливості природи не є безмежні, антропогенний тиск на неї досяг межі здатності природи до самовідновлення [2, с 146].

У міжнародному територіальному поділі праці одні країни (економічно розвинуті) спеціалізуються на виробництві готової продукції, а інші (країни, що розвиваються) – на видобутку та постачанні сировини. Зростає економічна та соціальна нерівність країн світу, виснажуються надра, загострюються екологічні проблеми. Складові сталого розвитку громади наведені на рис. 1.1. Схема формування складових сталого розвитку, представлена на рис. 1.1, відображає алгоритм пріоритетів у діях спільноти щодо вибору складових, цілей та інструментів планування розвитку.

Сталий розвиток не може відбуватися без економічного розвитку. І хоча економічний розвиток сам по собі не гарантує соціального благополуччя, якості життя, збереження життєдіяльності та екологічної безпеки, без економіки вони взагалі неможливі. Рівноцінна присутність економічної, соціальної та екологічної складової забезпечує сталість розвитку, його збалансованість та повноцінність.



Рис. 1.1. Складові сталого розвитку громади [3, с. 74]

Список використаних джерел

1. Місцевий економічний розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.led.net.ua/ukr/tools/41.html>.
2. Нудельман В. І. Проблеми єдиної методики прогнозування розвитку міст / В. П. Нудельман // Містобудування та територіальне планування. – К., 2003. – № 16. – С. 145-154.
3. Місцевий економічний розвиток – шлях до процвітання громади : [посібник з основ теорії і практики МЕР] / Авт. кол. Під ред. О. Кучеренка та І. Лепьошкіна. – Київ: ТОВ «Макрос». – 2014. – 119 с.

*Сіній Т. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Даниленко В. І.*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Значення продукції рослинництва в державі полягає в тому, що країна отримує від цієї галузі продукти харчування в натуральному вигляді, значна частина галузей легкої та харчової промисловості використовує продукцію рослинництва як сировину та забезпечує тваринництво кормами [2, с.]. Отже, актуальність проблеми ефективності галузі рослинництва за сучасних умов у зв'язку з переходом до ринкової економіки виходить на перше місце серед інших важливих проблем, адже рослинництво відіграє важливу роль у формуванні продовольчої безпеки України.

Загальне поняття ефективності є досить широке і вживається в різних галузях національної економіки, у тому числі в рослинництві. Ефективність виробництва – складна економічна категорія, в якій відображується дія об'єктивних економічних законів [1, с. 52].

Для сільськогосподарських підприємств є актуальним аналіз виробництва продукції рослинництва з метою виявлення існуючого стану та розробки планів на майбутнє (табл. 1.1).

Якщо проаналізувати тенденції світового ринку рослинницької сільськогосподарської продукції та їх вплив на перспективи подальшого розвитку галузі рослинництва в Україні, то можна відмітити наступне: темпи збору основних сільськогосподарських культур у 2017 р. порівняно з аналогічним періодом 2016 р. характеризуються наступними даними: станом на 1 вересня 2017 р. зібрано 97,8 % площ зернових і зернобобових, 62,1 % сояшнику, 98,5 % картоплі і 95,6 % овочів відкритого ґрунту до відповідної дати 2016 р. Рівень урожайності по даних культурах в середньому є дещо нижчим, ніж у попередньому періоді, проте, враховуючи, що збір урожаю по ряду культур ще триває, дані можуть коригуватися.

Таблиця 1.1

**Виробництво сільськогосподарських культур у господарствах
України, 2000-2017 рр., тис. т [3]**

Роки	Зернові та зернобобові	Насіння соняшнику	Цукрові буряки (фабричні)	Соя	Ріпак	Картопля	Овочі
2000	24459,0	3457,4	13198,8	64,4	131,8	19838,1	5879,8
2005	38015,5	4706,1	15467,8	612,6	284,8	19462,4	7295,0
2010	39270,9	6771,5	13749,2	1680,2	1469,7	18704,8	8122,4
2011	56746,8	8670,5	18740,5	2264,4	1437,4	24247,7	9832,9
2012	46216,2	8387,1	18438,9	2410,2	1204,4	23250,2	10016,7
2013	63051,3	11050,5	10789,4	2774,3	2335,3	22258,6	9872,6
2014 ¹	63859,3	10133,8	15734,1	3881,9	2198,0	23693,4	9637,5
2015 ¹	60125,8	11181,1	10330,8	3930,6	1737,6	20839,3	9214,0
2016 ¹	66088,0	13626,9	14011,3	4277,0	1153,9	21750,3	9414,5
2017 ¹	61916,7	12235,5	14881,6	3899,4	2194,8	22208,2	9286,3

Отже, одним із визначальних чинників на шляху підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва є інтенсифікація виробництва, яка спрямована насамперед на підвищення врожайності сільськогосподарських культур через використання високопродуктивних сортів та гібридів, удосконалення культури ведення землеробства із застосуванням інноваційних технологій, застосування науково обґрунтованих систем удобрення та системи сівозмін, високоякісне і своєчасне виконання всіх технологічних операцій.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2015. – № 5. – С. 52-63.
2. Газенко К. В. Економічна ефективність виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Вознесенського району миколаївської області // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Випуск 10. – С. 288 – 291.
3. Головне управління статистики у Полтавській області : Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.pl.ukrstat.gov.ua>.

*Скальська Т. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних умовах ринкові відносини виявляються в різноманітних формах. Найбільш масштабно і багатогранно вони відображаються в комерціалізації, для якої характерний вільний вибір виду підприємницької діяльності, поширення товарно-грошових відносин на господарську, економічну, соціальну діяльність, розвиток товарних зв'язків, товарно-грошовий обмін продуктів праці відповідно до законів ринку. Всі ці аспекти

приводять до того, що у сучасній економіці України спостерігається активізація комерційної діяльності підприємств, що об'єктивно зумовлена розвитком конкурентного середовища та появою нових управлінських технологій, орієнтованих на задоволення потреб ринку. З огляду на це дедалі більшого значення набуває комерційне підприємництво як важливий фактор розвитку ринку товарів і послуг.

Одні науковці ототожнюють комерційну і підприємницьку діяльності, інші стверджують, що комерційна діяльність є ширшим поняттям, ніж підприємництво, або ж навпаки (рис. 1).

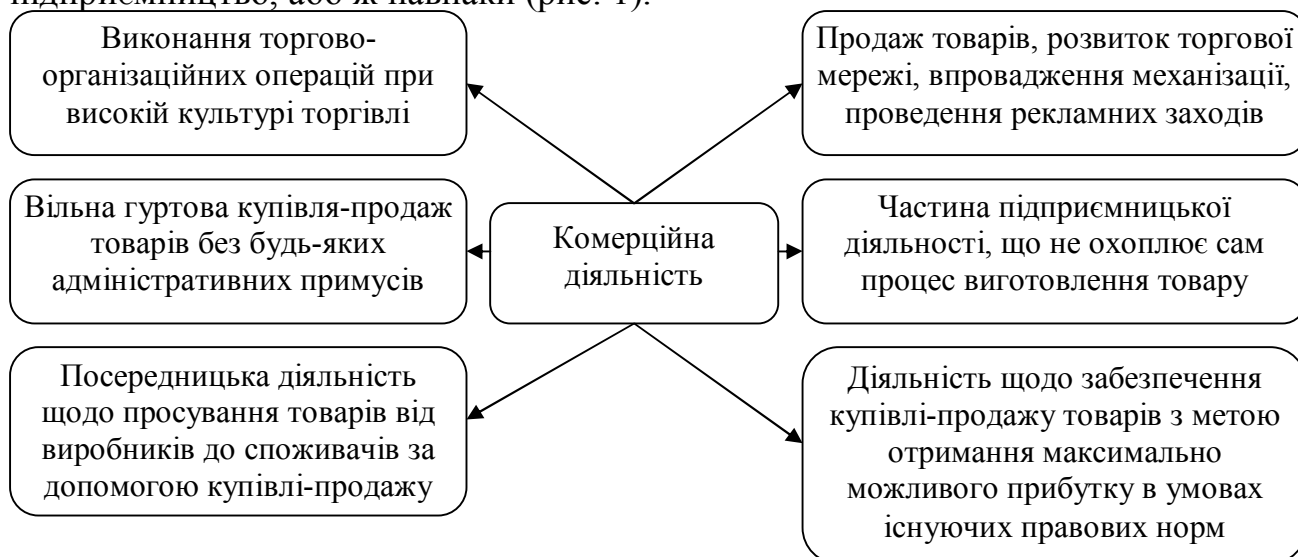


Рис. 1. Варіанти трактування комерційної діяльності [2; 3]

Отже, комерційна діяльність є частиною підприємницької діяльності й відрізняється від неї тільки тим, що не охоплює сам процес виготовлення товару.

Комерційна діяльність підприємств диференціюється [1]:

- за об'єктом купівлі-продажу: фактори виробництва, необхідні для здійснення виробничого процесу; вироблені товари й створені технології; вільні виробничі активи; вільні кошти й паперові активи;
- за роллю підприємства в процесі купівлі-продажу: в одних випадках воно є покупцем, в інших – продавцем;
- за характером зміни права власності: право власності переходить іншій особі – продаж, купівля; право власності не переходить іншій особі – оренда, лізинг;
- за характером вигоди в результаті угоди: безпосереднє одержання прибутку (реалізація виготовлених товарів і розроблених технологій, виконання робіт і надання послуг), створення умов для одержання прибутку в майбутньому (придбання факторів виробництва), зниження витрат виробництва (продаж і здача в оренду вільних активів), капіталізація вільних коштів (інвестування в цінні папери).

Отже, комерційною діяльністю визнається діяльність, яка в умовах конкурентного середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів і збільшення капіталізації її суб'єкта. Операції, пов'язані з реалізацією підприємством комерційної функції,

мають багато спільних рис із торговельними, проте містять істотні відмінності, що виокремлює комерційну функцію з-поміж інших у сфері товарно-грошового обігу.

Список використаних джерел:

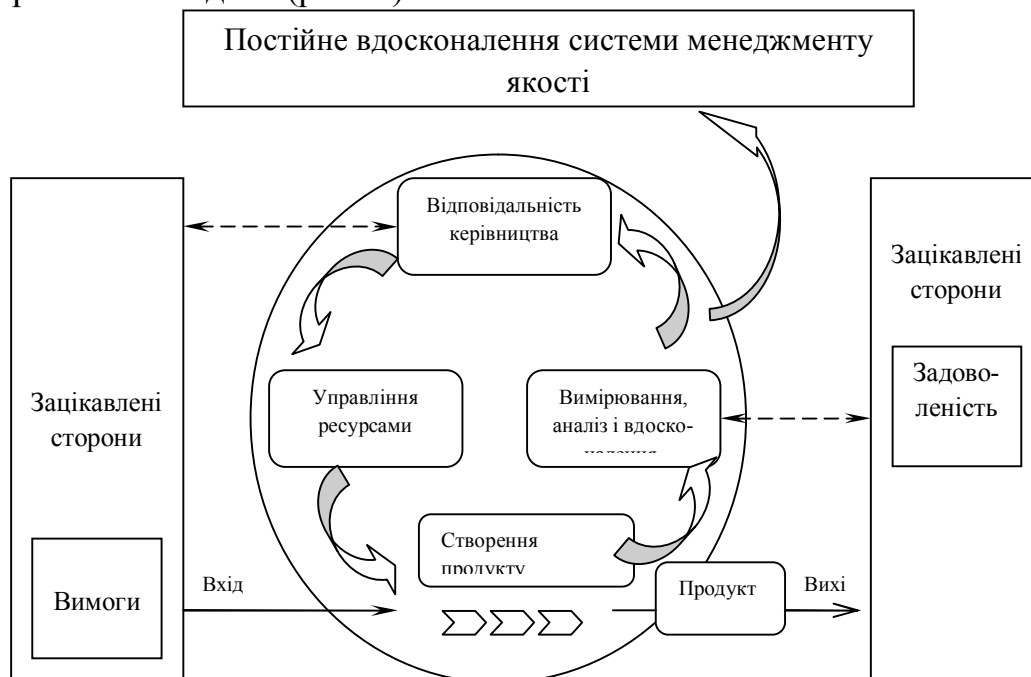
1. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление / Р. И. Бунеева. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 365 с.
2. Комерційна діяльність: [підруч.] / За ред. проф. В. В. Апопія. – К.: Знання, 2008. – 558 с.
3. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.big-library.com.ua/book/>.

*Скляр Д. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н. Олійник Є. О.*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Одна з найважливіших і складних задач управління якістю продукції полягає в тому, щоб, розробляючи заходи з підвищення якості продукції, забезпечити гармонічне поєднання факторів і умов, що дозволяє досягнути максимального ефекту.

Аналіз і опис механізму управління якістю продукції належать до наукових основ практичної діяльності з підвищення якості. Разом з тим, наукові основи повинні постійно розвиватися, поглиблюючи пізнання природи якості продукції і озброюючи виробників найбільш прогресивними методами підвищення якості. Для того, щоб уявити суть процесів системи менеджменту якості, зобразимо її модель (рис. 1).



_____ Види діяльності, що додають цінність
..... Інформаційний потік

Рис. 1 Модель системи менеджменту якості, в основу якої покладено процеси
Джерело: [1, с. 149]

З моделі видно, що зацікавленим сторонам (виробникам, постачальникам, споживачам) належить важлива роль у визначенні вимог як до входів, так і до виходів даної системи.

Багатоплановий і широкий характер діяльності з поліпшення якості продукції потребує значної науково-дослідної роботи в таких напрямках розвитку фундаментальних і прикладних досліджень з проблем якості: дослідження і розробка такого механізму ціноутворення, який забезпечував би покриття витрат на створення і виробництво продукції та економічне стимулювання і зниження затрат на одиницю корисного ефекту від використання продукції; розробка питань кількісних методів впливу поліпшення якості продукції на економію матеріальних, енергетичних і трудових ресурсів; розробка і впровадження в практику сучасних методів конструювання, моделювання і дизайнерських рішень, які гарантують високу якість продукції.

Будь-яка система управління може ефективно функціонувати тільки за наявності критерію управління. Управління якістю не є винятком з цього загального правила.

Відомо, що будь-який виріб має велику кількість характеристик, які демонструють його якість. Зі значної кількості дій з управління якістю необхідно вибрати одну характеристику або їх групу. Універсальними вимірниками зусиль в організаційно-економічних системах є економічні: трудомісткість або вартісна форма в гривнях, тому при управлінні якістю необхідно користуватися критеріями,

Список використаних джерел:

1. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности: Пер. с англ. / Филипп Никсон. – М.: Издательство стандартов, 2000. – 230 с.

2. Фейгенбаум А. Контроль якості продукції [монографія] / А. Фейгенбаум. – К.: Діло, 2015. – 318 с.

*Степаненко Я. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н. Вараксіна О. В.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

На сьогоднішній день існує багато програмних продуктів, які можуть частково або майже повністю замінити людину в процесі управління. Такі продукти можуть бути комплексними та локальними. Комплексне програмне забезпечення інтегрує всі функціональні елементи підприємства і може містити в собі бази даних з інформацією і розрахунками по всім підсистемам підприємства. Але, як правило комплексні інформаційні системи дорого коштують і використовуються тільки на великих підприємствах [1, с. 85].

Щоб обрати найбільш оптимальний програмний продукт спочатку слід провести ретельний аналіз існуючого програмного забезпечення на ринку та

ознайомитися з усіма перевагами та недоліками таких інформаційних систем. Приклад такого аналізу представлений у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика програмних продуктів для реалізації функції підбору персоналу [2, с. 30]

Назва програмного продукту	Характеристика, основні функції та задачі програмного забезпечення
1	2
ТЕЗАЛ (ТЕЗАурус автоматизований особистісний)	Багатофункціональна експертна система, призначена для автоматизації процесів збору та інтерпретації інформації про особистісні риси, інтеграції тестових даних та експертних оцінок. Функції програми: лінгвістичне забезпечення роботи психолога; створення текстових інтерпретацій до факторних профілів; побудова реальних і «ідеальних портретів» фахівців різних професій за допомогою опитування експертів.
ПРОФПЛАН (Інтерактивна профорієнтаційна система)	Дана система розроблена з метою підтримки консультаційної роботи співробітників центрів зайнятості, психологів-профконсультантів, фахівців з розвитку персоналу. Функції програми: інтерактивна візуалізація діагностичного профілю клієнта профорієнтаційної консультації; надання довідкової інформації за професіями та спеціальностями; підготовка профорієнтаторів-консультантів (в режимі тренінгу та іспиту).
Комп'ютерна система тестування MAINTEST: КОНКОМ (Конструктор компетенцій)	Дозволяє створювати звіти у вигляді індивідуального профілю компетенцій на підставі результатів тестів для ухвалення оперативних управлінських рішень. Призначена для використання працівниками кадрових служб організацій, які впроваджують сучасні методи управління персоналом, засновані на використанні моделі компетенції. Функції програми: розстановка кадрів; конкурсний відбір; складання планів навчання та розвитку персоналу.
Комп'ютерна система PSI-KAPTA	Система кількісної експрес-діагностики для відбору кандидатів на типові управлінські та виконавські позиції і для кадрового моніторингу службовців. Функції програми: складання посадових PSI-карт для прийому на роботу відповідно до наявної професіограми; підстроювання їх критеріїв до вимог конкретної організації; зберігання і порівняння між собою отриманих даних; проведення психологічного тестування тих якостей, оцінка яких знаходиться в компетенції психолога; здійснення моніторингу успішності професійної діяльності відібраних співробітників за допомогою процедури атестації.

Таблиця розкриває сутність найбільш популярних програм, що використовуються при професійному підборі персоналу. Деякі програми прийнято використовувати не тільки при підборі персоналу, але й при звичайному психологічному тестуванні, для його спрощення автоматизації та прискорення [3, с. 58]. Враховуючі дані аналізу різноманітних систем автоматизованого процесу підбору персоналу слід зазначити, що найбільш комплексною і багатофункціональною є програмне забезпечення ТЕЗАЛ – є експертна система, яка дозволяє обрати найкращого кандидата з можливих.

Список використаних джерел

1. Богиня Д. П. Трудовий менталітет у системі мотивації праці / Д. П. Богиня, М. В. Семікіна. – Кіровоград : Поліграф-Терція, 2010. – 165 с.

2. Вітвіцький В. Вплив основних чинників на підвищення продуктивності праці / В. Вітвіцький, 3. Мемельська // Україна : аспекти праці. – 2014. – № 2 – С. 29-34.

3. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О. А. Грішнова. – К. : Т-во Знання, КОО, 2005. – 254 с.

*Степаненко Я. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н. Вараксіна О. В.*

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

З огляду на постійний розвиток новітніх технологій сільськогосподарським підприємствам необхідно постійно підвищувати кваліфікацію персоналу. Тенденції сьогодення, зокрема: зростання рівня інфляції та цін на енергоносії, призвели до виникнення у підприємстві проблем із розміром та виплатою заробітних плат, що зумовило виникнення загрози втрати кваліфікованого персоналу [3, с. 35]. Тому підприємству необхідно застосовувати нові підходи до управління персоналом, що дадуть змогу сформувати лояльність існуючого персоналу та ефективно задовольнити потребу в персоналі. Процес розробки стратегії управління персоналом запропоновано структурувати за п'ятьма послідовними етапами (рис. 1).

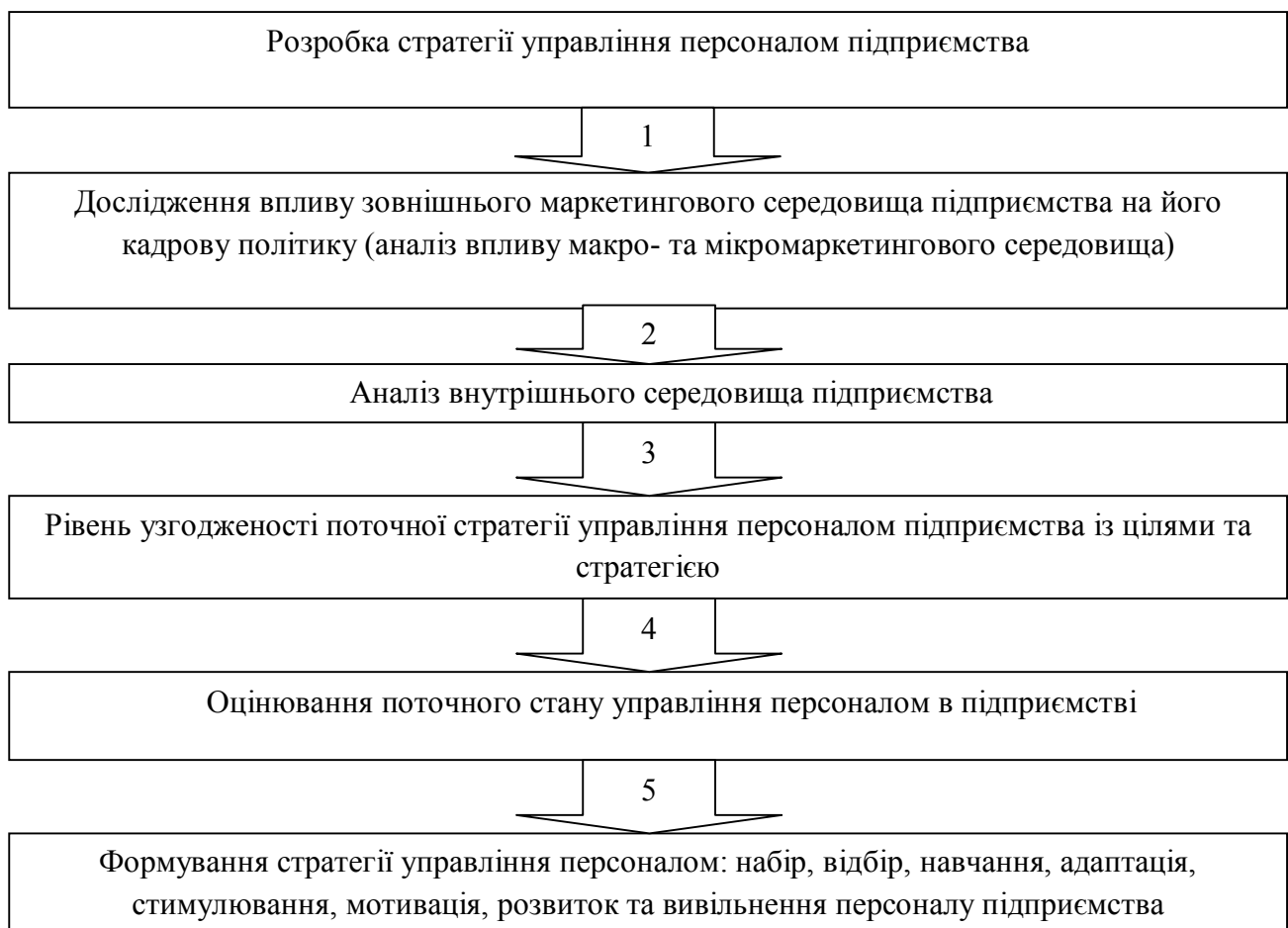


Рис. 3.1. Розробка стратегії управління персоналом підприємства [1, с. 94]

Отже, етапи розробки стратегії управління персоналом включатимуть: визначення впливу факторів макро- та мікроринкового середовища ринку праці; аналіз внутрішнього стану підприємства; визначення рівня узгодженості поточної стратегії управління персоналом підприємства із цілями та стратегією підприємства оцінювання поточного стану управління персоналом на підприємстві; безпосередньо формування стратегії управління персоналом. Для ефективного використання зазначених можливостей підприємствам необхідно створювати позитивний імідж роботодавця, використовувати сучасні методики управління персоналом, а також брати на роботу освічену молодь.

Основною метою управлінських персонал-технологій є оптимізація та підвищення результативності управлінського процесу щодо роботи з персоналом, що досягається через пошук та застосування більш ефективних методів управління персоналом, які сприяють раціоналізації процесу управління шляхом виключення окремих видів діяльності чи операцій, зокрема тих, які не є необхідними для досягнення поставленої мети та вирішення управлінських завдань [2, с. 18]. З огляду на це, необхідна активізація використання сучасних персонал-технологій, які відповідають умовам бізнес-середовища і будуть спрямовані на реалізацію стратегії підприємства, а також дадуть змогу вирішувати поточні питання трудової діяльності персоналу та сприятимуть підвищенню ефективності управління персоналом.

Список використаних джерел

1. Гайовий О.М. Стратегія управління персоналом / О.М. Гайовий, А.В. Каперенков // Проблеми і перспективи розвитку фінансової системи України : Наукові праці МАУП. Вип. 9. – К. : МАУП, 2013. – С. 97-99.
2. Денисенко І. А. Трудові ресурси сільської місцевості – основа економічного зростання держави / І. А. Денисенко // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету / Редкол. : П. Г. Копитко (відп. ред.) та ін. – Умань, 2013. – Вип. 61. – Ч. 2. – С. 18-20.
3. Смолівик П. В. Управление процессом подбора персонала / П. В. Смолівик // Персонал. – 2014. – № 4. – С. 35.

*Таран С. Ю., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.

ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Нестабільність зовнішнього середовища змушують підприємства все частіше використовувати маркетингові засоби для забезпечення стабільності функціонування.

Під маркетинговим управлінням розуміють комплекс заходів, що спрямований на вивчення ринкових потреб споживачів та максимальне їх задоволення через організацію, виробництво, та збут продукції з метою отримання прибутку. Особливою складовою маркетингового управління підприємства є пошук маркетингової інформації, на основі якої приймається

більшість управлінських рішень, спрямованих на реалізацію стратегічного потенціалу підприємства [1].

Робота сучасного підприємства вимагає вдосконалення організації, планування і управління виробничо-господарською діяльністю, розробки нових економічних підходів та вирішення таких завдань як дослідження ринку та швидка зміна асортименту продукції, пристосовування до запитів різних груп споживачів та систематична робота із підвищення ефективності діяльності, посилення конкурентоспроможності та удосконалення організації збуту і просування продукції. Вирішення усіх перерахованих задач здійснюється за допомогою управління.

На сьогодні у науковій літературі роль маркетингового управління підприємством розглядається з погляду двох концепцій: суть першої полягає в тому, що маркетинг розуміється як частина процесу управління, є його організаційною структурною складовою і виконує частину функцій, пов'язаних з реалізацією продукції. Інша ж концепція полягає в підході до маркетингу як до системи, яка є основою управління підприємством в цілому. Цей підхід характеризується орієнтацією всіх структурних елементів підприємства на ринкові потреби споживача починаючи від початку створення, формуючи при цьому стратегію всього його розвитку на кожному із етапів його функціонування.

При цьому в науковій літературі з маркетингового менеджменту часто визначення «маркетингове управління» та «управління маркетингом» ототожнюють як однакові поняття, наділяючи їх аналогічними характеристиками. Неправильне їх тлумачення призводить до нерозуміння самого процесу управління підприємством на засадах маркетингу. У зв'язку з цим зазначимо, що під «маркетинговим управлінням» потрібно розуміти одну з форм управління підприємства на засадах маркетингу, при якій усі структурні підрозділи підприємства орієнтуються на ринок та задоволення потреб споживача. У свою чергу під «управлінням маркетингом» слід розуміти направленість структурного підрозділу підприємства на вивчення попиту та розробку стратегій реалізації продукції при цьому не здійснюється першочергова орієнтація підприємства на потреби ринку всіх структурних елементів починаючи від початку його створення і закінчуючи реалізацією продукції [1].

Управління підприємством на маркетингових засадах стає важливим чинником функціонування підприємства у сучасних умовах. Однак, досягнення успішної діяльності підприємства під час постійних змін у зовнішньому середовищі, навіть за наявності організованої маркетингової діяльності, можливе лише за однієї умови - коли маркетингове управління буде здійснюватись на стратегічних засадах, перетворюючись на повноцінне стратегічне маркетингове управління.

У сучасній науці представлені різноманітні трактування поняття «стратегічне управління». Так, під стратегічним управлінням розглядають: процес прийняття і здійснення стратегічних рішень, центральною ланкою якого є стратегічний вибір, що базується на зіставленні власного ресурсного

потенціалу підприємства з можливостями і загрозами зовнішнього оточення, в якому воно діє [1].

В свою чергу І. Ансофф відзначає, що: «стратегічне управління - це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій» («стратегічного набору») [2, с.18].

Інші науковці розглядають стратегічне управління, як технологію управління організацією в умовах підвищеної нестабільності зовнішнього середовища та його невизначеності [3].

Тому, не виникає сумніву, що стратегічне управління невід'ємно пов'язане зі змінами зовнішнього ринкового середовища та можливостями підприємства. Враховуючи той факт, що маркетингова діяльність є основною ланкою взаємозв'язку між зовнішнім ринковим середовищем та діяльністю підприємства, можна зробити висновок, що основу здійснення стратегічного управління підприємством повинна складати маркетингова діяльність, а саме - стратегічне маркетингове управління.

Список використаних джерел

1. Клейнер Г. Б. Стратегічний менеджмент: актуальні проблеми та нові напрямки / Г. Б. Клейнер // Проблеми теорії і практики управління. - № 1. - 2009. - С. 15-22.
2. Ансофф І. Х. Стратегія управління / І. Х. Ансофф [За редакцією Л. І. Євєнко]. - М.: Економіка, 2009. - 519 с.
3. Данько Т.П. Управління маркетингом / Данько Т.П. - М.: Інфра-М 2009 - 363с.

*Терно А. І., Ляшенко В. Ю., здобувачі вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к. е. н. Вороніна В. Л.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах процесу глобалізації формуються умови, коли Україна може використати свій науково-технічний потенціал та поступово перейти від індустріального до технологічного базису в економічному розвитку. Для технологічного стрибку їй необхідно зосередити головну увагу на розвитку конкурентоспроможних високотехнологічних галузей економіки. Щоб не залишитись осторонь світових економічних перетворень, вона повинна спиратись на інформаційно-інноваційну модель розвитку. Наразі одним із дієвих виправданих механізмів впровадження високотехнологічних інноваційних проектів є венчурне підприємництво [1].

Розвитком венчурного бізнесу в Україні займаються науковці: Л. Антонюк, О. Бондаренко, Н. Дучинський, Д. Денисенко, А. Лукашов, Т. Майорова та інші. У своїх працях вони досліджують природу венчурного

капіталу, шляхи встановлення венчурної діяльності та аналіз міжнародного застосування.

В Україні існує велика кількість невирішених проблем, які стримують подальший розвиток венчурного підприємництва. І однією з найпоширеніших з них є, на нашу думку, проблема слабкості фондового ринку та відсутність гарантій для венчурного інвестора, які б обмежували його ризики. Звичайні привілейовані акції, закріплені українським законодавством, не дають права участі в керуванні та можуть складати лише 10% статутного капіталу, що часто недостатньо для венчурного проекту. Тому єдиним інструментом венчурного інвестора в Україні залишаються звичайні акції, що не страхують вкладника від несприятливої реалізації проекту.

Також в Україні спостерігається погіршення ситуації в секторі генерації наукових знань. Від колишнього СРСР Україна отримала потужний науково-дослідницький сектор, який сьогодні вже не відповідає сучасним потребам країни. Наявним є недофінансування й деградація основних наукових шкіл, очевидна втрата зв'язку дослідницького сектора з реальними потребами економіки та виробництва. Вітчизняний бізнес не є замовником та реальним споживачем прикладних досліджень, як це відбувається в усьому світі, коли гроші венчурних компаній стають важливим джерелом фінансування науковців. На сьогоднішній день в Україні існує гостра необхідність фахівців у сфері венчурного менеджменту, які володіють технологіями виявлення та оцінки інноваційних проектів та вміють забезпечити стабільне фінансування в період ранньої стадії розвитку проектів, сприяти проведенню науково-технічної, маркетингової та інвестиційної експертизи, виявляти ризики, знаходити під кожний перспективний проект відповідних інвесторів.

Крім цього болючою проблемою залишається слабкість інституту захисту інтелектуальної власності. При аналізі ринку інновацій в Україні доведено, що незважаючи на збільшення номінальної кількості, якість або науково-технічний рівень розробок продовжує знижуватися.

Незважаючи на зазначені негативні моменти, в Україні є підстави сподіватися на успіх. Насамперед через наявність галузей, що мають потенціал зросту й велику кількість перспективних проектів, які потребують фінансування і є потенційно вигідними для венчурного інвестора. Тому нагальною потребою є необхідність виробити грамотну державну політику стимулювання венчурного бізнесу з урахуванням провідного зарубіжного досвіду. Держава має розділити з бізнесом ризики впровадження інновацій та вдосконалити законодавство зі стимулювання інноваційної діяльності, режимів роботи технопарків, автономії українських вузів.

Список використаних джерел

1. Федулова Л.І. Інноваційна економіка. – К.: Либідь, 2006 - 155с.
2. Яскевич А.Й. Державне регулювання розвитку венчурного бізнесу в інвестиційній сфері. Режим доступу: <http://www.academy>

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТАДІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Кількість літератури, присвяченої розробці стратегії, значна і невпинно зростає. Незважаючи на те, що досліджень на цю тему чимало, єдиного визначення стратегії не існує. Як наслідок – наявність великої кількості концептуальних основ для визначення та впровадження стратегії.

На думку перших вчених, які займалися дослідженнями в цій сфері, таких як А. Аакер, стратегія – це раціональне прийняття рішень, в результаті яких ресурси компанії протиставляються можливостям, запропонованим умовами конкуренції [1, с. 245]. Інші, такі як М. Армстронг, стверджують, що зовнішнє середовище має визначний вплив на процес формування стратегії в компаніях.

З іншого боку, прибічники думки про важливість ресурсів стверджують, що не оточення, а ресурси компанії є основою формування стратегії підприємства. Незважаючи на згадані розбіжності, всі концепції об'єднує одна спільна мета – оптимізація діяльності компанії по відношенню до інших в одному і тому ж конкурентному середовищі. Однак, цього досягти стає усе важче й важче з огляду на те, що рівень конкуренції у різних конкурентних середовищах продовжує зростати [3, с. 31].

Зростає також усвідомлення того, що у високо динамічних конкурентних середовищах традиційний підхід до розробки стратегії часто не дає бажаних результатів, і компанії повинні орієнтуватись на більш динамічні концепції, так як основні умови змінюються раніше, ніж сформульовані стратегії досягають цілковитого втілення. Але залишається незрозумілим, як досягти динамічного підходу до розробки стратегії.

Поразки та невдачі, навпаки, списуються на нерозважливість виконавців, які своєю недолугістю призвели до краху «блискучого» стратегічного задуму. Отже, традиційна свідомість схильна розглядати стратегію як дещо відокремлене від безпосередніх суспільних процесів, феномен месіансько-харизматичної природи, який, виникаючи, може потрапити на родючий чи несприятливий ґрунт, може бути прийнятим чи відкинутим суспільством, бути доречним чи випередити свій час – від чого й залежить результативність його втілення [3, с. 42].

Безперечно, якщо розглядати стратегію суто як певну ідеологічну конструкцію, теоретичну концепцію, яка постає в уяві певних осіб (і часто там й вмирає), такий підхід має право на існування. Проте сьогодні термін «стратегія» пустив уже надто глибоке коріння в суспільній свідомості, щоб ставитися до нього лише як до явища ідеального світу. Саме цей термін досить часто вживається для визначення довгострокових концептуальних планів впливових економічних сил, які мають достатню потужність для того, щоб втілити (чи принаймні спробувати втілити) ці плани у життя.

Список використаних джерел

1. Аакер А. Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / Аакер А. Д.; пер. с англ.; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / М. Армстронг: пер. с англ. – М.: ИНФРА – М, 2002. – 328 с. – (Серия «Менеджмент для лидера»).
3. Стратегічне управління: [навч. посіб.] : для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 Менеджмент / О. Б. Гевко, Н. М. Шведа – Тернопіль ФОП Паляниця В. А., 2016. – 152 с.

*Ткаченко Н. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Аналіз практики функціонування і розвитку підприємств - світових лідерів різних напрямів діяльності свідчить про поширеність в їхній управлінській практиці інструментів процесного управління. За оцінками експертів відомої консалтингової компанії McKensey, процесне або процесно-орієнтоване управління (від англ. - Activity-Based Management) останнім часом є однією з домінантних управлінських ідеологій успішних компаній. У цьому контексті українська ділова спільнота не є винятком. В межах проекту «Бенчмаркінг в Україні» компанія Strategy Consulting Group дослідила методи й концепції управління на українських підприємствах, за результатами цього дослідження виявлено домінантну позицію таких управлінських інструментів, як реінжиніринг бізнес-процесів, системи збалансованих показників, системи управління якістю, а також процесно-орієнтованого управління підприємством (рис. 1).

Активні дослідження науковців і практичний досвід упровадження процесного управління суттєво збагатили концептуальні ідеї засновників процесного управління.

Визнанням авторитетом у сфері розуміння ролі процесів у досягненні компаніями конкурентної переваги залишається Майкл Е. Портер [18], який у 1985 році запропонував принципи організації бізнесу на основі ланцюга створення цінності, що дало можливість обґрунтувати межі бізнесу, його роль в сукупному ланцюгу, взаємодію із клієнтами та позиціонування в кластері.

Не можна не зазначити суттєвого внеску в становлення процесної ідеології Р. Каплана [6; 10], Г. Кокінза [7], Р. Купера [8; 9], які наприкінці минулого століття активно розробляли нові принципи побудови управлінського обліку в межах діяльності Міжнародного консорціуму з розвитку виробництва (Consortium for Advanced Manufacturing

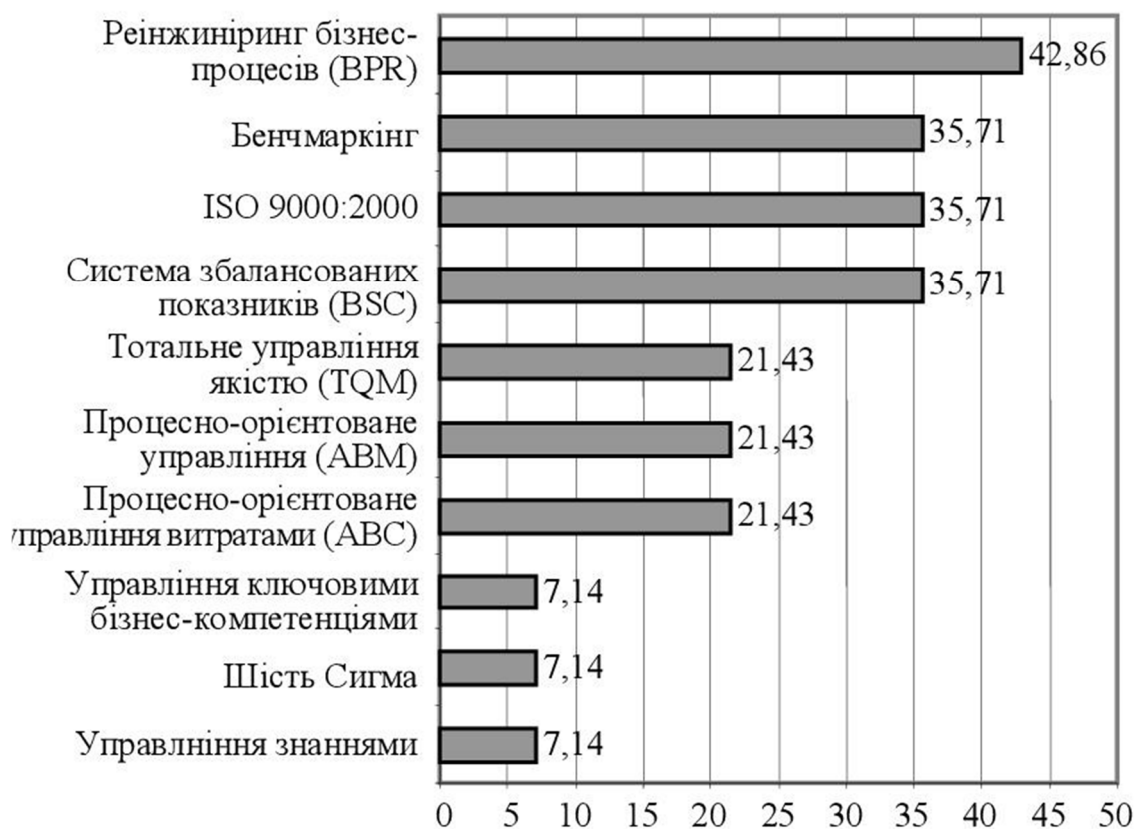


Рис. 1. Популярність управлінських технологій серед українських компаній, що обирають концепцію трансформації системи управління (% від опитуваних) [3]

Активні дослідження науковців і практичний досвід упровадження процесного управління суттєво збагатили концептуальні ідеї засновників процесного управління.

Визнаним авторитетом у сфері розуміння ролі процесів у досягненні компаніями конкурентної переваги залишається Майкл Е. Портер, який у 1985 році запропонував принципи організації бізнесу на основі ланцюга створення цінності, що дало можливість обґрунтувати межі бізнесу, його роль в сукупному ланцюгу, взаємодію із клієнтами та позиціонування в кластері.

Не можна не зазначити суттєвого внеску в становлення процесної ідеології Р. Каплана, Г. Кокінза, Р. Купера, які наприкінці минулого століття активно розробляли нові принципи побудови управлінського обліку в межах діяльності Міжнародного консорціуму з розвитку виробництва (Consortium for Advanced Manufacturing — International). Основним завданням дослідників було розроблення системи управлінського обліку,

Необхідно виходити із того, що бізнес-модель - це метод ведення бізнесу, який забезпечує конкурентну стійкість і швидке зростання підприємства. Стійкість бізнес-моделі досягається завдяки правильному баченню її автором таких ключових аспектів створення нової цінності (інновації) [1].

Усі дослідники виділяють ключові елементи бізнес-моделі, які характерні для будь-якого підприємства та визначають її основний зміст [2]:

- цінність для зовнішніх клієнтів, яку пропонує компанія на основі своїх продуктів і послуг;
- система створення цієї цінності, яка включає постачальників і цілілових клієнтів, а також ланцюжки створення цінності;
- активи, які підприємство використовує для створення цінності;
- фінансову модель підприємства, що визначає структуру її витрат і способи отримання прибутку.

Отже, бізнес модель - це загальна картина того, як інноваційна концепція буде створювати економічну цінність для покупця, для фірми, для акціонерів і партнерів. Цінністю для споживачів можуть бути різні продукти чи послуги. У бізнес- «моделі описується спосіб, яким підприємство диференціює себе від своїх конкурентів, і причини, з яких споживачі надають перевагу саме цьому підприємству, а не будь-якому іншому.

Список використаних джерел

1. Котельников В. Модель бизнеса и ее шесть компонентов. -Режим доступа: http://www.cecsi.ru/coach/business_model.html.
2. Сооляттэ А. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация. - Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2302>
3. «Бенчмаркінг в Україні» компанія Strategy Consulting Group - Режим доступа: https://www.euroindex.ua/print.php?ide=21&fs_cat=175&idf=11385

*Ткаченко Н. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлова О. С.*

РОЗРОБКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ ПП «ІМЕНІ КАЛАШНИКА»

Розробка бізнес-моделі підприємства здійснюється в контексті місії організації, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах змінного економічного середовища. Стратегічне управління стосується й цілей, і засобів.

Провівши SNW-аналіз було запропоновано стратегію диверсифікованого зростання, а саме центральної диверсифікації, що базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів. Просування на нові ринки за рахунок переробки власної продукції дозволить розширити асортимент.

Поняття диверсифікації застосовується при формулюванні портфельної стратегії як один із чотирьох її компонентів, а саме як вектор росту або напрямок майбутньої сфери діяльності підприємства.

Диверсифікація діяльності підприємства – означає оновлення (диференціацію) і товару, і ринку підприємства одночасно, вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки.

Якщо вектор росту спрямований на розвиток ринку, то йдеться про формування попиту на нові товари підприємства і вибирається напрямок діяльності підприємства – розвиток маркетингу. Якщо ж вектор росту вказує на

розвиток товару, то йдеться про створення нового товару і вибирається напрямок – зміна технології. Якщо ж вектор росту спрямований одночасно і на оновлення ринку, і на оновлення товару, тобто вибирається стратегія диверсифікації, то загальний напрямок простежується слабкіше ніж у попередніх двох випадках, оскільки одночасно вдосконалюються і маркетингова діяльність і технологія виробництва.

Згідно обраної стратегії доцільно запропонувати наступні заходи для вдосконалення роботи підприємства зображені на рис. 1.

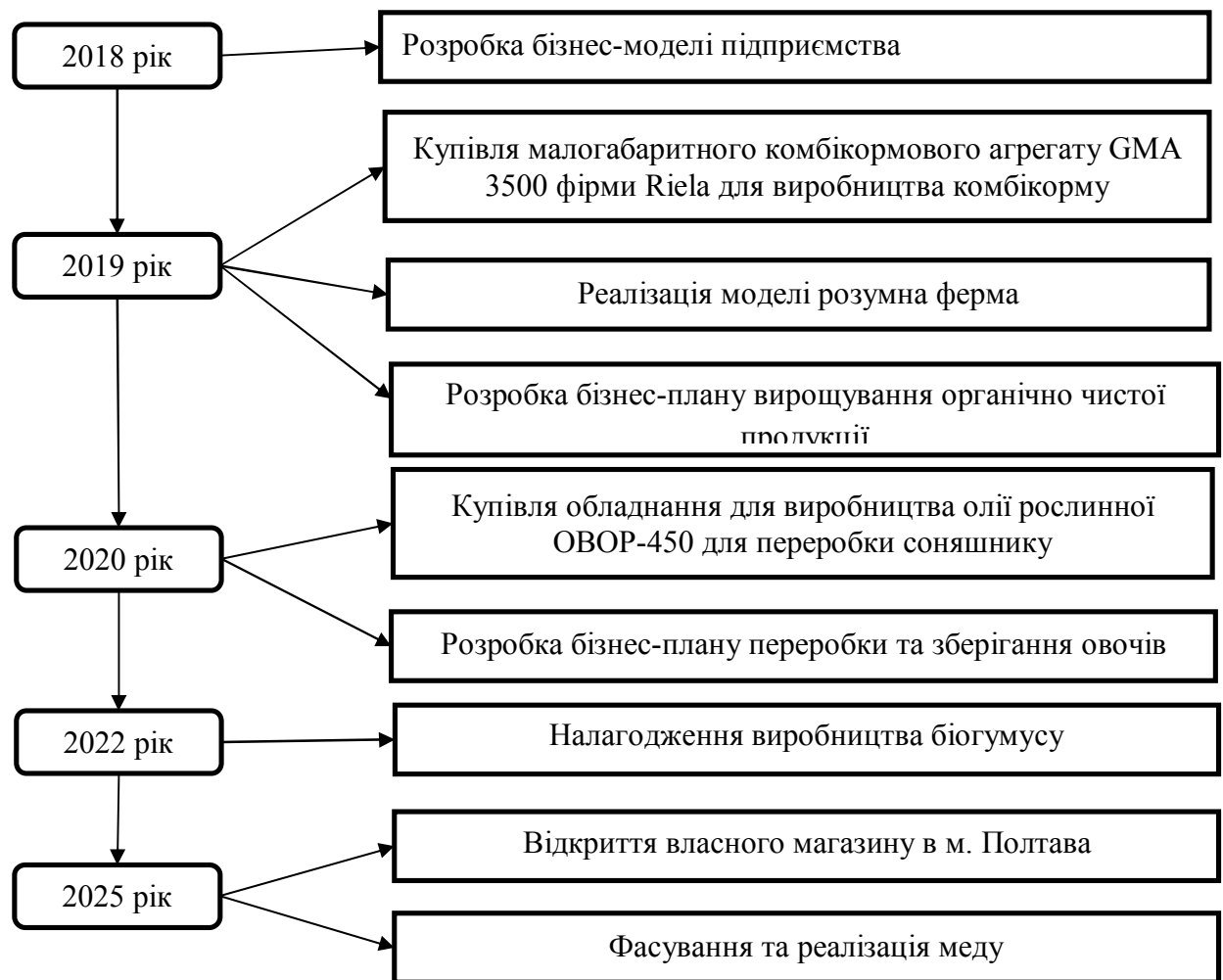


Рис. 3.1. Бізнес-модель розвитку ПП «імені Калашника»

Тобто, як уже зазначалось, диверсифікація означає вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки. Здійснюватись вона може як через створення нових підприємств, так і шляхом скуповування з існуючих або злиття з ними. В результаті відбувається перехід від односторонньої виробничої структури до багатопрофільного виробництва.

За великим рахунком диверсифікація, як порівняно нове явище, покликана до життя науково-технічною революцією, а саме необхідністю пристосування бізнесу до швидких структурних змін, посилення конкурентної

боротьби внаслідок насичення ринку. В цих умовах диверсифікація використовує переваги комбінування, проникнення в нові прибуткові галузі.

Також диверсифікація стабілізує бізнес, робить його менш вразливим до спадів у тих чи інших галузях, оскільки, володіючи підприємствами в різних сферах економіки, диверсифіковане підприємство має змогу компенсувати спад збуту на ринку одних товарів його зростанням на інших. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства більш стійкі та конкурентно-здатні ніж вузькоспеціалізовані. Вони мають можливість переливати капітал у найприбутковіші галузі. Отже диверсифікація – це організаційно-економічний фактор підвищення ефективності виробництва.

Таким чином, значення диверсифікації діяльності підприємства в розробці і здійсненні його портфельної стратегії достатньо помітне. З одного боку, диверсифікація – один із важливих напрямків діяльності підприємства, тобто вказує, які конкретно стратегічні одиниці бізнесу і в яких стратегічних зонах господарювання будуть працювати в майбутньому. З другого боку, диверсифікація в значній мірі забезпечує стратегічну гнучкість портфеля підприємства, оскільки задоволення широкого кола потреб і застосування кількох технологій не допустить ситуації, коли несподівані зміни можуть привести до серйозних руйнівних наслідків.

*Ульянченко О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування*

Науковий керівник: д. держ. упр., професор Лозинська Т. М.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНУ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ

Організація – важкий механізм, основою життєвого потенціалу якого являється організаційна культура. Згідно з визначенням Ленської В. Ю.: «Організаційна культура державної служби являє собою комплекс цінностей і норм службової поведінки, прийнятих і поділюваних державними службовцями певного державного органу і є їх спільною діяльністю» [4, с. 145].

Організаційна культура може виявлятися на двох рівнях: нормативному, а також на рівні індивідуального сприйняття службовцями цінностей і норм. Для подолання можливого конфлікту між вимогами офіційних внутрішньофірмових документів і неформальними нормами організаційної культури; для розкриття справжнього, а не декларативного положення речей; реальних підстав існуючої організаційної структури; процесів управління та організаційної культури проводиться аналіз організаційної культури.

У якості об'єкта дослідження було обрано Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради.

Щоб виявити індивідуальне сприйняття службовцями Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради цінностей і норм (глибинний рівень організаційної культури), нами проведено дослідження за трьома різними методиками: Р. Хофштеде, Т. Ю. Базарова-П. В. Малиновського, Ф. Харріса і Р. Морана. В опитуванні взяли участь всі

працівники Управління [1, с. 33].

Аналіз анкетування, проведеного за методикою Р. Хофштеде, виявив, що Управлінню соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради притаманна жіночна, колективістська організаційна культура, з низьким рівнем дистанції влади, високим рівнем уникнення невизначеності.

Згідно з результатами опитувальника Т. Ю. Базарова та П. В. Малиновського, в Управлінні зустрічаються ознаки організаційної культури всіх типів (органічна (ООК), бюрократична (БОК), партиципативна (ПОК), підприємницька (ПОК)). Зазначимо, що найбільш переважними для службовців Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради є цінності органічної організаційної культури, якій притаманні такі характеристики, як: організація направлена згодою із загальною ідеєю; проблеми вирішуються на основі вихідної згоди з цілями і завданнями; лідерство ґрунтується на спільних поглядах про напрямок загального руху; функція і відповідальність регулюються майже автоматично; бажання та інтереси окремих людей оцінюються за ступенем їх узгодженості з цілями організації; керівництво задає контекст і ціль, зводячи до мінімуму інше втручання; комунікації обмежені та несуттєві.

Метод Ф. Харріса і Р. Морана був застосований у дослідженні в поєднанні з методом спостереження і аналізу документів. У результаті виявлені наступні параметри організаційної культури Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради:

1. Культура в Управлінні цінує приховування працівником своїх внутрішніх настроїв.

2. Використання переважно письмової комунікації. В організації практикується відкритий доступ до інформації. У кожного співробітника є папка від внутрішньоорганізаційної мережі, і службовці можуть скинути своєму колезі інформацію, яка вимагається.

3. Зовнішній вигляд службовців – діловий одяг.

4. Взаємовідносини між людьми. В організації має місце нерівність ролей (посад), ніж нерівність людей.

5. Цінності: колективізм, взаєморозуміння і взаємопідтримка, низький рівень дистанції влади, прагнення до стабільності.

6. У якості норм у документах представлені: порядок прийому і звільнення цивільних службовців; основні права і обов'язки представника наймача; основні права та обов'язки державних службовців; службовий час і час відпочинку; заохочення цивільних службовців; відповідальність державних службовців.

7. Віра у керівництво, у свої сили, у справедливість, установка на етичну поведінку (через комісію зі службової поведінки).

8. Процес розвитку працівників важливий: для кожного співробітника розроблені індивідуальні плани професійного розвитку.

9. Трудова етика регулюється службовим регламентом Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради; встановлені такі заохочення як: оголошення подяки з виплатою одноразової

заохочення; нагородження Почесною грамотою Управління з виплатою одноразової заохочення або з врученням цінного подарунка; державні нагороди та звання.

Таким чином, проведення дослідження дозволило виділити наступні проблеми організаційної культури в Управлінні соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради:

а) відсутність документу, в якому було б чітко прописано належну поведінку службовців (кодексу службової поведінки);

б) недостатній розвиток організаційних традицій і церемоній.

Для вирішення виявлених проблем пропонуємо ряд заходів щодо вдосконалення організаційної культури Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради.

По-перше, це проведення відкритого конкурсу на розробку символіки Управління, в якому могли б взяти участь студенти ВУЗів, Спілка художників, різні творчі об'єднання, а також і самі службовці Управління. Метою даного заходу є: посилення суспільної значущості і ролі Управління шляхом пред'явлення зорових художніх образів, що відображають особливості території, формування патріотичних настроїв службовців.

По-друге, зміна дизайну приміщень Управління для того, щоб відобразити специфіку його діяльності. Наприклад, оформити кабінети Управління так, щоб кожен з них висловлював індивідуальність і підкреслював красу звичаїв і традицій Полтавщини, організувати виставку народних промислів, розмістити на стенді та веб-сайті фотозвіти про народні свята. Це не лише буде відрізняти Управління від інших органів влади, але буде виконувати політичну, просвітницьку і виховну функції, формувати цінності патріотизму і толерантності.

По-третє, необхідна розробка Етичного кодексу поведінки службовців Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради, розділи якого можна включити: основні принципи службової поведінки службовців Управління; етичні правила службової поведінки; відповідальність за порушення положень Етичного кодексу поведінки службовців Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради.

В сукупності усі ці заходи мають посилити організаційну культуру Управління соціального захисту населення Шевченківського району у місті Полтави ради. Крім того, хотілося б відзначити, що дане дослідження стосується будь-яких органів виконавчої влади. Перспективи подібного дослідження важливі, по-перше, щоб зрозуміти, наскільки схожі характеристики організаційної культури органів влади, по-друге, щоб визначити типовий набір цінностей і зразки поведінки українського чиновника.

Список використаних джерел:

1. Базаров Т. Ю. Управління персоналом. Практикум : навч. посіб. / Т. Ю. Базаров. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 239 с.
2. Кібанов А. Я. Управління персоналом : підручник для вузів / А. Я. Кібанов. – М: Видавництво «Іспит», 2016. – 352 с.

3. Лапіна Т. А. Корпоративна культура : навч.-метод. посіб. / Т. А. Лапіна. – Омськ : ОмГУ, 2015. – 96 с.

4. Ленська В. Ю. Організаційна культура муніципальної та державної служб : досвід порівняльного дослідження // Соціально-гуманітарні знання. – 2016. – № 4. – С. 145-151.

*Федоряк О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.*

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Останніми роками дедалі більше компаній здійснюють преміювання своїх працівників залежно від отриманого прибутку як кінцевого результату діяльності підприємства загалом. Це так звана система участі в прибутках, що передбачає розподіл між працівниками (менеджерами та іншими працівниками) певної частини отриманого компанією прибутку, що спрямовується на виплату персоналу за досягнуті результати роботи підприємства загалом. Тобто участь у прибутках передбачає надання працівникам грошової винагороди, що базується на результатах діяльності всього підприємства, і не враховує їхню індивідуальну продуктивність. Відповідно до цього працівники отримують річні бонуси, розмір яких визначається за певною «формулою», в якій головною змінною є обсяг прибутку підприємства, що спрямовується на виплату персоналу.

Разом із тим, оскільки обсяг прибутку підприємства залежить не лише від внутрішніх, а й від зовнішніх чинників його діяльності, розмір винагороди кожного працівника за такої системи з року в рік може суттєво різнитися.

Інструментом спонукання до ефективної діяльності робочої групи загалом (наприклад, творчого колективу) є система участі в доходах, згідно з якою здійснюється виплата (у разі досягнення групою встановлених цілей) певної грошової винагороди, яка потім буде розподілена поміж членами цієї робочої групи. Тобто за такої системи розмір винагороди кожного працівника залежить від результатів роботи всієї робочої групи, членами якої вони є, а отже, від внеску кожного з них, що, своєю чергою, заохочує залучення працівників у процес спільної праці, стимулює координацію їхньої діяльності та роботу в командах, спонукає членів робочої групи не шкодувати зусиль на надання допомоги своїм колегам, сприяє встановленню ефективних комунікацій.

У практиці діяльності зарубіжних компаній певного поширення набуло використання такого виду винагороди працівників, які досягли значних успіхів, як преміювання акціями. Така винагорода може виступати дієвим інструментом спонукання більшості працівників компанії, оскільки, по-перше, їм як власникам корпоративних прав частина розподіленого прибутку виплачується у вигляді дивідендів за акціями. По-друге, в такий спосіб працівники залучаються до співволодіння й участі в управлінні компанією. Тобто через участь працівників у власності забезпечується більша зацікавленість їх у поліпшенні кінцевих фінансових результатів діяльності компанії загалом. При цьому працівникам необхідно надавати право продажу або переуступки отриманих акцій.

У практиці діяльності вітчизняних підприємств грошова винагорода залишається значним стимулом для більшості працівників. Проте її застосування керівництвом підприємства може бути ускладнене тим, що при переході до вищого рівня доходу спрацьовує ефект заміщення: працівник починає скорочувати пропозицію своєї робочої сили; готовність працювати більше при підвищенні оплати праці в нього знижується [1, с. 155].

Розглянуті види грошової винагороди є складовими зовнішньої винагороди працівників підприємства, яка має доповнюватися внутрішньою винагородою. Своєю чергою, зовнішня та внутрішня винагорода є складовими комплексної системи винагородження на підприємстві.

Внутрішню винагороду працівникові дає сама робота, яку він виконує, тобто вона пов'язана з характером і змістом самої роботи, наприклад, самостійність в роботі (автономія), досягнення в роботі, особисте та професійне зростання, більша відповідальність, змістовність і значимість роботи тощо.

Внутрішня винагорода для працівника є цінною сама по собі. Наприклад, для людей творчої діяльності значну мотивувальну силу має надання самостійності в роботі (автономії), тобто права самостійно розв'язувати певні питання, починати й завершувати роботу, обирати спосіб її виконання. Також сильним мотивувальним чинником є задоволення людини від виконаної на високому рівні роботи, оскільки задовольняється її потреба у досягненнях, підвищується самооцінка [2].

Таким чином, традиційна винагорода та компенсації є одними з найважливіших стимулів, за допомогою якого керівництво організації може спонукати працівників до підвищення їхньої активності. Враховуючи те, що залучені працівники різних категорій, які мають власні потреби та праця яких має свої особливості, комплексна система винагородження має включати різні види грошової та негрошової винагороди, які є складовими зовнішньої винагороди працівників підприємства.

Список використаних джерел

1. Дослідження проблем оплати праці: порівняльний аналіз (Україна та країни ЄС): монографія / А. М. Колот, Г. Т. Куликов, О. М. Поплавська; за заг. ред. А. М. Колота, Г. Т. Кулікова. – К.: КНЕУ, 2008. – 274 с.
2. Мриглод Н. Оплата праці та її місце в системі ефективної мотивації / Н. Мриглод // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua>.

*Федоряк О. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В. В.*

РОЗРОБКА МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ДЛЯ ПП «ІМЕНІ КАЛАШНИКА»

Формування ефективної системи мотивації праці аграрних працівників в умовах ринкової економіки характеризується сукупністю форм зовнішнього впливу на трудову діяльність, яке може бути ефективним тільки при умові матеріальної заінтересованості працівників у кінцевих результатах господарювання.

Характер причинно-наслідкових зв'язків між працею людини та її

результатами знаходить своє відображення в зростанні добробуту, зміні соціального статусу працівників в умовах демократичного суспільства. Можливості формування та реалізація такого типу взаємозв'язків у ринкових умовах визначаються рівнем усвідомлення державою об'єктивної необхідності дотримання їх у процесі формування сучасного господарського механізму. Тому, до першочергових завдань владних структур належить державне регулювання всієї системи організації оплати праці, основою якої повинен бути прожитковий мінімум, оскільки підвищення мінімального розміру оплати праці має стимулюючий вплив на її зростання.

Досвід реформування аграрних підприємств свідчить, що в галузях із найменшим рівнем заробітної плати і там, де вона досягає прожиткового мінімуму, чисельність малозабезпечених працівників майже однакова. Це свідчить про формування недосконалого механізму регулювання й реалізації мінімальних гарантій в оплаті праці, що негативно впливає на забезпечення необхідних потреб та якості харчування населення.

Виходячи із встановлених блоків соціально-економічного механізму мотивації праці ми пропонуємо такий порядок його дії у первинному структурному підрозділі (рис. 1).

Стимулювання праці в умовах ринкової економіки характеризується сукупністю форм зовнішнього впливу на трудову діяльність, яке може бути ефективним тільки при умові матеріальної заінтересованості працівників у кінцевих результатах господарювання. Це повинно досягатися шляхом вдосконалення системи матеріального стимулювання працівників аграрного сектора економіки з метою зростання середньомісячної заробітної плати. Практика свідчить, що вона, як основна форма доходу, стає залежною не стільки від особистих результатів праці окремого працівника, як від колективних та повинна охоплювати всі її функції у комплексі.

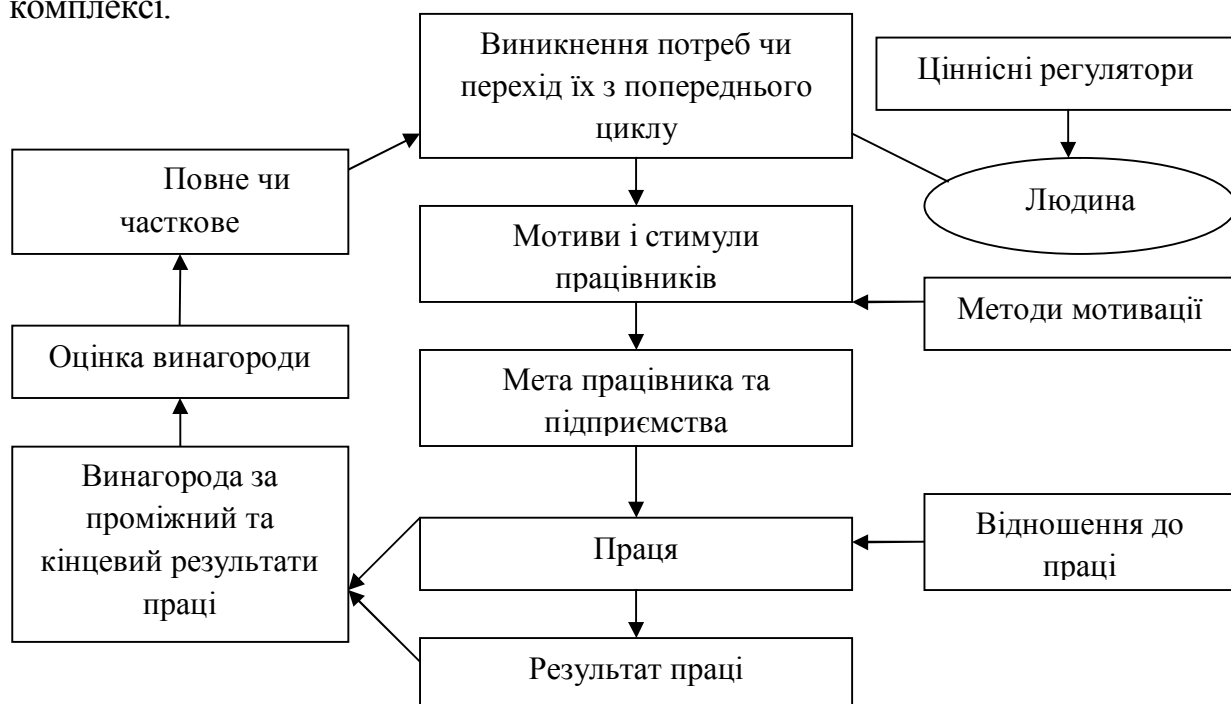


Рис. 1. Пропонований порядок дії мотиваційного механізму в первинному підрозділі для ПП «імені Калашника»

У матеріальному стимулюванні працівників ПП «імені Калашника» актуальним на сучасному етапі є вдосконалення оплати праці в напрямі найбільш тісного зв'язку з ефективністю господарювання. Вона сприяє подальшому розвитку продуктивних сил і виробничих відносин. Ефективність такої системи проявляється в усіх галузях, підприємства та їх виробничих підрозділах, незалежно від того, за якою формою організації виробництва здійснюється господарська діяльність.

Отже, аналіз факторів впливу на розвиток досліджуваного підприємства дає підстави стверджувати, що активна участь працівників у підвищенні ефективності виробництва за рахунок моральних мотивів можлива при максимальному врахуванні потенційних потреб та інтересів людини з переходом до пріоритетності потреб кожного індивідуума. Повна довіра до нього, віра в його творчі та інтелектуальні здібності, цілеспрямованість і розум, здатність самостійно вирішувати свою долю – необхідна умова перетворення трудових ресурсів у людський капітал із якісно новими соціально-духовними характеристиками.

*Харитоненко І. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І.*

МЕТОДИ ТА ЗАГАЛЬНИЙ АЛГОРИТМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ

Це способи виконання окремих дій, спрямованих на розроблення стратегічного плану, формалізованого у вигляді відповідного документу. При розробленні стратегії може бути використана сукупність соціологічних, аналітичних, економіко-статистичних та інших методів [2].

Соціологічні методи: опитування, спостереження громадські слухання, експертні заключення.

Аналітичні методи: «дерево цілей», SWOT – аналіз, порівняльний аналіз, кореляційний аналіз.

Економіко-статистичні: індексний, групування, екстраполяції, оптимізації, множинної кореляції.

Загальний алгоритм стратегічного планування місцевого розвитку включає такі етапи [1, 2, 3]:

- підготовчий (починається з оприлюднення і обговорення обґрунтованої пропозиції щодо розроблення Стратегії, яка може бути висунута як представниками влади, так і представниками громадськості. Обговорення пропозиції здійснюється на робочих нарадах, засіданнях громадських рад, семінарах для спеціалістів органів публічної влади);

- збору інформації, опрацювання бачення майбутнього громади та місії суб'єкта управління її розвитком (збір інформації необхідно проводити за двома напрямками: а) отримання та систематизація вторинної інформації (законодавчі акти, чинні методики, зразки чинних стратегій, статистичні дані стосовно основних характеристик сільської громади, паспорти районів

тощо); б) отримання первинної інформації, яка відображає думки місцевих жителів, керівників місцевих органів влади, незалежних експертів, а також характеризує основні проблеми сільського розвитку);

- аналітичний (у процесі розробки стратегії розвитку сільської громади необхідно врахувати сильні та слабкі сторони її життєдіяльності, а також можливості та загрози, що існують поза межами громади);

- обґрунтування проблем (джерелами виникнення проблем є: непередбачувані зміни та події або події непереборної сили; сплановані зміни; поява нових ідей);

- постановки цілей (стратегічна проблема як невідповідність існуючої ситуації (стану речей, параметрів, процесу тощо) бажаній (змодельованій, ідеальній) має бути перетворена в проблему, що потребує розв'язання або стратегічну ціль);

- формування завдань (завдання – це конкретні й кількісно вимірювані заплановані дії для досягнення стратегічних цілей);

- визначення показників для контролю (контроль за реалізацією Стратегії здійснюється за допомогою системи оцінних показників, серед яких можна виділити такі їх групи: вхідні показники;_вихідні показники; наслідки; показники ефективності; показники якості);

- розроблення плану – графіка виконання робіт (план-графік виконання робіт – це детальний опис заходів, згрупованих у проекти або програми, які виконуються в межах реалізації стратегії. Щоб уникнути нереалістичних очікувань, план – графік повинен ґрунтуватися на фінансовій спроможності громади і формуватися на відповідний бюджетний рік);

- презентації проекту стратегії та затвердження стратегії (презентація проекту Стратегії, насамперед, здійснюється з метою її громадського обговорення. Перший етап презентації відбувається на засіданні робочої групи, у ході якого проект може бути доповнено, виправлено, відправлено на доопрацювання або схвалено).

Список використаних джерел

1. Берданова О. Стратегічне планування місцевого розвитку [практичний посібник] / [Берданова О., Вакуленко В.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO. – К. : ТОВ «София-А». – 2012. – 88 с.

2. Лозинська Т. М. Методика розробки стратегії розвитку сільської громади / Т. М. Лозинська, Ю. С. Малько, О. В. Дорофєєв, О. В. Іваніна. – Полтава: РВВ ПДАА, 2014. – 27 с.

3. Стратегічне планування у громаді [навчальний модуль] / Анатолій Ткачук, Василь Кашевський, Петро Мавко. – К. : ІКЦ «Легальний статус», 2016. – 96 с.

ПОСТАНОВКА ЦІЛЕЙ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ

Стратегічна проблема як невідповідність існуючої ситуації (стану речей, параметрів, процесу тощо) бажаній (змодельованій, ідеальній) має бути перетворена в проблему, що потребує розв'язання або стратегічну ціль. Іншими словами, стратегічна ціль – це бажаний кінцевий результат, який досягається протягом досить тривалого періоду [2].

Постановка цілей може бути пов'язана із виникненням питань щодо способів їх досягнення, що потребує додаткових досліджень. Таким чином, стратегічна проблема має бути перетворена у проблему, що потребує розв'язання, а та, у свою чергу, у проблему, що потребує дослідження (рис. 1).

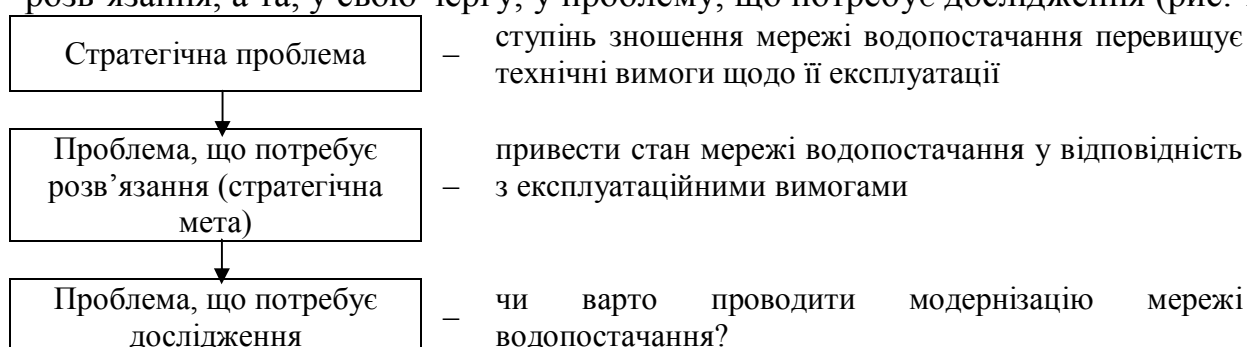


Рис. 1. Формулювання проблеми, що потребує дослідження [1]

Проблема, що потребує дослідження, обумовлює постановку ряду питань, які згодом визначатимуть сукупність підцілей загальної стратегічної цілі і які можна проранжувати за пріоритетністю або черговістю досягнення (рис 2.) [1].

Стратегічна проблема, що потребує дослідження	Питання
Чи варто проводити модернізацію мережі водопостачання?	1. Який ступінь зношення мережі? 2. На якій протяжності мають бути замінені комунікації водопостачання? 3. Які існують способи модернізації? 4. Які компанії надають відповідні послуги в регіоні? країні? 5. Скільки коштує така робота? 6. Скільки коштує проект? 7. Чи є можливість отримати послугу «під ключ»? 8. Чи є альтернативи існуючому способу водопостачання?

Метод постановки цілей із виділенням загальної стратегічної мети і формулюванням підцілей називається «дерево цілей». Застосування даного методу в стратегічному плануванні дозволяє упорядкувати цілі, визначити їх пріоритетність, черговість, способи і терміни досягнення [3].

Зокрема, для вищенаведеного прикладу побудова дерева цілей може бути такою (рис. 3).



Рис. 3. Побудова «дерева цілей» для розв’язання стратегічної проблеми [1, 4]

Уникнення основних недоліків формулювання стратегічних цілей сприятиме поліпшенню якості розробки та реалізації стратегій місцевого розвитку.

Список використаних джерел

1. Лозинська Т. М. Методика розробки стратегії розвитку сільської громади / Т. М. Лозинська, Ю. С. Малько, О. В. Дорофєєв, О. В. Іваніна. – Полтава: РВВ ПДАА, 2014. – 27 с.
2. Планування місцевого сталого розвитку: Посібник з формулювання стратегії місцевого сталого розвитку. – К.: ПРООН, Муніципальна програма сталого розвитку, 2005. – 67 с.
3. Практичні інструменти регіонального та місцевого розвитку: навч. посібник / [за заг. ред. В. А. Рач]. – Луганськ: ТОВ «Віртуальна реальність», 2007. – 156 с.
4. Розробка та реалізація Стратегій розвитку територіальних громад: вітчизняний досвід / [за ред. С. Максименка та ін.]. – К.: Вид-во «Дата Банк Україна», 2002. – 232 с.

*Харитоненко І. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.держ.упр. Черчатий О. І.*

ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ

Стратегія розвитку громади є документом, який розробляється за ініціативою місцевої влади, громадських організацій або лідерів громади з метою створення умов для довгострокових прогресивних зрушень у

життєзабезпечення сільського населення та підвищення ефективності використання соціальних інвестицій [1].

Стратегічне планування місцевого розвитку має ґрунтуватись на принципах стратегічного планування сталого розвитку територій та низці спеціальних принципів. Принципи стратегічного планування сталого територіального розвитку [1, 2]:

- орієнтація на потреби й інтереси людей;
- консенсус щодо довготермінової мети (бачення) розвитку території.

Для успіху стратегічного планування необхідна згода всіх зацікавлених сторін щодо довготермінової мети (бачення) та чітких термінів виконання поставлених завдань.

- усебічність та цілісність Стратегії місцевого розвитку громад мають бути розроблені таким чином, щоб, наскільки можливо, поєднувати економічні, соціальні та екологічні завдання. У тих випадках, коли таке поєднання є неможливим або ускладненим, необхідно досягати певних компромісів.

- спрямованість на чіткі бюджетні пріоритети;

- проведення комплексного аналізу стану розвитку територіальної громади;

- обов'язковість моніторингу та оцінювання;

- наявність відповідальності та лідерства на місцевому рівні. У минулому чимало стратегій було укладено під зовнішнім тиском чи на вимогу міжнародних агенцій з розвитку. Проте для життєздатності стратегій украй важливо, щоб територіальні громади самі ініціювали їх розробку і впровадження.

- наявність впливової провідної установи та висока готовність органів влади дотримуватися зобов'язань. Такі довготермінові зобов'язання є неодмінною умовою запровадження змін політики та інституційних реформ.

Змістовність спеціальних принципів стратегічного планування регіонального розвитку [1, 2]:

- об'єктивність. Спирання на попередні досягнення, досвід та об'єктивну інформацію, зібрану під час розроблення стратегії.

- цілепокладання. Чітке формулювання мети та конкретних стратегічних цілей.

- результативність. Спрямування всіх заходів, унесених до стратегії на досягнення поставлених цілей.

- ефективність. Визначення кількісного виразу співвідношення витрат і результатів поліпшення економічного та соціального стану території

- пріоритетність. Включення до стратегії головних напрямків, реалізація яких дасть змогу забезпечити гармонійний розвиток території.

- компетентність. Забезпечення відповідності кола питань, на вирішення яких спрямована стратегія та компетенції органів управління територіальним розвитком.

- комплексність. Створення диверсифікованої та інноваційної економічної структури, базованої на соціальному консенсусі.

- спадкоємність. Залучення до процесу розроблення представників усіх

зацікавлених сторін задля забезпечення спадковості в реалізації розробленої стратегії.

- альтернативність. Опрацювання альтернативних варіантів стратегії.
- прозорість. Забезпечення прозорості процесів розроблення та реалізації стратегії, широке висвітлення їх у ЗМІ, залучення до них зацікавлених сторін.
- ситуаційність. Виявлення, оцінка, врахування впливу внутрішніх чинників та зовнішнього.

Список використаних джерел

1. Лозинська Т. М. Методика розробки стратегії розвитку сільської громади / Т. М. Лозинська, Ю. С. Малько, О. В. Дорофєєв, О. В. Іваніна. – Полтава: РВВ ПДАА, 2014. – 27 с.

2. Берданова О. Стратегічне планування місцевого розвитку [практичний посібник] / [Берданова О., Вакуленко В.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO. – К. : ТОВ «Софія-А». – 2012. – 88 с.

*Чаплянська В. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник : к.е.н, доцент Коваленко М. В.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкуренція – одна з головних рис ринкового господарства, коли між собою конкурують товари, товаровиробники, галузі, країни. Сучасний етап розвитку економіки висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств, що характеризуються загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств та потребує пошуку ефективних засобів виживання підприємств та забезпечення їхнього функціонування.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства може відбуватись за рахунок розвитку людського капіталу. Саме люди, з їх вмінням, здібностями, інтелектом, науковими знаннями та можливостями забезпечують впровадження новітніх інформаційних технологій на підприємствах. Формування людського капіталу здійснюється за допомогою таких доцільних вкладень у людину, що можуть бути оцінені в грошовій або іншій формі та які сприяють зростанню продуктивності й підвищенню доходів людини. Важливими напрямками вкладень у розвиток людини є: освіта: дошкільна, початкова, середня, професійно-технічна, вища; а також продовження освіти дорослих, що включає набуття досвіду працівником та підвищення його кваліфікації на виробництві, що сприяє самовдосконаленню, отриманню нових знань та самовихованню гуманітарних складових людського капіталу; охорона здоров'я в широкому розумінні, включаючи витрати, які сприяють фізичному розвитку людини, продовженню тривалості життя, зміцненню імунітету [1, с. 38-39].

Витрати на освіту й охорону здоров'я людини в Україні забезпечуються відповідними державними цільовими програмами. Також джерелами інвестицій у розвиток людини можуть бути власні заощадження сім'ї, благодійні фонди, кошти підприємств і підприємців, меценатство.

В. М. Янишівський розрахував загальну вартість людського капіталу України і з'ясував, що регіони з найвищими показниками його вартості мають найвищі показники економічного розвитку. Це Харківська, Полтавська області, місто Київ. Найнижчі показники рівня розвитку людського капіталу у регіонах які традиційно вважаються найменш економічно розвинутими [2].

Отже, у нинішніх умовах розвитку економіки, показник конкурентоспроможності підприємства досить важливий. Основною проблемою в ефективному функціонуванні підприємств являється наявність споживача. Високий рівень якості продукції, якого неможливо досягти без висококваліфікованого персоналу, дають можливість підприємству завоювати свій сегмент на ринку. Збільшення фінансування соціальної інфраструктури, сприяє розвитку людського капіталу, а отже економічному зростанню регіону.

Список використаних джерел

1. Горбатюк Л.М. Людський капітал як основа економічного розвитку капіталу / Л.М. Горбатюк // Людський капітал в умовах трансформації суспільства: зб. тез Міжнародної наукової конференції викладачів аспірантів і студентів. – К.: Акад. праці і соц. Відносин Федер. Профспілок України 2014. – С. 38-39.

2. Янишівський В. М. Оцінка сучасного стану розвитку людського капіталу та його впливу на соціально-економічний розвиток і якість життя населення регіонів України / В. М. Янишівський // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 3. – С.19 – 23.

*Чвала О. С., Рукавішніков В. В., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Економіка*

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

ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ – ЯК НАПРЯМОК ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Основним напрямком діяльності кожної комерційної організації є отримання максимального прибутку. Витрати виробництва знаходять своє вираження в показниках собівартості продукції, що в грошовому виразі характеризує всі матеріальні витрати і витрати на оплату праці, необхідні для виробництва і реалізації продукції.

Зниження витрат виробництва в даний час забезпечується в основному за рахунок внутрішньовиробничих чинників.

Значне зниження витрат виробництва досягається в результаті застосування прогресивних методів організації виробництва [2, с. 129].

Щодо діяльності ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району, то зниження виробничих витрат та собівартості продукції є актуальним, так як

саме собівартість продукції в першу чергу впливає на збитковість підприємства.

Найбільш вагомим резервом зниження витрат для ТОВ «Промінь-Приват» є підвищення урожайності сільськогосподарських культур. Так як вона по нашому підприємству має досить низький рівень, то розглянемо фактори, які впливають на підвищення урожайності. Для цього потрібно застосовувати в першу чергу нові високоврожайні сорти пшениці та інших культур. Крім того, важливе місце в підвищенні урожайності має підготовка ґрунту та догляд за посівами, а для цього потрібні нова сучасна техніка та агрегати. Важливе місце в досягненні високої врожайності є дотримання оптимальних строків посіву та збирання сільськогосподарських культур, що допоможе максимально знизити втрати врожаю. Також потрібно проводити ефективну сівозміну, що позитивно може вплинути на структуру земельних угідь.

Отже, Поліпшення якостей сільськогосподарських угідь можна досягти за допомогою впровадження ефективної сівозміни, внесенням мінеральних та органічних добрив. Щодо вдосконалення структури посівних площ, то тут потрібно збільшувати питому вагу більш врожайних культур в загальній посівній площі. Тобто підприємству потрібно також запроваджувати в посів нові культури. Крім того, потрібно збільшувати посіви сої, соняшнику та інші культури, які користуються попитом на ринках збуту. Але перш, ніж почати вирощувати нові сільськогосподарські культури потрібно дослідити ринки збуту даної продукції [1, с. 199].

Як висновок, можемо зазначити, що: земля є головним і незамінним засобом виробництва на відміну від інших галузей матеріального виробництва; економічний процес відтворення у сільському господарстві тісно пов'язаний і переплітається з природними процесами, оскільки розвиток і відтворення рослин і тварин відбувається за біологічними законами; значна різниця часу між періодом виробництва і робочим періодом сільськогосподарського виробництва спричиняє азотний характер виробництва; сільськогосподарське виробництво велике за розмірами, що зумовлює великі обсяги внутрішньо-господарських перевезень вантажів, а також витрат енергоресурсів і засобів виробництва; на відміну від промисловості частина одержаної продукції використовується в подальшому виробничому процесі як засіб виробництва; природні умови є надзвичайно важливим фактором виробництва, що великою мірою впливають на кінцеві результати і рівень його ефективності.

Список використаних джерел

1. Петренко Ж.А. Умови та напрямки ефективного використання сільськогосподарських угідь // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – № 4. – 2006. – С. 198–201.
2. Чухохліб О.А. Управлінське рішення щодо витрат у собівартості продукції // Фінанси України – 2006. – №2.– С. 129 – 137.

ВИДИ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Під управлінською стратегією розуміють загальну концепцію того, яким чином досягаються цілі підприємства, вирішуються існуючі проблеми та розподіляються необхідні для цього обмежені ресурси. На практиці стратегія являє собою систему управлінських і організаційних рішень, направлених на реалізацію місії, цілей і завдань підприємства, пов'язаних або з його розвитком, або з перетворенням [5, с. 14].

Елементами управлінської стратегії є: система цілей (місія, загальні та специфічні цілі), пріоритети (головні принципи розподілу ресурсів), правила здійснення управлінських дій. Стратегія та політика менеджменту персоналу відносяться до розряду функціональних, яка підпорядкована завданню реалізації генеральної стратегії. Тому вони виходять з останньої, розвивають її та деталізують.

Умовно генеральні стратегії можна розділити на дві групи: стратегії функціонування (зв'язані з поведінкою підприємства на ринку і бувають в трьох варіантах: лідерства в низьких витратах, диференціації і фокусування) та розвитку (зростання, помірному зростанню, скорочення і комбінована).

Функціональні стратегії менеджменту персоналу відповідають певним групам і видам генеральних стратегій. Так, стратегія лідерства в низьких витратах орієнтує підприємство на отримання додаткового прибутку за рахунок економії на постійних витратах, які створюються в результаті максимізації обсягів продажу товарів повсякденного попиту і завоювання на основі зниження цін нових ринків. Відповідна їй функціональна стратегія менеджменту персоналу повинна орієнтуватися переважно на залучення і закріплення працівників масових професій середньої кваліфікації. В сфері управління перевага віддається менеджерам адміністративного гатунку [4, с. 138].

Стратегія диференціації полягає в концентрації організацією своїх зусиль на декількох напрямках, де вона прагне досягти переваги над іншими. Відповідна їй стратегія менеджменту персоналу повинна орієнтуватися на персонал вузької спеціалізації і максимально високої кваліфікації – наукових працівників, дослідників, проєктантів. Від менеджерів тут вимагаються лідерські і підприємницькі здібності [3, с. 75].

Ринкова стратегія фокусування передбачає вибір підприємством того чи іншого сегменту ринку і реалізацію на ньому однієї з двох попередніх стратегій. Відповідна їй функціональна стратегія менеджменту персоналу також повинна відповідати одній з вищеназваних.

Стратегія зростання характерна в першу чергу молодим підприємствам, які прагнуть зайняти позиції лідера, або тим, які знаходяться на вершині науково-технічного прогресу. В зв'язку з постійними і високими темпами збільшення масштабів діяльності і за рахунок активного завоювання нових ринків, диверсифікації виробництва, постійних нововведень підприємствам вдається нарощувати конкурентні переваги. Відповідна стратегія менеджменту

персоналу повинна бути спрямована на залучення персоналу особливо високої кваліфікації з творчими і підприємницькими здібностями. Найважливішими аспектами управління персоналом тут виступають створення належної системи оплати праці і мотивації, формування сприятливого психологічного клімату, сприяння творчості, постійне підвищення кваліфікації, забезпечення можливостей службового і наукового зростання. Одночасно такі аспекти, як перепідготовка, соціальні гарантії, вихід на пенсію, закріплення кадрів є другорядними [1, с. 206].

Стратегія помірного зростання притаманна підприємствам, які твердо стоять на ногах і діють в традиційних сферах. Для них також є характерним зростання в багатьох напрямках, але повільними темпами, тому що швидке зростання вже не потрібне і навіть небезпечне. Відповідна орієнтація стратегій менеджменту персоналу в даному випадку: залучення і закріплення кадрів, стабілізація персоналу. Потреба в працівниках вищої кваліфікації відносно менша. Більшого значення набувають процеси внутрішнього переміщення кадрів, перепідготовка, надання соціальних гарантії, організація виходу на пенсію тощо [5, с. 15].

Необхідність стратегії скорочення масштабів діяльності, або дезінвестування виникає в періоди перебудови діяльності підприємства, коли потрібно провести її “санацію”, позбутися всього застарілого. Основні моменти відповідної стратегії менеджменту персоналу будуть полягати в масових звільненнях і допомозі з працевлаштування, стимулюванні дострокового виходу на пенсію, збереження найбільш цінної частини персоналу, перекваліфікації працівників. Практично не розглядаються проблеми набору нових працівників, підвищення кваліфікації тощо [2, с. 80].

Комбінована або селективна стратегія включає в певному співвідношенні елементи попередніх. При цьому одні підрозділи підприємства розвиваються швидко, інші – помірно, стабільно, або скорочують свою діяльність [2, с. 81].

Отже, в сучасних умовах стратегії управління персоналом і оцінка їх ефективності повинні бути системними і завершеними на основі комплексного вирішення кадрових проблем, впровадження сучасних і вдосконалення існуючих форм і методів кадрової роботи.

Список використаних джерел

1. Воронкова В.Г. Кадровий менеджмент: [навчальний посібник] / Воронкова В.Г. – К.: Професіонал, 2009. – 364 с.
2. Дмитренко Г.А. Стратегічний менеджмент: [навчальний посібник] / Дмитренко Г.А. – К.: “Урожай”, 2005. – 421 с.
3. Крушельницька О.В. Управління персоналом: [навчальний посібник] / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К.: Кондор, 2006. – 296 с.
4. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: [навчальний посібник] / М.І. Мурашко – К.: “Знання”, 2008. – 272 с.
5. Стельмашенко О.В. Аналіз якості стратегічного планування діяльності щодо управління персоналом / О.В.Стельмашенко. // Динамика исследования – 2015: междунар. науч.-практ. конф., 16-31 июля 2015 г.: тезисы докл. – София: “Бял ГРАД-БГ” ООД, 2015. – Т. 3. – С. 14–16.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: СЕКРЕТ УСПІХУ APPLE

Сьогоднішні реалії розвитку суспільства та економіки України зумовили новий комплекс проблем менеджменту, серед яких особливу роль має проблема удосконалення системи управління персоналом підприємства.

Мотивація – це той інструмент управління персоналом, без якого неможливо уявити сучасну компанію. Розвиток систем мотивації персоналу призводить до підвищення продуктивності в не меншому ступені, ніж технологічне переозброєння [1].

Значний внесок у розробку теоретичних і прикладних питань мотивації персоналу внесли такі вітчизняні науковці як В.В. Адамчук, А.Г.Бабенко, Д.П. Богиня, В.С. Дієсперов, Й.С. Завадський, М.Й. Малік, М.І. Нижній, О.М.Стахів, О.В. Шкільов, С.Ю.Трапідин та інші. Крім того, особливу увагу слід приділяти дослідженню практичного досвіду діяльності відомих світових ТНК.

З метою підвищення ефективності мотиваційних заходів керівникам підприємств необхідно дотримуватись певних правил: розвивати і підтримувати почуття самоповаги у працівників, надавати їм більше можливостей відчуття самостійності і контролю ситуації, заохочення за досягнення проміжних цілей, прояв постійної уваги з боку керівництва, підтримання розумної внутрішньої конкуренції та надання можливості співробітникам відчувати себе переможцями.

Так, наприклад, найуспішніші світові компанії мотивують своїх співробітників, щоб отримати найкращий рівень роботи. Не є винятком і міжнародний бренд «Apple». Одним із видів мотивації персоналу в цій компанії є матеріальна мотивація. Більшість працівників «Apple Inc.» отримують гранти акціями у вигляді винагороди за роботу. Сфокусувавши увагу на акціях, керівництво дає зрозуміти працівникам, що індивідуальний внесок важливий тільки на тлі загального успіху компанії. Даний підхід націлює працівника більше на досягнення загально корпоративного успіху, ніж на індивідуальні результати. Індивідуальна винагорода ґрунтується на результатах діяльності і складається з гранту акцій і грошової премії до 30% від базового окладу [2].

Проте, премії та оплата грають не першочергову роль в мотивації персоналу в компанії. Основними факторами мотивації, залучення та утримання талантів є захоплююча робота. Те, що реально приваблює в роботі компанії – це знижка на продукти Apple, які надаються кожному співробітнику компанії. Ці знижки підтримують і посилюють корпоративний акцент на продукти, тим самим підвищуючи успішність як самої компанії, так і кожного працівника [3].

Таким чином, мотивація являє собою, перш за все, прагнення певної людини до конкретної дії, в якій вона відчуває потребу, але не здатна приступити до неї і здійснити самостійно. Поряд з тим, мотивація праці включає в собі прагнення працівника задовольнити свої потреби або являє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають

людину до діяльності та надають їй спрямованість, яка орієнтована на досягнення визначених компанією цілей.

Список використаних джерел

1. Трапідин С.Ю. Мотивація персоналу в сучасній організації [Навчальний посібник] / С.Ю.Трапідин . – СПб .: ТОВ «Книжковий Дім», 2007. – 240 с.

2. Уроки управління талантами від Apple [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hrm.ru/blog_uroki-upravlenija-talantami-ot-apple-kejjsyot-sam-ojj-dorogojj-kompanii-mira-4_11675A.

3. Винахідлива мотивація: Секрети успішних компаній// [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://escadra.com.ua/ua/izobretatelna-ya-motivaciya-sekrety-uspeshnyh-kompanij.html>

Шабанова К. О., здобувач вищої освіти Магістр спеціальності Менеджмент

Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А.

РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні тенденції, що мають місце в економіці України, обумовлені підвищенням динамізмом маркетингового середовища, зміщенням акцентів уваги на споживача з метою задоволення його вимог та потреб, загостренням конкурентної боротьби між підприємствами, вимагають від підприємств пошуку адекватних механізмів реагування на зміни. У зв'язку з цим для забезпечення стратегічного розвитку підприємствам необхідно значну увагу приділяти розробці маркетингових стратегій, а також своєчасній їх оптимізації та підвищенню їх якості. Реалізація маркетингової стратегії розвитку в агропромислових формуваннях є багатоаспектним явищем, яке значною мірою залежить від дії чинників зовнішнього й внутрішнього середовища, а також дії важелів державного регулювання аграрного виробництва.

Проблеми й особливості маркетингу АПК обумовлені специфікою сільськогосподарського виробництва й особливих властивостей його продукції. Серед них фахівці виділяють три ключових чинники:

1. Наявність тимчасового лага між виробництвом і реалізацією сільськогосподарської продукції, що вимагає створення великих площ резервних сховищ і холодильних потужностей, значної частки первинної обробки продукції тваринництва (охолодження, видалення механічних домішок, пастеризація молока).

2. Висока частка працезатрат не лише у виробництві продукції, а й у всьому маркетинговому ланцюзі просування продукції від виробника до кінцевих споживачів, що зумовлено щоденним характером споживання більшості продовольчих товарів.

3. Потреба в розгалуженій збутовій мережі пов'язана зі швидкопливним характером багатьох видів сільськогосподарської продукції та продовольства і невисокою їх транспортабельністю [1, с. 57-58].

Ю. А. Ципкін і А. Н. Люкшинов [3, с. 89] вказують на такі особливості аграрного маркетингу:

- широкий спектр методів маркетингової діяльності, обумовлений великою різноманітністю продовольчих товарів, їх цільовим призначенням для споживача;

- велике значення переробки сільськогосподарської продукції;

- залежність економічних результатів від природних умов;

- розбіжність робочого періоду і періоду виробництва (зокрема, у більшості галузей рослинництва період виробництва триває не більше півроку, робочий період – рік);

- сезонність виробництва і отримання продуктів (зокрема, у багатьох галузях тваринництва продуктивність тварин змінюється циклічно в межах календарного року, що впливає на обсяги виробленої продукції);

- складність реагування на зміни попиту, зважаючи на тривалий цикл виробництва сільськогосподарської продукції.

- нерівномірність розвитку маркетингової діяльності на етапах виробництва, переробки і реалізації продовольства.

- загальна нерозвиненість підприємництва, маркетингу і агробізнесу в країні.

- нестача кваліфікованих фахівців з аграрного маркетингу.

До основних проблем реалізації маркетингової стратегії можна віднести:

- 1) неадекватність визначення часу необхідного для реалізації стратегії;

- 2) непередбачувані чинники зовнішнього середовища;

- 3) низьку координацію дій між різними структурними підрозділами підприємства;

- 4) зниження з часом уваги до реалізації стратегії;

- 5) розбіжність наявної кваліфікації персоналу з необхідною для реалізації стратегії компетенцією;

- 6) неефективність роботи наявних інформаційних систем моніторингу реалізації стратегій [2, с. 141].

Подолання основних проблемних моментів реалізації стратегій можливо у такий спосіб.

1. Адаптувати систему управління й організаційну структуру підприємства, розподіливши зони відповідальності за досягнення цілей та прийняття рішень і нормалізувавши бізнес-процеси.

2. Визначити показники моніторингу реалізації стратегії та систем їхнього контролю, що забезпечує координацію дій різних підрозділів.

3. Скоригувати розподіл ресурсів між стратегічними господарськими підрозділами відповідно до цілей стратегії.

4. Впроваджувати стратегію: підприємство має здійснювати операційну діяльність відповідно до запланованих етапів стратегічного маркетингового планування.

5. Здійснювати поточний моніторинг і корекцію стратегії відповідно до збалансованої системи показників і стратегічних планів.

Список використаних джерел

1. Ключач В. А. Концепция организации маркетинга в пищевой промышленности / В. А. Ключач, В. Д. Гончаров // АПК: экономика, управление. – 2004. – № 10. – С. 53–65.
2. Ткаченко О. В. Маркетингові засади підвищення ефективності діяльності підприємств галузі птахівництва / О. В. Ткаченко // Вісник ЖДТУ. Економічні науки, 2011. – № 2 (56). – С. 141–142.
3. Цыпкин Ю. А. Агромаркетинг / Ю. А. Цыпкин, А. Н. Люкшинов. – М. : Колос, 2009. – 310 с.

*Шабанова К. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Галич О. А.

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

В економічній літературі, то під стратегією звичайно розуміють довгострокові плани керівництва підприємства, спрямовані на зміцнення її позицій, задоволення споживачів і досягнення перспективних цілей. Окрім цього, існує і таке розуміння стратегії, як довгострокові наміри керівників підприємств щодо маркетингу, виробництва, фінансів, комерції, персоналу та ін. Зміни визначень терміна «стратегія» відбуваються разом зі змінами зовнішнього середовища фірми [2, с. 109]. Вихідні положення стратегічного управління були сформовані представниками Гарвардської школи бізнесу, яка визначає стратегію як метод визначення конкурентних цілей організації.

Основним стратегічним завданням діяльності підприємства є забезпечення ефективного впровадження інновацій та формування змін в організації через розподілу ресурсів, адаптацію до змін зовнішнього середовища, формування координації і завчасне передбачення змін у діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Основні ознаки стратегії [3, с. 149]

Ознаки успішної стратегії	Ознаками стратегії не являються
Унікальна пропозиція порівняно з конкурентами	Удосконалення методів організації виробництва
Спеціально розроблений ланцюг створення додаткової вартості	Постановка мети та формування образу компанії
Чіткі компроміси у виробництві продукції	Виконання завдань компанії
Синергія	Навчання
Цілісність та гнучкість реалізації стратегії	Швидкість зростання, гнучкість, інновації, реструктуризація, альянси, аутсоринг

Ефективна стратегія повинна об'єднувати в собі заплановану лінію поведінки, та можливість своєчасно реагування на зміни ззовні.

На думку З. Є. Шершньової, стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та

інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність за рахунок розробки та реалізації системи стратегій [8, с. 20].

За визначенням Г. І. Кіндрацької, стратегічний менеджмент – це управлінський процес створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями організації, її потенціалом і можливостями у зовнішньому середовищі. Отже, стратегічне управління можна розглядати як сукупність елементів, взаємодія між якими забезпечує формування і досягнення цілей під час реалізації стратегії розвитку організації; процес націлений на досягнення стратегічної відповідності між організацією та зовнішнім середовищем [5, с. 22].

М. Корецький, А. Дегтяр та О. Дацій визначають стратегічне управління як багатоплановий, формально-поведінковий процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей. Це також процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керування організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розробляють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись [6, с. 230].

Стратегічне управління трактується вченими як діяльність, що полягає у виборі напрямку дій для досягнення цілей організації в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Стратегічне управління в конкретний момент визначає, як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому [7, с. 13].

В умовах ринку, коли різко зростає ступінь нестабільності діяльності аграрних підприємств, загострюється конкуренція між ними, така директивна система планування стає неієднотною. Про це свідчить як наш власний досвід, так і досвід розвинених країн з ринковою економікою. На зміну традиційному перспективному плануванню приходить стратегічне управління. У США необхідність виокремлення стратегічного менеджменту як самостійної сфери управлінської діяльності постала на початку 70-х років [1, с. 18].

Стратегічне управління є складовою менеджменту, та довело свою економічну доцільність поряд із високою соціальною віддачею. В останні роки в аграрних підприємствах зустрічається послаблення такої важливої ділянки економічної роботи даних підприємств, як стратегічне планування. Більшість аграрних підприємств взагалі не застосовують планування. Головною причиною цього є відсутність єдиного національного ринку аграрної продукції, нестабільність ринкових відносин, де аграрне підприємство виступає в ролі покупця. Тому керівники часто розпочинаючи господарський рік, мають лише приблизне уявлення про результати роботи підприємства, використовуючи в ході господарювання лише оперативне планування, тобто короткострокові плани реалізації конкретних проектів.

Практика бізнесу показує, що успішну стратегію не можна скопіювати і єдиної стратегії для всіх фірм не існує. Тому ефективне управління неодмінно вимагає від менеджерів стратегічного мислення й уміння розробляти і реалізовувати стратегію. Стратегічне управління називають ринковим стратегічним управлінням (strategic market management). Включення в термін «стратегічного управління» слово «ринок» означає, що розробка стратегії повинна більшою мірою відштовхуватися від ринку і зовнішнього середовища, а не від внутрішньої орієнтації фірми. Тобто підприємство повинне мати зовнішню орієнтацію (на споживачів, конкурентів та інші фактори зовнішнього середовища), реалізуючи маркетинговий або ринковий підхід до управління. При цьому, процес стратегічного управління має бути випереджальним, а не реактивним [4, с. 30].

Виходячи із вище сказаного, керівництву потрібно намагатися не лише вчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, а й з користю для своєї діяльності використовувати дані зміни.

Список використаних джерел

3. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
4. Бирик А. Г. Визначення стратегічного потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / А. Г. Бирик // Економіка АПК. – 2002. – № 4. – С. 105–110.
5. Білик М. Д. Стратегічне управління та стратегії підприємства / М. Д. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – №4 (95). – С. 143–150.
6. Булах І. В. Вибір конкурентної стратегії підприємства: методичний підхід / І. В. Булах // Економіка і організація управління. – 2010. – № 2 (8). – С. 25–32.
7. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : [навч. посіб.] / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2006. – 366 с.
8. Корецький М. Х. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / М. Х. Корецький, А. О. Дегтяр, О. І. Даций. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.
9. Мельник Ю. Головні пріоритети розвитку аграрного комплексу України / Ю. Мельник // Техніка АПК. – 2008. – № 2. – С. 13.
10. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : [підруч. ; 2-ге вид., перероб. та доп.] / З. Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

*Штанько І. О., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.*

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРІТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Стратегічне планування є одним з основних управлінських процесів, який передбачає визначення комплексу цілей розвитку, вибору серед них

пріоритетних, аналіз зовнішнього середовища з метою вибору оптимального варіанту стратегії та визначення необхідних ресурсів для її реалізації. Важливою умовою забезпечення ефективності планування регіонального розвитку є вміння суб'єктів управління мислити стратегічно та враховувати досвід інших країн, тобто забезпечувати єдність інтересів держави та регіонів, виходячи з їх конкурентних переваг. Актуальним залишаються питання удосконалення методології стратегічного планування, аналізу та контролю виконання стратегічних планів на основі використання системного підходу.

На даний момент в Україні сформовано нормативну базу щодо регіонального розвитку: «Закон України про засади державної регіональної політики» [1], Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» [2] та інші, які унормовують формування системи державного планування розвитку регіонів. Важливою у цьому відношенні є фінансова підтримка регіонального розвитку, що здійснюється за рахунок коштів Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР), створеного як складова Державного бюджету, відповідно до ст. 24-1 Бюджетного Кодексу України.

Процес децентралізації влади, що розпочався в Україні призвів до створення об'єднаних територіальних громад (далі ОТГ). Спроможні громади повинні стати базовим елементом ефективної системи самоврядної влади в Україні.

Стратегічне планування розвитку ОТГ здійснюють на відповідній фінансовій основі, а саме: використання власних доходів бюджету; використання коштів ДФРР на проекти розвитку; використання коштів державної субвенції на розвиток інфраструктури ОТГ; залучення коштів міжнародної технічної допомоги (МТД) [3].

При цьому основними принципами стратегічного планування розвитку громад є: завчасно спланована реакція території на зміни зовнішнього середовища; об'єднання усіх частин місцевого розвитку в єдине ціле; охоплення всіх основних аспектів місцевого розвитку; забезпечення сумісності усіх планів розвитку території [4].

Список використаних джерел

1. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 05.02.2015 № 156-VIII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.
2. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 05.02.2015 № 0915. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.
3. Ткачук А.Ф. Стратегічне планування у громаді (навчальний модуль) / Анатолій Ткачук, Василь Кашевський, Петро Мавко. – К.: ІКЦ «Легальний статус», 2016. – 96 с.
4. Берданова О. Стратегічне планування місцевого розвитку: [Практичний посібник] / [Берданова О., Вакуленко В.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». – К. : ТОВ «Софія-А», 2012. – 88 с.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЇ «THE COCA-COLA COMPANY»

У сучасних умовах швидкої зміни ринкового середовища саме персонал часто стає вирішальним фактором, який і забезпечує підприємству успішне, довготривале функціонування та гарну репутацію. Тому мотивація праці персоналу, створення умов для його зацікавленості в результатах діяльності підприємства стають нагальними завданнями підприємства.

Компанія «The Coca-Cola Company» була заснована 1886 року. Вона розробляє і реалізує маркетингові стратегії брендів та торгових марок, а також виробляє для своїх ботлерів (підприємств, що розливають продукцію) сиропи для напоїв під близько 400 брендами [2].

Керівництво «The Coca-Cola Company» вважає, що впливати на співробітників потрібно не тільки за допомогою економічних методів, але і за допомогою соціально-психологічних. Керівництво компанії враховує в системі мотивації персоналу важливість настрою на роботу і зацікавленість співробітника в загальному результаті. Для досягнення максимальної віддачі від працівників керівництво компанії звертає увагу на головні характеристики робочих завдань - ті, які допомагають співробітникам задовольнити потреби в досягненні результатів [1].

Основні методи стимулювання співробітників для збільшення ефективності діяльності підприємства, які використовуються в компанії «The Coca-Cola Company»:

1. Перш за все компанія «The Coca-Cola Company» - унікальне місце, де можна розпочати або продовжити кар'єру. У компанії підлеглим надають можливість вчитися, заохочують і розвивають їхні творчі здібності.

2. Всім співробітникам видається медична страховка. Поліс добровільного медичного страхування дає право безкоштовно отримувати медичні послуги в тих медичних установах, які є в списку, затвердженому компанією.

3. Всім торговим агентам видається службовий автомобіль і за нормами, затвердженими в компанії, заправляється бензином.

4. Всім співробітникам компанії надається корпоративний номер мобільного телефону і щомісяця зараховується певна сума грошових коштів, в залежності від займаної посади.

5. У компанії вже багато років існує традиція вивішувати фотографію кращого співробітника на дошку пошани у відділі продажів.

6. Кожен співробітник при прийомі на роботу в компанію проходить навчання, отримує наочне приладдя по стандартам викладки товарів, спілкування з продавцем і т.д.

7. Компанія для своїх співробітників проводить свята.

8. До того ж в компанії існує і матеріальне стимулювання своїх співробітників. Це бонуси за перевиконання поставленого щомісячного плану,

які розраховуються в залежності від відсотка виконання плану; квартальні премії; бонуси за виконані завдання [3].

Отже, здатність використати потенціал працівників залежить від умов праці та їх зацікавленості у належному виконанні своїх обов'язків, тобто від розвиненості системи мотивування на підприємстві. Компанія « The Coca-Cola Company» на даний момент динамічно розвивається. Основними факторами успіху компанії є: креативність та високий професіоналізм співробітників, які допомагають компанії постійно досягати нових вершин, можливість кар'єрного росту.

Список використаних джерел

1. Шегда А.В. Менеджмент : підручник. – К.: Знання, 2004. – 687 с.
2. Система компаній «Кока-Кола» в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coca-colaukraine.com>.
3. Наш підхід до працівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coca-colacompany.com>

*Якубенко О. П., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к. с.-г. н., доцент Писаренко С. В.*

САМОМЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ

Господарський процес на підприємстві демонструє, що завдання керівника – постійна адаптація до змін, переорієнтування підприємства у відповідності до дії зовнішнього середовища. Управління виступає поєднанням заходів щодо переконання, мотивації, примусу та прикладу, що змушує персонал до виконання певних вимог та встановлених поточних та довгострокових цілей. Керівник, таким чином, спрямовує персонал та керує ним у спільній діяльності, досягаючи загальних встановлених цілей [1, с.241].

У процесі управління змінами на сучасному підприємстві, у тому числі сільськогосподарському, під час подолання опору змінам, керівник змушений застосовувати різні управлінські методи, що в значній мірі залежить від його власних здібностей та характеристик. Враховуючи індивідуальний ситуаційний підхід, можна зазначити, що при застосуванні окремих методів чи комплексу методів в управлінні, є певні складові якостей, які повинні бути притаманні керівникові, незалежно від його стилю роботи. Науковцями було проведено опитування менеджерів провідних компаній світу, що дозволило виділити найбільш важливі якості керівників і найважливіші з них розташувати у такий спосіб [2, с. 68]:

- здатність формувати ефективну команду (назвали 96% опитаних);
- уміння почути думку колег і підлеглих (93%);
- уміння приймати самостійні рішення (87%);
- уміння залучати інших до здійснення рішень (86%).

Розвиток особистості у персоналу підприємства відбувається завдяки різноманітності видів діяльності, що ним здійснюється, і взаємодії з іншими

людьми, у тому числі працівниками підприємства, керівництвом, представниками інших компаній тощо. Але найактивніше він проходить тоді, коли різносторонній професіоналізм доповнюється цілеспрямованим саморозвитком. Здатністю до саморозвитку, так само, як і вмотивованістю на нього, володіє далеко не весь персонал підприємства. Проте, на відміну від мотивації, здатність до саморозвитку можна сформувати і розвинути досить швидко.

Основу здатності до саморозвитку складають наступні базові уміння:

- бачити свої недоліки та обмеження;
- аналізувати їх причини у власній діяльності;
- критично оцінювати результати своєї роботи, причому не лише невдачі, але й особливо успіхи.

Ігнорування розвитку персоналу, характерне для вітчизняних підприємств, призводить до того, що здатності до професійного самовдосконалення більшості керівників проходять тривалий шлях природного дозрівання [3].

Тільки грамотний керівник або менеджер можуть оцінювати реальні можливості і вибирати правильний напрям як свого розвитку, так і розвитку персоналу в цілому. Можливості відбиваються в завданнях розвитку, які той же менеджер ставить перед собою.

Науковці, які досліджують проблеми саморозвитку власне менеджерів, підкреслюють, що у змістовному плані існують три напрями професійного розвитку. Вважаємо, що відповідні напрями професійного розвитку притаманні не лише вузько менеджерам, але й персоналу підприємства взагалі:

- формування умінь і якостей, яких у менеджера немає, але які йому необхідні. Це, звичайно, важке завдання, і без допомоги консультантів, викладачів і тренерів його не вирішити. Але організовані зусилля в цьому напрямі саморозвитку можуть дати найбільш помітний ефект;

- розвиток наявних позитивних умінь і якостей, які можна підсилити, якщо їх удосконалювати цілеспрямовано. Це найбільш легке завдання, яке з успіхом вирішують багато менеджерів без зовнішньої допомоги, звичайно, лише ті, хто його усвідомлює;

- усунення недоліків і обмежень, що знижують ефективність діяльності менеджера і заважають професійному зростанню. Це дуже складне завдання, для його вирішення більшості менеджерів необхідна допомога тренерів і консультантів.

Таким чином, формування вмінь самоменеджменту персоналу сучасного підприємства повинно носити систематичний характер, здійснюватися або на спеціальних тренінгах із формування певних вмінь, наприклад, здійснювати тайм-менеджмент, установлювати чіткі цілі, делегувати повноваження, формулювати і розв'язувати проблеми, приймати та реалізовувати якісні рішення, виявляти і долати власні слабкості, організовувати особисту працю, економити ресурси, підтримувати власне здоров'я тощо. В ході роботи з персоналом слід також активно пропагувати самоосвіту і самовдосконалення кожної особистості в площині самоменеджменту.

Список використаних джерел

1. Романовський О. Г. Типологія лідерства / О. Г. Романовський. – Х. : ХДПУ, 2000. – 532 с.
2. Круглов В. В. Формування комплексного підходу до методів роботи керівника торговельного підприємства / В. В. Круглов, І. В. Шеїн // Молодий вчений. – 2015. – № 11 (26). – Частина 2. – С.67-70.
3. Бабчинська О. І. Самоменеджмент як складова саморозвитку персоналу [Електронний ресурс] / О. І. Бабчинська, А. К. Мідляр // Ефективна економіка. – 2016. – № 9. – Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/? op=1&z=5151](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5151)
4. Осадчук І. В. Самоменеджмент і його роль у досягненні життєвого успіху студентами аграрного університету та фермерами / І. В. Осадчук, Ю. В. Сендецька // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2016. – Вип. 16. – Ч. 3. – С.69-71.

*Яременко А. С., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник: к.і.н., доцент Помаз Ю. В.*

УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ПОДІЛУ УКРАЇНИ: ДИСКУСІЇ ТА РЕАЛЬНИЙ СТАН

Дискусії довкола теми адміністративно-територіального поділу України проливають світло на проблеми та перешкоди на шляху здійснення трансформацій в незалежній Україні. Проте, останнім часом на державному рівні все частіше звертають увагу на проблеми адміністративно-територіального устрою. З метою повноцінної та комплексної модернізації політичної системи України, для розширення повноважень і збільшення впливу на політичні процеси регіонів, пропонується запровадити двопалатний парламент, одна із палат якого повинна складатися із представників регіонально-адміністративних округів.

Адміністративно-територіальний поділ – поділ території країни на окремі частини – адміністративно-територіальні одиниці (губернії, провінції, області, округи, повіти), залежно від якого створюються і діють органи державної влади та місцевого самоврядування [1].

Адміністративно-територіальний устрій України був сформований за часів СРСР і мав забезпечувати ефективність командно-адміністративної системи управління республікою. Потім 4 грудня 1997 р. Верховною Радою України був прийнятий Закон України «Про адміністративно-територіальний устрій України» відповідно до нової Конституції України 1996 р., система потребує подальшої негайної реформації, адже очікуваних змін так і не було, маємо лише наступні негативні наслідки: значна відмінність за кількістю населення, площею та іншими параметрами адміністративно-територіальних одиниць одного рівня; невідповідність адміністративно-територіального поділу України нормам, діючим в країнах ЄС; низька ефективність діяльності органів місцевого самоврядування; недостатня податкова база для бюджетного фінансування регіонального та місцевого розвитку; відсутність механізмів

впливу на виробничу та соціальну сфери; недосконалість системи правовідносин в межах адміністративно-територіальних одиниць органів місцевого самоврядування і місцевих державних адміністрацій; відсутність умов для інвестування і розвитку місцевого бізнесу [2].

У 2018 р. кабінет міністрів України схвалив законопроект «Про засади адміністративно-територіального устрою України» та прийняв рішення направити його до Верховної Ради. Даний законопроект є одним з необхідних для продовження децентралізації. Документ регулює питання щодо порядку утворення, ліквідації, встановлення та зміни меж адміністративно-територіальних одиниць, назв населених пунктів і віднесення їх до певних категорій.

У цьому законопроекті більш чітко визначено поняття «**громада**», як адміністративно-територіальна одиниця базового рівня, яка складається з одного або декількох населених пунктів та земель за їх межами. Громада «є територіальною основою для здійснення місцевого самоврядування жителями населених пунктів, що розташовані на території громади, формування і діяльності органів місцевого самоврядування» [3].

Проте, варто зазначити, що даний законопроект не був затверджений Верховною Радою України та через невдоволення більшості населення змістом даного проекту, можливість прийняття даного закону стоїть під питанням.

Відповідно до інформації Міністерства фінансів України, основні завдання реформи адміністративно-територіального устрою, які надалі призведуть до покращення економічної ситуації країни наступні: законодавче визначення поняття та засад адміністративно-територіального устрою України, правового статусу і рівнів адміністративно-територіальних одиниць, порядку вирішення органами державної влади та органами місцевого самоврядування питань територіального устрою, встановлення критеріїв утворення, оптимізація класифікації, чітке визначення меж адміністративно-територіальних одиниць, децентралізація владних повноважень, визначення чіткої схеми розподілу повноважень між органами влади на територіальному рівні, вдосконалення бюджетних відносин та податкової системи, вироблення більш раціональних механізмів перерозподілу фінансів тощо [4].

Отже, пошук оптимальної системи адміністративно-територіального поділу України не завершений, він триває. Для здійснення ефективної адміністративно-територіальної реформи в Україні потрібне створення ефективної системи місцевих органів державної влади та органів місцевого самоврядування, заснованої на виваженій, обґрунтованій та найоптимальнішій в даних умовах системи адміністративно-територіального устрою, яке сприятиме соціально-економічному розвитку держави, впорядкуванню міжбюджетних відносин, та ефективному впровадженню державної політики з вирівнювання показників розвитку регіонів.

Список використаних джерел

1. Адміністративно-територіальний устрій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http :www. uk.wikipedia.org](http://www.uk.wikipedia.org)

2. Вдовенко Ю. С. Концептуальні положення удосконалення адміністративно-територіального устрою України / Ю. С. Вдовенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sivertr.ua>

3. У Верховній Раді зареєстровано законопроект «Про засади адміністративно-територіального устрою України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.westudents.com.ua>

4. Щодо реформування територіального устрою. Децентралізіція державного управління. Інформація Департаменту територіальних бюджетів Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>

*Ванжула Д. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н. Яснолоб І. О.*

БАГАТОФАКТОРНІ СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання обумовлюють необхідність формування ефективних систем та механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств будь-якої сфери діяльності в Україні. Волатильність вітчизняних ринків значно ускладнює умови переходу для українських підприємств: існують обмеження доступу до фінансування, скорочується попит на окремих сегментах споживчого ринку, змінюються закупівельні умови тощо. Для того, щоб адаптуватися до мінливого бізнес-середовища або випередити його зміни, підприємства мають спиратися на власні сили і можливості щодо здійснення певних видів діяльності на тих чи інших сегментах споживчого ринку. Але наявність таких можливостей (маркетингового потенціалу) не означає, що, навіть будучи виявленими, вони будуть реалізовані. У зв'язку з цим особливу роль у процесі підвищення економічної ефективності підприємства відіграє аналіз взаємозв'язку конкурентоспроможності та маркетингового потенціалу підприємства [3, с. 65].

Погоджуючись з авторським колективом на чолі з Н. С. Краснокутською, можна зазначити, що оскільки маркетинговий потенціал формується із певного ряду багатофакторних складових, тому при його оцінці треба врахувати такі припущення [2, с. 73]:

1. Оскільки потенціал підприємства є системою взаємозалежних елементів, ступінь достатнього розвитку його складових оцінюється відносно максимальної «корисності» сукупного потенціалу, утвореної взаємодією всіх елементів.

2. Для виміру потенціалу підприємства необхідно створити комплекс кількісних і якісних параметрів, які охоплюють всю сукупність складових та їх факторів.

3. Комплекс параметрів має бути визначений з урахуванням галузевої специфіки підприємства, що аналізується.

4. Управління розвитком потенціалу доцільно проводити з урахуванням властивих для нього принципів.

Маркетинговий потенціал є невід'ємною частиною загального потенціалу підприємства, що відповідає за забезпечення постійної конкурентоспроможності товару підприємства на ринку. Він формується на основі внутрішніх та зовнішніх елементів. Ключовими внутрішніми елементами є стиль управління, чіткість та швидкість прийняття маркетингових рішень, ресурси, які підприємство самостійно генерує.

Як справедливо вважає автор монографії [1, с. 68] І. П. Отенко, цікавість при управлінні потенціалом представляє комплексна оцінка, яка базується як на визначенні величини потенціалу, так і на дослідженні динаміки змінювання у його стані й використанні. Вимірювання маркетингового потенціалу повинно включати оцінку всіх його складових, враховуючи при цьому визначальні й різноманітні за своєю суттю чинники: рівень досягнення цілей підприємства, ефективність функціональних сфер діяльності, здатність системи управління до поступального самовдосконалення й саморозвитку і т. і.

Комплексну оцінку маркетингового потенціалу підприємства доцільно здійснювати з використанням сукупності показників у співставленні з цілями функціонування й розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия : [монография] / И. П. Отенко. – Харьков : ХНЕУ, 2006. – 254 с.
2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
3. Сафиуллин Н. З. Управление конкурентоспособностью предприятий : [монография] / Н. З. Сафиуллин, Л. Н. Сафиуллин. – Казань : Изд-во Казанск. ун-та, 2017. – 189 с.

*Ванжула Д. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н. Яснолоб І. О.*

МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК СКЛАДОВА РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ресурсний потенціал – це сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних), навичок і можливостей керівників, фахівців та інших категорій виробничого потенціалу для виконання робіт (послуг), одержання максимального доходу або прибутку і забезпечення функціонування й розвитку підприємства.

Маркетинговий потенціал є невід'ємною складовою частиною загального потенціалу підприємства. Його доцільно розглядати у вузькому і широкому змісті. У вузькому змісті комплексний маркетинговий потенціал являє собою сукупний потенціал маркетингових ресурсів і сукупний потенціал маркетингових зусиль підприємства, ефективне використання якого

забезпечить досягнення корпоративних цілей. У широкому змісті маркетинговий потенціал – це декомпозиція маркетингових ресурсів і маркетингових зусиль на окремі потенціали [2, с. 115].

Сутність маркетингового потенціалу підприємства полягає у максимальній спроможності підприємства використовувати всі провідні досягнення у галузі маркетингу. Цей потенціал підприємства слід розглядати як низку із окремих частин, які характеризують: ступінь готовності маркетингових ресурсів, організаційного механізму маркетингу і спроможності досягати необхідних маркетингових результатів. Маркетингові ресурси підприємства являють собою частину ресурсів підприємства, які спрямовані на забезпечення його ефективної діяльності. До складу них входять: трудові, фінансові, матеріальні, інформаційні, інноваційні і часові ресурси.

Класифікація маркетингових потенціалів за різними критеріями наведено у табл. 1. Така класифікація дозволяє навіть за відсутності кваліфікованих фахівців зробити оцінку маркетингового потенціалу підприємства. Щоб виявити резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства слід зробити його діагностику за кожним елементом з класифікаційної таблиці [1, с. 68].

Таблиця 1

Дослідження маркетингового потенціалу підприємства за основними класифікаційними ознаками [1, с. 68]

Класифікаційна ознака	Вид маркетингового потенціалу
За ступенем реалізації	Досягнутий потенціал. Перспективний потенціал.
За функціями маркетингу	Маркетинговий потенціал, який характеризує спроможність маркетингової системи виконувати свої функції.
За критерієм життєвого циклу	Оцінка маркетингового потенціалу у розрізі життєвого циклу виробу. Оцінка маркетингового потенціалу у розрізі життєвого циклу організації. Результативний підхід до оцінки маркетингового потенціалу.
За методами дослідження	Діагностичний підхід до оцінки маркетингового потенціалу. Системний підхід до оцінки маркетингового потенціалу. Маркетинговий потенціал загального управління організацією.
За критеріями оцінки	Маркетинговий потенціал персоналу. Потенціал маркетингового інструментарію. Потенціал фінансово-матеріальних ресурсів.

Отже, невід’ємною складовою ресурсного потенціалу підприємства є маркетинговий потенціал. На особливу увагу заслуговує його дослідження і моніторинг, що допомагає зробити оцінку ефективності та механізмів функціонування підприємства, а також вивчення кон’юнктури ринку в умовах фінансово-економічної кризи з метою вибору перспективних ринків збуту конкурентоспроможної продукції. З цього виходить, що своєчасне виявлення та застосування маркетингового потенціалу на підприємстві дозволяє підвищити його конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : [навч. посібник] / Л. В. Балабанова. – К : Професіонал, 2006 – 288 с.
2. Добикіна О. К. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.

*Жаботинський В. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.*

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управління розвитком персоналу в ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» включатиме розробку та реалізацію заходів у 2019-2023 рр., які будуть спрямовані на удосконалення якісних характеристик працівників (навичок, знань, мотивації, компетенцій тощо), що є необхідними відповідно до загальної стратегії розвитку підприємства. Розвиток персоналу буде здійснюватися у трьох основних напрямках (рис. 1).

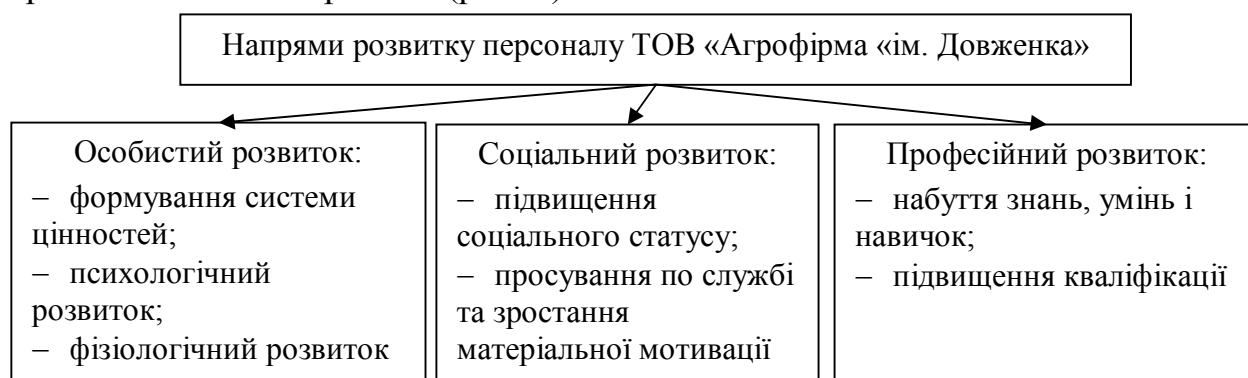


Рис. 3.1. Напрямки розвитку персоналу ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка», 2019-2023 рр.

Отже, планування розвитку персоналу включатиме три складові: особистий розвиток, соціальний розвиток та професійний розвиток.

Оскільки розвиток персоналу підприємства пов'язаний не з однозначним рішенням, а з альтернативністю можливих варіантів з вибором найбільш ефективного з них, то правомірна постановка питання і про вибір стратегії працевзабезпечення [1, с. 68]. Впровадження стратегії розвитку персоналу ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» може здійснюватися відповідно до плану, розробленого за такою формою, що включає розподіл необхідних ресурсів, визначення засобів її реалізації, термінів виконання і відповідальних виконавців (табл. 1).

**Стратегія розвитку персоналу ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка»,
2019-2023 рр.**

Стратегічна ціль	Термін реалізації	Засоби реалізації стратегії	Витрати ресурсів	Відповідальні виконавці
Збільшення частки працівників у віці до 30 років з 0,6 до 15 %. Постійне генерування нових ідей	до жовтня 2020 р.	Наймання нових працівників (випускників ПДАА). Удосконалення мотивації працівників	Поточні витрати (на зарплату). Фонд споживання	Відділ кадрів, керівник відділу кадрів
Суміщення кваліфікації і трудового потенціалу працівників зі стратегією і цілями підприємства	до серпня 2019 р.	Створення посади HR-менеджера. Модель розвитку працівників «Змія» та «Роздоріжжя»	104,2 тис. грн	Відділ кадрів, керівник відділу кадрів
Зростання продуктивності праці на 22 %	до 2023 р.	Укладання трудового договору в залежності від компетенції працівника, застосування грейдової системи мотивації	125 тис. грн	Відділ кадрів, керівник відділу кадрів
Підвищення кваліфікації працівників	постійно	Семінари, курси, тренінги, стажування за кордоном, самоосвіта	454 тис. грн	Відділ кадрів, HR-менеджер

Стратегічний підхід планування розвитку персоналу передбачатиме концентрацію зусиль на вирішення таких проблем, як розробка стратегії з питань формування кваліфікованого персоналу; визначення потреб у навчанні працівників в розрізі спеціальностей та професій; вибір форм і методів професійного розвитку персоналу; вибір програмно-методичного та матеріально-технічного забезпечення процесу навчання як важливої умови його якості; фінансове забезпечення всіх видів навчання в потрібній кількості [2, с. 41].

Список використаних джерел

1. Греськів Т. С. Ефективність використання трудових ресурсів в Україні / Т. С. Греськів // Держава та регіони. – 2016. – № 3. – С. 68-71.

2. Олексенко Р.І. Управління кадровими ресурсами підприємств усучасних умовах господарювання / АгроСвіт. – 2010. – № 14. – С. 41.

*Жаботинський В. І., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.*

**ЦІЛІ І ЗАДАВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ РОЗВИТКУ
ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Кадровий менеджмент, тобто робота з персоналом, перетворився в один із основних обов'язків керівників усіх рівнів і напрямків. Успіх аграрних підприємств, спрямованих на нарощування обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, забезпечення продовольчої безпеки країни та проведення соціальної політики на селі значною мірою залежить саме від

кадрового потенціалу аграрного сектору економіки, рівня підготовки та здібностей керівників і спеціалістів [3, с. 51]. Цілі і задачі планування розвитку персоналу узагальнено можна представити у виді схеми, наведеної на рис. 1.



Рис. 1. Цілі і задавання плану розвитку персоналу підприємства [1, с. 132]

Оскільки сьогодні персонал є вирішальним чинником діяльності будь-якого підприємства, про ефективність його планування свідчить ступінь досягнення організаційних цілей. Ефективне стратегічне управління розвитком персоналу позитивно впливає на результати діяльності підприємства завдяки:

- оптимізації використання персоналу. Детальне планування дозволяє виявити та ефективно використати персонал шляхом створення робочих місць; переведення працівників на інші робочі місця; реорганізації виробничих процесів; удосконалення процесу наймання працівників;
- організації професійного навчання. Детальна розробка плану професійного навчання дозволяє забезпечити потрібну кваліфікацію працівників і досягти реалізації цілей підприємства з меншими витратами;
- скорочення загальних витрат на робочу силу за рахунок послідовної та активної політики на ринку праці [2, с. 152].

Отже, стратегічне управління розвитком персоналу повинно розкривати приховані знання персоналу, розширювати межі цих знань, змінювати відносини між людьми і, тим самим, збільшувати людський капітал, який сьогодні є

найціннішим ресурсом підприємств, визначати рівень його конкурентоспроможності і забезпечувати зростання показників продуктивності праці.

Список використаних джерел

1. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : [навч. посібник] / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351.
2. Салова Т. Б. Оцінювання персоналу в системі управління, Національна академія державного управління / Т. Б. Салова // Електронний збірник наукових праць Національної академії державного управління. – № 2. – 2017. – С. 150-155.
3. Стрехова С. В. Кадрова політика : важелі впливу на ефективність, механізми та інструменти реалізації / С. В. Стрехова : Вісник КНТЕУ, 2017. – № 6. – С. 50-58.

*Муренець І. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.*

ВЕКТОРИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна корпоративна культура сільськогосподарського підприємства, не передбачає орієнтації на створення сприятливих умов для перспективної діяльності, а спрямована на задоволення поточних потреб. На практиці, як правило, відбувається таке: можливості ринкової економіки використовують з метою швидкого нагромадження, використання і розбазарювання цінностей і благ. Це завдає величезних збитків потенціалу і перспективам довгострокового розвитку підприємства [2, с. 89].

Проілюструємо тип корпоративної культури, яку має підприємство ТОВ «Промінь-Приват» (рис. 1).

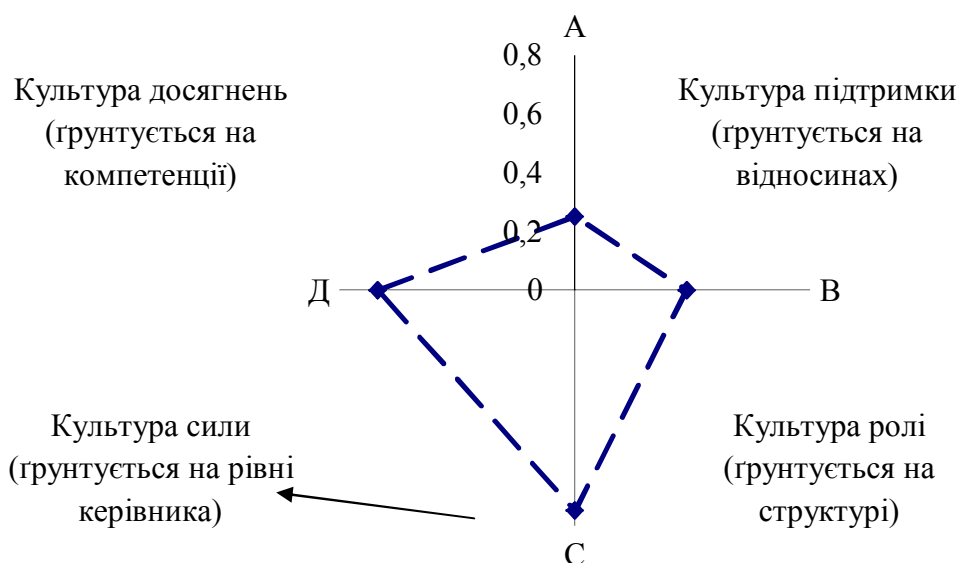


Рис. 1. Вектори корпоративної культури ТОВ «Промінь-Приват», 2017 р.

Виходячи з рис. 1, можна зазначити, що підприємству притаманний ієрархічний тип корпоративної культури, тобто працівники підтримують заданий плавний темп діяльності та чітко виконують доручення директора та головних спеціалістів. Корпоративна культура ТОВ «Промінь-Приват» докладно охоплює діяльність колективу, і складається з філософії, системи цінностей, норм поведінки, поведінкових ритуалів, які складаються в організації. Під поняттям «корпоративна» мається на увазі професійна культура, вона буде включати в себе цінності і норми працівників, зайнятих у виробництві та служити підставою для усвідомлення відповідальності перед суспільством і значущості для нього.

Специфічні культурні цінності підприємства стосуються наступних питань: призначення організації та її «обличчя» (вища якість, лідерство у своїй галузі, дух новаторства); поводження з людьми (турбота про людей і їх потреби, повага до індивідуальних прав, навчання і можливості підвищення кваліфікації, справедливість при оплаті, мотивація людей); організація роботи і дисципліни. Основу корпоративної (організаційної) культури складають ідеї, погляди, цінності працівників підприємства. З цінностей впливає стиль поведінки, спілкування. Зовнішні атрибути без них не мають ніякої самостійної цінності [1, с. 12].

Отже, в цілому корпоративна структура підприємства слабо розвинута. Для забезпечення дієздатних форм господарювання у сфері агровиробництва трансформація сільськогосподарського підприємства повинна передбачати досягнення таких завдань: удосконалення системи управління підприємством; удосконалення внутрішньогосподарських виробничих відносин; підвищення рівня соціальної захищеності працівників підприємства; створення умов для впровадження нових інноваційних технологій.

Список використаних джерел

1. Томряк О. І. Західні тенденції в Україні – або чи справді потрібна підприємцві України корпоративна культура / О. І. Томряк // Інтелектуальний потенціал молоді в науці та практиці : матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. – Хмельницьк : ХІЕП, 2017. – С. 12–13.

2. Фурманець О. К. Бюджетирование затрат на корпоративную культуру / О. К. Фурманець, С. А. Соловьева // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 121. – С. 86–91.

*Муренець І. Є., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.*

ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА»

Ефективний розвиток корпоративної культури на підприємстві можливий за умови застосування налагодженого процесу її формування. На підставі опрацювання літературних джерел та практики діяльності підприємств процес формування корпоративної культури пропонуємо реалізовувати через такі

етапи, як визначення цінностей корпоративної культури; формування поведінки працівників; здійснення ефективної діяльності підприємства та забезпечення інтересів усіх учасників діяльності підприємства [1, с. 258].

Реалізація ефективних довгострокових планів розвитку організації неможлива без провідної ролі моралі, високих життєвих і трудових цінностей її керівників і співробітників. Перші згадки про корпоративну культуру підприємництва і спроби розробити її концепцію як гілки організаційно-управлінської науки відносять до 50-х-60-х років минулого століття [2, с. 1078].

Проведені дослідження щодо тлумачення категорії «корпоративна культура» виявили різноплановість та розбіжність у поглядах авторів. У результаті чого було виокремлено конкретні позиції науковців, а «корпоративну культуру» запропоновано трактувати як правила і норми поведінки, базовані на матеріальних і духовних цінностях, культурних, етичних та соціальних потребах працівників для досягнення цілей підприємства. Узагальнення досвіду показує, що корпоративну культуру можна тлумачити як інструмент у сфері управління, який дозволяє керувати персоналом, підвищити конкурентоспроможність організації, ступінь довіри до корпоративних прав, забезпечити захист власників корпоративних прав, підвищити якість продукції та задовольнити вимоги споживачів. Фактично корпоративна культура підприємництва виступає правилами ведення бізнесу, прийняття управлінських рішень, делегування повноважень, організації комунікаційного процесу, вдосконалення якості, створення соціального клімату тощо. Найбільш поширені тлумачення поняття «корпоративна культура» наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Визначення терміну «корпоративна культура»

Автори та джерело	Визначення
О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник [4]	Система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників
О. С. Мала, Р. Д. Бала [3]	Набір елементів, покликаних забезпечити мотивацію співробітників без будь-яких додаткових грошових виплат, створюючи сприятливий мікроклімат для роботи
К. М. Міненко [5]	Сукупність правил, що стосується всіх форм ділового спілкування, прийнятих у конкретній організації (ділова розмова, ділові переговори, суперечка, дискусія, полеміка, ділова нарада, публічний виступ, телефонні переговори, ділове листування, стиль одягу, спосіб проводити разом неробочий час і т. д.
О. І. Пошак [7]	Сукупність моделей поведінки, які набуті організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, що показали свою ефективність і приймаються більшістю членів організації
В. Пастухова [6]	Комплекс елементів організації, що вирізняють її серед інших, спрямовані на формування сприятливого мікроклімату, іміджу компанії та ґрунтуються на системі цінностей працівників з метою досягнення ними максимальних показників ефективності роботи

Отже, корпоративна культура – невід’ємна частина організації. Вона може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті, вона може існувати без будь-яких письмових правил. Корпоративна культура – це цілісність, але вона є багатоаспектною. В загальному вигляді вона складається з елементів двох видів: матеріальні елементи – відображають культуру виробництва і культуру менеджменту: реальним їх виявом є технологічна культура, культура трудових процесів і культура середовища діяльності членів організації. Духовні елементи – це комплекс основних особливостей, які відрізняють організацію і її працівників від інших.

Список використаних джерел

1. Бака О. Р. Стан корпоративної культури підприємств : тенденції та перспективи / О. Р. Бака, Т. В. Ландіна // Вісник НУ «Львівська політехніка» Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. – 2016. – № 624. – С. 258–265.
2. Бала О. І. Фактори впливу на корпоративну культуру : сутність та класифікація / О. Є. Кузьмін, О. І. Бала, Р. Д. Бала // Економіка : проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. – Випуск 222: в 5-т. – т. V. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. – С. 1078–1083.
3. Бала О. І. Корпоративна культура – чинник соціально-економічного розвитку організації / О. І. Бала // Вісник НУ «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку». – 2016. – № 567. – С. 6–11.
4. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : [навчальний посібник] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 2-е вид. доп. і перероб. – Львів : НУ «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2003. – 352 с.
5. Міненко К. М. Класифікація факторів впливу на фінансово-економічний стан підприємств / К. М. Міненко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2017. – № 3. – С. 133–137.
6. Пастухова В. Стратегічне планування підприємства / В. Пастухова // Економіка України. – 2000. – № 11. – С. 37–43.
7. Пошак О. І. Види корпоративної культури промислових підприємств / О. І. Пошак // Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики». – Львів : НУЛП, 2017. – С. 215.

*Пальваль П. В., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем’яненко Н. В.*

ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «МАРКЕТИНГ»

У системі ринкових економічних відносин сільське господарство повільніше пристосовується до підприємницького середовища через дію низки специфічних особливостей галузі, зокрема агробіологічних чинників, низької еластичності попиту, сезонності виробництва, що вимагає пошуку дієвих

інструментів гнучкого пристосування можливостей підприємства до вимог ринку. Саме впровадження маркетингового підходу у практичну діяльність сільськогосподарських товаровиробників забезпечить більш оперативну адаптацію підприємств до ринкового середовища і забезпечить його конкурентоспроможність і сталий розвиток [6, с. 27].

Маркетинг – це комплексна система організації виробництва й збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і одержання прибутку на основі досліджень і прогнозування ринку, розробки стратегії й тактики поводження на ринку за допомогою маркетингових програм. У цих програмах закладені заходи щодо поліпшення товару і його асортиментів, вивченню покупців, конкурентів і конкуренції, по забезпеченню цінової політики, формуванню попиту, стимулюванню збуту й реклами, оптимізації каналів руху товарів і організації збуту, організації технічного сервісу й розширення асортиментів сервісних послуг, що представляють [7, с. 32].

В основі терміну «маркетинг» лежить слово «market», що означає «ринок». Тому часто під маркетингом розуміють філософію управління, господарювання в умовах ринку, що проголошує орієнтацію виробництва на задоволення потреб конкретних споживачів. Маркетинг (від англ. market – ринок, торгівля, продаж, або від слова marketing, що означає діяльність на ринку) як самостійне економічне явище виник на високому ступені розвитку товарного виробництва, коли проблема розвитку набула для капіталу в США першорядного значення [5, с. 25]. Визначення терміну «маркетинг» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Визначення терміну «маркетинг»

Автор	Визначення
Архіпов В. Е. [1, с. 5]	Це комплекс дій виробників і продавців товарів і послуг, спрямований на виявлення потреб покупців з метою створення таких товарів і послуг, що у процесі ринкового обміну перетворюють ці потреби в доходи підприємців
Балабанова Л. В. [2, с. 14]	Це систематичне, спрямоване на ринок управління підприємством. Покупець забезпечує завантаження підприємства й оплату робітників
Гаркавенко С. С. [3, с. 3]	Це система автоматичного регулювання попиту і пропозиції
Котлер Ф. [4, с. 6]	Це одна з філософій управління, що має на меті визначення й задоволення потреб покупця за допомогою інтегрованих програм для досягнення організаційних цілей

Отже, маркетинг – це цілісна система управлінської діяльності підприємства, яка характеризується єдиною системою принципів, цілей та функцій і забезпечує створення, виробництво та збут товарів, відповідаючи існуючому та особливо потенційному попиту конкретних споживачів.

Список використаних джерел

1. Архипов В. Е. Маркетинг. Техника создания спроса / В. Е. Архипов. – М. : Вершина, 2006. – 300 с.

2. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств : [підручник] / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – Донецьк : в-во Дон. ДУЕТ, 2009. – 245 с.

3. Гаркавенко С. С. Маркетинг : [підручник] / С. С. Гаркавенко. – 4. вид., доп. – К. : Лібра, 2006. – 717 с.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб. : Корунс, 1994. – 716 с.

5. Мороз Л. А. Маркетинг : [підручник] / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай ; за ред. Л. А. Мороз. – 2-е вид. – Львів : Національний університет Львівська політехніка (Інформаційно-видавничий центр ІНТЕЛЕК+Інститут післядипломної освіти), Інтелект-Захід. 2012. – 244 с.

6. Шичікова Л. А. Особливості маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств хмельницької області / Л. А. Шичікова, Т. В. Кондратюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 26-29.

7. Шурянова Т. Рынки сбыта и конкурентоспособность продукции / Т. Шурянов // Экономика сельского хозяйства Украины. – 2013. – № 11. – С. 32.

*Фененко О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
(Магістерська програма «Бізнес-адміністрування»),
спеціальність Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.*

ПОСАДОВІ ОBOB'ЯЗКИ КОМІСІЇ З РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ

Процес ресурсозбереження в ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району передбачатиме ефективне використання всіх видів виробничих ресурсів, зокрема грошових. Крім того, зростання рівня ресурсозбереження означає підвищення ефективності використання виробничого потенціалу на основі скорочення витрат матеріальних, трудових, фінансових та інших видів ресурсів. Процес управління ресурсозбереженням повинен бути пов'язаний з реалізацією певного комплексу загальних управлінських функцій (табл. 1).

Таблиця 1

Посадові обов'язки комісії з ресурсозбереження в ТОВ «Промінь-Приват», 2019 р.

Обов'язки	Основний зміст
1	2
Визначення мети управління ресурсозбереженням підприємства	Визначення та обґрунтування основної мети управління ресурсозбереженням; формування цільових параметрів; розроблення завдань управління цим процесом; визначення критеріїв реалізації мети управління ресурсозбереженням
Планування рівня ресурсозбереження підприємства	Розробка планів зі зниження рівня ресурсоемності на підприємстві; розрахунок варіантів потреби в ресурсах за підрозділами підприємства і в цілому по підприємству в залежності від можливих змін

1	2
Організація управління ресурсозбереженням	Формування системи управління ресурсозбереженням на підприємстві з визначенням суб'єкта та об'єкта управління; розробка заходів, спрямованих на зниження ресурсоємності та ефективне використання наявних ресурсів підприємства; реалізація стимулюючої та мотивуючої системи винагород за ефективне управління ресурсозбереженням
Мотивація персоналу до ресурсозбереження	Визначення основних причин, які знижують мотивацію персоналу до ресурсозбереження, мотивів і стимулів, підвищуючих її; розробка дієвих заходів з мотивації; реалізація системи винагород за зростання рівня ресурсозбереження на підприємстві
Координація заходів щодо ресурсозбереження	Забезпечення узгодженості та взаємозв'язку між цілями і задачами управління ресурсозбереженням у всіх підрозділах підприємства
Оцінка й аналіз ресурсозбереження	Визначення фактичних показників ресурсозбереження та ресурсоємності на підприємстві; вивчення динаміки цих показників; виявлення резервів підвищення ефективності використання ресурсів
Моніторинг ресурсозбереження	Порівняння фактичних показників використання ресурсів з проектними; проведення аналізу відхилень, що виявлені; визначення причин незадовільного стану ресурсозбереження на підприємстві; розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності використання ресурсів підприємства
Регулювання процесу управління ресурсозбереженням	Уточнення планів та заходів щодо ресурсозбереження; коригування процесів управління ресурсозбереженням на основі аналізу змін фактичних показників ефективності використання ресурсів; розроблення заходів щодо усунення відхилень у використанні ресурсів від нормативів

Таким чином, на початку кожного календарного місяця на підприємстві за підрозділами збиратиметься та аналізуватиметься інформація про процеси ресурсозбереження за широким спектром показників. Після цього відповідальний секретар комісії буде готувати підсумковий звіт та проект рішень, що супроводжуються техніко-економічним обґрунтуванням, які надаються для ознайомлення членам комісії. Безпосередньо на засіданні відбуватиметься обговорення цих документів, виявлення проблемних питань у сфері ресурсозбереження, формування та затвердження рекомендацій і комплексу заходів з коригування процесів ресурсозбереження, призначаються відповідальні за їх виконання. Наступне засідання відбуватиметься з обов'язковим звітуванням відповідальних за виконання заходів осіб, затверджених на попередньому засіданні [2, с. 54].

Список використаних джерел

1. Кондратенко Н.О. Критерії оцінки ефективності ресурсозбереження [Електронний ресурс] / Н. О. Кондратенко // Наука й економіка. – 2016. – № 4 (20). – Режим доступу : <http://archive.nbu.gov.ua/portal>.
2. Лебедев В. Ресурсосбережение (нерешенные вопросы) / В. Лебедев, В. Павлов // Экономист. – 1991. – № 1. – С. 53-61.

*Фененко О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
(Магістерська програма «Бізнес-адміністрування»),
спеціальність Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ В ПІДПРИЄМСТВІ

Головним важелем економічного механізму стратегічного управління ресурсозбереженням на підприємстві виступає конкуренція, яка змушує, з одного боку, підвищувати якість продукції, з іншого – зменшувати витрати на виробництво і реалізацію продукції, що в кінцевому рахунку веде до постійного підвищення рівня ресурсозбереження [1].

Разом з тим, незважаючи на надзвичайну актуальність і високу ефективність, вибору стратегічних напрямів ресурсозбереження на вітчизняних підприємствах, їхня реалізація сьогодні сполучена з рядом проблем: відсутністю джерел фінансування ресурсозберігаючих заходів, суперечливістю вітчизняної нормативно-правової бази, недоліками державного планування в сфері ресурсозбереження, визначення його стратегії й тактики, недосконалістю системи органів державного керування ресурсозбереженням, неефективним використанням економічного інструментарію стимулювання ресурсозбереження, тіньовою економікою, гострим дефіцитом інформації й кваліфікованих кадрів у цій галузі [2, с. 93].

Стратегія ресурсозбереження – це комплекс принципів, чинників, методів, заходів, що забезпечують неухильне зниження витрати сукупних ресурсів на одиницю корисного ефекту конкретного товару за умови забезпечення економічної безпеки підприємства [1]. Враховуючи економічну сутність стратегії ресурсозбереження на підприємстві існує у методологічному аспекті необхідність визначення концептуальної схеми її формування, як це можна побачити на рис. 1. Передумови розробки комплексної програми реалізації стратегії ресурсозбереження діяльності підприємства визначаються наявністю проблеми, вирішувати яку необхідно на основі програмно-цільового методу.

Таким чином, моделювання відносин економічної діяльності конкурентного середовища підприємства, які негативно впливають на економіку підприємств, можуть бути усунені за рахунок вибору стратегічних напрямів ресурсозбереження, проведення економічних реформ, грошово-кредитної і валютної політики. Відомо, що в сучасній підприємницькій моделі управління ресурсним забезпеченням та вибір стратегічних напрямів ресурсозбереження необхідно розглядати стосовно впливу конкурентного середовища, яке є визначальними для розвитку підприємства.



Рис. 1. Схема вибору стратегічних напрямів ресурсозбереження на підприємстві [2, с. 134]

Список використаних джерел

1. Іпполітова І. Я. Ресурсозбереження як метод господарювання в умовах кризи [Електронний ресурс] / І. Я. Іпполітова. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_NPN_2015.
2. Ресурсозбереження та економічний розвиток України : Формування механізмів переходу суб'єктів господарювання України на базі ресурсозберігаючих технологій : [монографія] / За заг. ред. к.е.н., доц. І. М. Сотник. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2012. – 551 с.

*Ясько О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.

КОНФЛІКТИ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ ЯК ТИПОВІ ЯВИЩА РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Конфлікти в трудовому колективі є типовим явищем розвитку нашого суспільства. Вони виникають в умовах складного соціально-економічного стану країни як наслідок процесів оновлення виробничих відносин, що потребують відмови від всього старого, зайвого та ще донедавна звичного. Тільки у 2017 р. через трудові конфлікти в Україні втрати робочого часу склали 3,4 млн люд.-год., продукції було недодано на суму 62 млн. грн. Лише тільки у Полтавській області втрати робочого часу склали 1376,1 тис. люд.-год., в результаті чого було недоотримано продукції на суму 27,2 млн. грн.

Для ефективного вирішення трудових конфліктів необхідно володіти як певним обсягом теоретичних знань, так і практичними навичками, що сприяють їх

подоланню. Сучасний керівник повинен добре розумітися на сутності такого складного явища, як конфлікт, і, якщо він виник, уміти знайти найоптимальніший шлях вирішення, щоб запобігти погіршенню психологічного клімату в трудовому колективі. Правильно керувати конфліктами в колективі, що склався, має вміти кожний сучасний менеджер [3, с. 85].

Конфлікти в трудовому колективі є типовим явищем розвитку суспільства. Вони виникають в умовах складного соціально-економічного стану країни як наслідок процесів оновлення виробничих відносин, що потребують відмови від всього старого, зайвого та ще донедавна звичного.

Трудовий конфлікт – це є конфлікт у сфері трудових відносин із приводу засобів працевзабезпечення, рівня заробітної плати, використання професійного й інтелектуального потенціалу, різних елементів та чинників трудового процесу (організації, змісту, умов праці й т. ін.), рівня цін на різні блага, реального доступу до цих благ й інших ресурсів, викликаний протилежністю інтересів.

У Законі України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» визначається, що колективна трудова суперечка (конфлікт) – це є розбіжності, що виникли між сторонами соціально-трудова відносин, стосовно [1]: встановлення нових чи зміни існуючих соціально-економічних умов праці та виробничого побуту; укладання чи зміни колективного договору, угоди; виконання колективного договору, угоди чи окремих їх положень; невиконання вимог чинного законодавства України про працю.

Запропоновано представлення конфлікту на рис. 1.

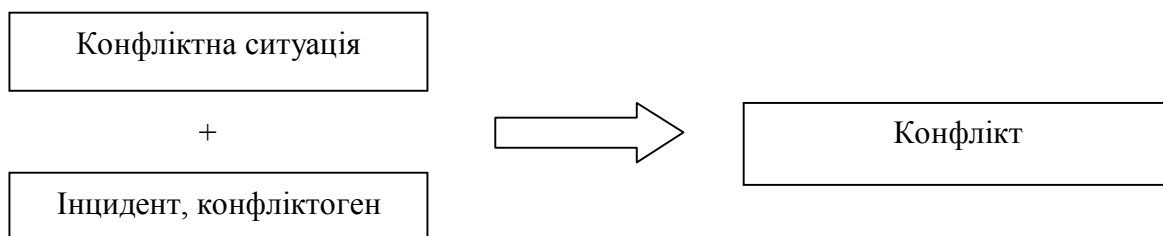


Рис. 1. Схема конфлікту [2, с. 117]

Таким чином, конфлікт – це конфліктна ситуація, що супроводжується інцидентом. Інцидент (лат. *incidentis* – «случаючийся») – випадок, непорозуміння, подія (частіше неприємна), зіткнення. Але для виникнення конфлікту недостатньо тільки однієї конфліктної ситуації, адже конфліктна ситуація може існувати задовго до того, як відбудеться пряме зіткнення опонентів. В певному сенсі конфліктна ситуація і конфлікт є незалежними один від одного. Щоб відбувся конфлікт, потрібні дії зі сторони опонентів, які будуть спрямовані на досягнення їхніх цілей. Такі дії зовнішній вплив, поштовх, конфліктоген – називають інцидентом.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
2. Конфліктологія : [навч. посіб.] / Л. М. Ємельяненко, В. М. Петюх, Л. В. Торгов, М. О. Шуфран. – К. : КНЕУ, 2003. – 315 с.

3. Котигоренко В. Сучасні концепції конфлікту як суспільного явища / В. Котигоренко // Людина і політика. – № 3 (21). – 2015. – С. 75-87.

*Ясько О. М., здобувач вищої освіти СВО Магістр,
спеціальність Менеджмент*

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дем'яненко Н. В.

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Трудові конфлікти на підприємствах України виступають як складне явище, що характеризується багатьма особливостями і рисами. Тому для успішного управління трудовими конфліктами та здійснення подальшої роботи з оптимізації соціально-психологічного клімату колективів, керівнику необхідно також виявити причини виникнення конфліктів і загострити увагу на джерелі напруги [1].

Конфлікти у трудовому колективі виникають з досить різних причин.

По-перше, це незадовільна головна мета діяльності. Тобто головна мета діяльності колективу не влаштовує всіх його членів. Розходження у думках щодо мети діяльності колективу по суті паралізує його. Цей конфлікт частіше відбувається під час організації колективу або при переорієнтуванні його діяльності.

По-друге, це несправедлива суспільна оцінка діяльності колективу. Часто ця причина приводить до конфлікту не у середині колективу, а з адміністрацією чи з іншим колективом [3, с. 103]

По-третє, це поведінка, що суперечить загальноприйнятим у колективі нормам. Таке відбувається при порушенні одним членом колективу або цілою групою встановлених норм поведінки. Часто це відбувається при появі у колективі нових людей, не знайомих з традиціями колективу або не сприймаючих ці традиції.

Четвертою причиною може бути несумісність культурних рівнів членів колективу. Коли існують у колективі великі розбіжності культурного рівня його членів, то часто виникають взаємні непорозуміння, які можуть набути вигляду конфлікту. Тут відіграють роль не тільки освіченість людей, але, головним чином, їх виховання, етична поведінка. Якщо рівень виховання у певних членів колективу невисокий, то конфлікти стають ймовірним явищем. І останньою можна виділити причину психологічної несумісності. Коли в колективі є люди зовсім з різними, навіть протилежними характерами і темпераментами [4, с. 65-68]. Часто більшість керівників не враховує деякі з цих причин, і це веде до негативних наслідків.

Тому для злагодженої праці у колективі, керівник повинен розуміти, що його формування не повинно бути випадковим. Треба ретельно підбирати кадри не тільки за професійною ознакою, але й враховувати рівень виховання, психологічний стан тощо.

У найбільш розповсюдженому, найширшому розумінні попередження конфлікту передбачає дії, що виключають зародження конфліктної ситуації чи

усувають причини, джерела конфлікту, які призводять до розрядки конфліктної напруженості, запобігання формуванню конфліктної свідомості, кризи і конфліктних дій. Керівник повинен володіти знаннями про методи правильної та своєчасної діагностики, а також запобігання конфлікту, якими є регулярне ділове спілкування із співробітниками та диференційований підхід до людей; засновані на діловій аргументації та відсутності емоцій індивідуальні бесіди; прийняття управлінського рішення, здатного усунути базу конфлікту [2, с. 217-218] Але перш ніж застосовувати методи профілактики трудових конфліктів у колективі, необхідно визначити, до якого типу відноситься колектив, який рівень його розвитку, який в ньому соціально-психологічний клімат.

Список використаних джерел

1. Блохіна І. С. Вирішення конфліктів в трудовому колективі – обов’язок керівника / І. С. Блохіна, Н. Ю. Ляшок [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту : <http://ea.donntu.org:8080/bitstream>.
2. Ложкін Г. В., Повякель Н. І. Практична психологія конфлікту : [навч. посіб.] / Г. В. Ложкін, Н. І. Повякель. – К. : МАУП, 2008. – 256 с.
3. Руденко В. Трудовий конфлікт : примирити і задовольнити вимоги // Людина і влада. – 2007. – № 4. – С. 102-105.
4. Чумиков А. Н. Керування конфліктами / А. Н. Чумиков. – К. : МАУП, 2006. – 97 с.