

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**НАВЧАЛЬНО–НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15 – 16 жовтня 2019 р.

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА
ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 жовтня 2019 р. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2019. – 230 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Редакційна колегія:

Агеєва І.М. - к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. - д.е.н., доц., Купріна Н.М. - к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. - д.е.н., проф., Павлов О.І. - д.е.н., проф., Рогатіна Л.П. - д.е.н., доц., Савенко І.І. - д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., доц., Каламан О.Б. – к.е.н., доц., Мельник Ю.М. – к.е.н., доц.

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом №2 від 01.10.2019 р.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кордзая Н.Р., к.т.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Стрімкий розвиток ринку товарів та послуг змінює бажання споживача, зумовлюючи виробників шукати нові методи просування та реалізації виготовленої продукції, оскільки зміна смаків споживачів призводить до падіння ефективності традиційних прийомів маркетингу, які використовувалися тривалий час.

Сьогодні значного поширення набуває всевітня мережа Інтернет. Вона проникає в усі куточки людського життя: робота через Інтернет, навчання через Інтернет, спілкування через Інтернет. Інтернет володіє унікальними характеристиками, що значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Так виникає інтернет-маркетинг. Однією з основних властивостей середовища Інтернету є його гіпермедійна природа, котра характеризується високою ефективністю у поданні та засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості даного виду маркетингу.

Основними перевагами інтернет-маркетингу перед традиційним маркетингом вважаються інтерактивність, можливість максимально точного таргетингу та доступність цільових груп, можливість отримання зворотного зв'язку від користувача та оброблення його реакції, легкість моніторингу та дослідження ефективності комунікації, а також можливість постклік-аналізу, дешевизна, швидка адаптація до ринкових умов, швидкість отримання відгуку.

Населення планети сьогодні все більше й більше часу проводить у соціальних мережах. Саме з цієї причини просування товарів та послуг за допомогою цих каналів вважається найефективнішим та доволі дієвим маркетинговим механізмом. Виникає таке поняття, як *маркетинг у соціальних мережах*.

Social Media Marketing (SMM) (від англ. «маркетинг у соціальних мережах») – це просування товарів та послуг за допомогою соціальних мереж. Соціальні мережі – місце перебування цільової аудиторії для бізнесу практично будь-якої ніші, величина цієї аудиторії дорівнює, а місцями навіть більша за аудиторію телеканалів, користувачі тут більш активні та уважні. Рекламу за допомогою соціальних мереж включає у себе безпосередню роботу у спільнотах, які охоплюють цільову групу користувачів.

Маркетинг у соціальних медіа є затребуваним як великими компаніями-лідерами ринку, так і компаніями малого й середнього бізнесу, які використовують SMM для власного просування та налагодження контакту зі своїми споживачами.

Для того, щоб просування товарів та послуг за допомогою соціальних мереж було ефективним, максимально швидким та мінімально витратним, необхідно дуже ретельно проробити стратегію цього просування. Сьогодні, в умовах інформатизації суспільства, поведінка споживача дуже змінюється:

послаблюється сила впливу на нього маркетологів, він стає більш інформованим та вимогливим, а отже, дії спеціалістів з маркетингу повинні випереджати дії потенційних або вже існуючих клієнтів. Це видозмінює теорію стратегічного маркетингу. Проте, принциповим є те, що маркетингові стратегії у наш час рекомендується розробляти на наступних принципах: адресність; персоніфікована пропозиція товарів; глобалізованість; незалежність масштабу та інтенсивності маркетингових заходів від розмірів підприємства; незначні трансакційні витрати й витрати на комунікації; обов'язкова оцінка ефективності реалізації.

Отже, основних кроків щодо використання соціальних мереж як інструменту просування товарів та послуг можна виділити 9 кроків.

Крок 1. Визначення цільової аудиторії. Перш ніж просувати продукт або послугу, потрібно зрозуміти, кому він може бути цікавим. Чим детальніше можна визначити портрет потенційного клієнта, тим краще. Для цього необхідно враховувати цілий ряд факторів, за допомогою яких можна найбільш точно настроїти таргетинг майбутньої реклами. До необхідних факторів відносяться наступні.

1. Базові показники:

- географія цільової аудиторії – де саме живуть потенційні клієнти. В окремих випадках географія може поширюватися відразу на цілі країни, якщо мова йде, наприклад, про програмне забезпечення;

- соціально-демографічні характеристики цільової аудиторії – стать, вік, сімейний стан, посада, освіта, рівень доходів.

2. Проблеми та «болі» потенційних клієнтів, які можна вирішити.

3. Пошукова активність потенційних клієнтів – інформація, яку цільові користувачі шукають у соціальних мережах.

4. Інтереси, захоплення, хобі, переконання та звички потенційних клієнтів (чим можуть цікавитися, в які місця розваг ходять тощо).

Крок 2. Визначення конкретних ключових завдань кампанії. Завдання, які можна вирішувати за допомогою SMM, умовно поділяють на такі типи:

- знайомство з брендом та його просування, донесення інформації;
- підвищення лояльності та формування впізнаваності бренду;
- залучення до взаємодії через дискусії, конкурси тощо;
- «дотискання» потенційних клієнтів до здійснення цільової дії;
- збільшення відвідуваності сайту компанії;
- отримання зворотного зв'язку щодо якості товарів та послуг;
- робота з відгуками та запереченнями, робота з негативом.

Крок 3. Підбір майданчиків з високою концентрацією цільової аудиторії. Після того, як аудиторія визначена, необхідно зрозуміти, де вона зосереджена: на глобальних (Facebook, Twitter тощо) чи локальних майданчиках (спільноти в середині соціальних мереж, блоги, форуми). Для підбору найбільш ефективного майданчика можна проводити аналіз статистики локальних майданчиків, аналіз тем, які обговорюються на майданчику, та скористатися спеціальним функціоналом.

Крок 4. Визначення поведінкових особливостей аудиторії

У соціальних мережах виділяють три основні категорії поведінки користувачів: пасивні спостерігачі, учасники дискусій та генератори контенту. Для генераторів контенту важливо створити кілька спільнот, грамотно оформити їх та надати можливість користувачам висловитися – далі вони самі будуть вести блоги, створювати теми дискусій та інше. Учасники обговорень рідко самі створюють нові теми дискусій, але із задоволенням приєднуються до вже існуючих. У цьому випадку основне завдання – надати їм ці обговорення. І нарешті, пасивні спостерігачі. Вони не створюють обговорення, і майже ніколи не висловлюються у вже наявних дискусіях, однак вони бачать і сприймають інформацію, яка надається про продукт. Важливо визначити, в якій з цих категорій потенційних клієнтів найбільше, та в залежності від цього будувати стратегію просування конкретних товарів та послуг.

Крок 5. Розробка контент-плану. Контент-план для соціальних мереж – це чіткий графік публікацій, складений заздалегідь та на певний час, частіше усього на місяць вперед.

Контент-план – річ досить індивідуальна, та кожен веде його як зручно. Стандартних форм цього документа не існує, але існують професійні шаблони для його складання, котрі, зберігаючи загальну ідею, можуть виглядати зовсім по-різному. Таким чином, можна обрати вже готові шаблони, або на їх прикладі створювати власні.

Цей документ можна вести у календарі, можна використовувати для цього таблиці Excel, але найчастіше контент-план зберігають у Google Docs, адже крім хмарного доступу з будь-якого девайса, тут є можливість коментарів. *Основними графами* контент-плану є: дата, день та час публікації (тут можна розміщувати тести публікацій); вид контенту; тема та ідея статті; матеріали для написання та рубрика, у якій цей пост буде розміщений.

Крок 6. Визначення системи метрик. Метрики – показники ефективності виконання поставлених раніше завдань. Існують зовсім різні критерії, як *загальні* (охоплення аудиторії, характер активності тощо), так і більш *конкретні* (трафік, кількість продажів, наявність та кількість лідів – контактів потенційної аудиторії тощо). Визначення системи метрик необхідне для того, щоб розуміти, наскільки ефективною є кампанія з просування, та наскільки виконуються поставлені раніше завдання. Система таких показників повинна бути визначена заздалегідь, а вибір тих чи інших метрик залежить від цілей та завдань кампанії.

Крок 7. Визначення необхідних ресурсів. Як правило, просування у соціальних мережах вимагає двох основних видів ресурсів:

- ресурси часу – власне час, який витрачають співробітники на просування продукту;
- матеріальні ресурси – витрати на рекламу та аутсорсінгу, дизайнспільнот, створення додатків, написання постів тощо.

І ті, і інші ресурси необхідно визначити та прописати ще до початку старту кампанії.

Крок 8. Розробка календарного плану. Будь-яке завдання повинно мати точний термін реалізації. На цьому побудовані всі маркетингові стратегії, і соціальні мережі не є винятком. Календарний план у SMM-маркетингу представляє собою схему, у якій у хронологічному порядку повинні бути призначені дати для всіх основних дій, а саме:

- запуск заходів у кожній з мереж;
- дедлайн по кожному із заходів;
- розклад публікацій матеріалів та усіх постів;
- замір (статистика) по основних метриках.

Крок 9. Оцінка ефективності проведення кампанії та її корекція. У деяких випадках про результати SMM-просування говорити складно, тому що часто вимірювати ефективність проекту можна лише через півроку від початку робіт. Будь-яка активність у соціальних мережах не має значення без показників ефективності, виражених у конкретних цифрах. Відстежувати ефективність роботи з соціальними мережами можна та потрібно за багатьма кількісними та якісними показниками ефективності Key Performance Indicators або KPI (з англ. «ключовий показник ефективності»). Для вимірювання деяких KPI буде досить внутрішньої статистики сервісу, а для інших стануть необхідними спеціальні інструменти: системи веб-аналітики такі як GoogleAnalytics та сервіси з моніторингу.

Література

1. Вирин Ф. Интернет маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин. – М.: Эксмо, 2012. – 128 с.
2. Литовченко І.Л. Интернет-маркетинг. Навчальний посібник / І.Л. Литовченко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 376 с.
4. Burns R. Social Media Marketing 2018: The New Era of SMM (The New Era of Internet Marketing) (Volume 3) / Roger Burns., 2018. – 218 с.
5. Оценка эффективности SMM [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://impro.pro/blog/smm/ocenka-effektivnosti-smm/>.

ОСОБЛИВОСТІ ТА СТАН ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ

Соколюк К.Ю., к.е.н.

Одеська національна академія харчових технологій

Зміни у умовах ведення світового господарства прямо впливають на соціально-економічний розвиток України. З метою забезпечення стабільності розвитку економічної системи країни необхідним є формування основних напрямів інноваційно-інвестиційного розвитку. Зокрема, розробки програми формування інвестиційного забезпечення стратегічно важливих галузей

економіки, до яких відноситься аграрне виробництво. Як свідчить досвід, власних коштів підприємств не достатньо, тому виникає потреба залучення зовнішніх джерел інвестування, в тому числі і іноземних.

Вивченням питань залучення іноземних інвестиційних ресурсів у вітчизняну економіку займалися такі науковці як В.І. Грушко, Г.Я. Глуха, М.Ю. Коденська, О.В. Мішук, І.В. Одотюк, О.А. Прокопчук, С.Ю. Соколук, Ю.О. Нестерчук, П.Т. Саблук, М.П. Харчук та ін..

У кризових умовах залучення стратегічно важливих інвестиційних ресурсів є вкрай складним процесом. Це обумовлено, насамперед, погіршенням інвестиційного клімату та зниженням рівня довіри іноземного інвестора через мінливість нормативно-правового поля.

Іноземні інвестиційні ресурси можуть надходити як зі сторони: іноземних держав – державні інвестиційні ресурси, так і від приватного сектору та зарубіжних фірм і підприємств [4]. Процес залучення прямих іноземних інвестицій ускладнюється певними факторами (рис.1).

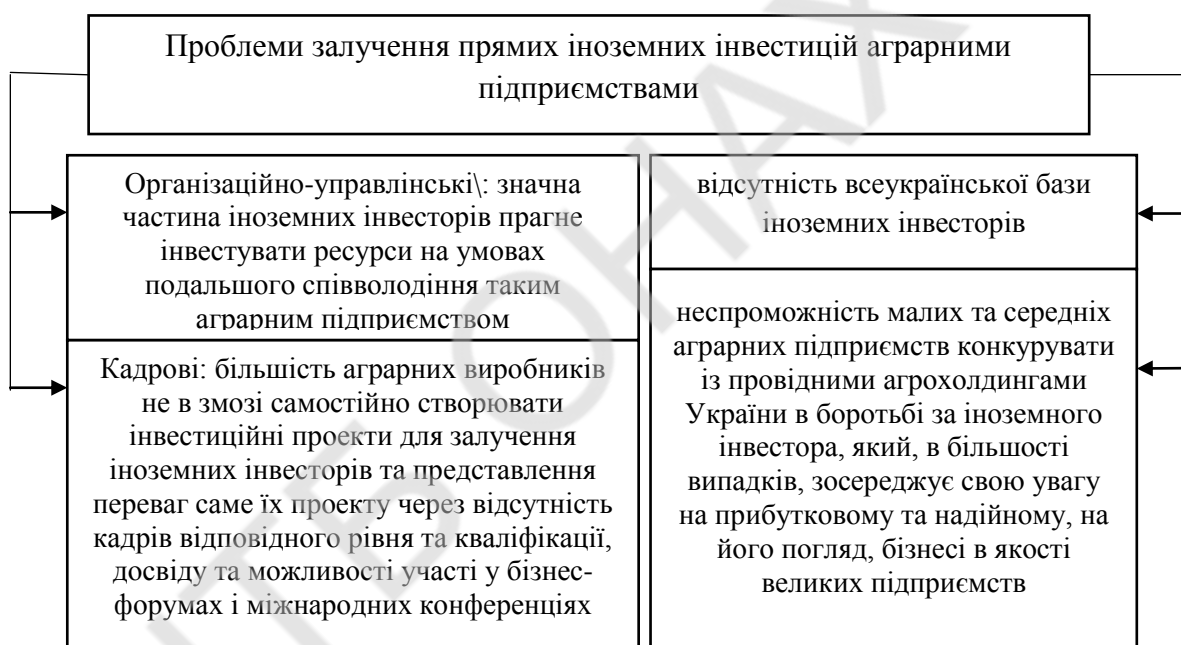


Рис. 1 - Перешкоди на шляху залучення прямих іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки України

Більшість країн практикує вкладення прямих інвестиційних ресурсів, що сприяють зростанню зовнішньоторговельного обороту приймаючої країни, збільшенню обсягів та різновидів форм виробничого та науково-технічного співробітництва [2].

Перерозподіл інвестиційних ресурсів серед країн світу відбувається останніми роками за принципом Round trip – направлення резидентами за кордон коштів, які потім вертаються в країну у вигляді прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Впродовж 2010-2018 років обсяги ПІІ, в яких кінцевим контролюючим інвестором є резидент оцінено у 8,4 млрд дол США, що становить 22% від притоку ПІІ в Україну [3]. Найбільші обсяги спостерігалися впродовж 2010-2013 років – в середньому 32,7% від загального обсягу. Зокрема, 87% таких інвестицій було спрямовано до підприємств реального

сектору (в тому числі аграрно-промислового комплексу) [3]. За надходженнями прямих іноземних інвестицій лідирували країни з економікою, що розвивається – 53,6%, а за витоком іноземних інвестицій – країни з розвинутою економікою – 60,8%.

Аналіз динаміки ПІІ свідчить про те, що протягом періоду дослідження (2014-2019) Україна має позитивне сальдо. Тобто, в країну більше надходить ПІІ ніж вивозиться (табл.1).

Таблиця 1 – Динаміка ПІІ в Україні

Показник	Роки					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ПІІ в Україні	410	2961	3284	2202	2355	1074
ПІІ з України	111	-51	16	8	-5	-1
Сальдо	+229	+3012	+3264	+2194	+2360	+1075

За умов несприятливого інвестиційного клімату вивчення тенденцій залучення іноземних інвестиційних ресурсів та перспективи подальшого їх використання є важливим аспектом для розробки ефективної стратегії інвестиційно-інноваційного розвитку.

Досліджуючи дану підсистему інвестиційної діяльності необхідно врахувати певні особливості формування інвестиційного клімату в умовах соціально-економічних кризи.

Незважаючи на негативні явища в економіці країни та інвестиційній сфері, все ж таки спостерігається приплив іноземних інвестиційних ресурсів.

Відповідно до публікацій експертів ООН, серед країн, до яких надійшло найбільше прямих іноземних інвестицій є: перше місце США – 252 млрд дол; друге місце Китай – 139 млрд дол; на третьому – Гонконг із вкладенням 116 млрд дол.

Натомість загальний потік ПІІ в Україну скоротився на 9% у 2018 році та склав 2, 4 млрд дол [1].

Аналізуючи ПІІ у розрізі галузей промисловості варто зазначити, що найбільш інвестиційно-привабливими за підсумками обсягів вкладень прямих іноземних інвестицій є машинобудування, виробництво хімічних речовин і хімічної продукції та добувна промисловість - тобто ті галузі, капіталовідача в яких відбувається у мінімальні терміни та відсоток прибутковості досить високий. Крім того інвестори також надають перевагу оптовій та роздрібній торгівлі. Обсяг вкладень в агропромисловий комплекс залишається на низькому рівні. Хоча у 2018 році інвестиції в АПК України зросли на 10%. Зокрема, інвестиції в сільське господарство становили 13% від інвестицій в економіку України.

Аграрне виробництво впливає на розвиток усєї економіки (за даними досліджень науковців) і за прогнозами Інституту аграрної економіки, точка рівноваги в пріоритетність сільського господарства і харчової промисловості буде досягнута (за теперішнього рівня інвестиційних вкладень) у 2025 році. Хоча вкладення прямих іноземних інвестицій в АПК у динаміці за всіма джерелами надходження показав тенденцію до їх зростання. Проте, негативним на наш погляд, є зростання в динаміці та збільшення частки вкладень у

фінансовий, страховий сектор, а не у переробні галузі.

Залишається мала частка вкладень інвестицій у інноваційну діяльність, яка, в свою чергу, є основою для створення принципово нових інтелектуалізованих систем, машин та обладнання для різних галузей економіки. Наразі, основну частку іноземних інвестиційних ресурсів становлять діяльність засоби бувші у використанні. Враховуючи значний науковий потенціал країни, ми маємо можливість самостійно створювати інтелектуальні та інноваційні продукти. Крім того надзвичайно мала частка прямих іноземних інвестицій припадає на аграрне виробництво. Зокрема, дуже низький рівень інвестування малого агробізнесу, який є одним із найважливіших чинників розвитку. Також несприятливо на його розвиток чинить і розмір відсоткової ставки по кредитах (яка значно перевищує рівень рентабельності). Тому в перспективі необхідно переглянути політику держави у сфері залучення прямих інвестиційних ресурсів в частині забезпечення збалансованості їх надходження.

Література

1. World investment report 2018. United Nations. New York and Geneva, 2018. P. 213.
2. Міщук О.В. Прямі іноземні інвестиції у забезпеченні інноваційного розвитку економіки України / О.В. Міщук // Інноваційна економіка - №7. – 2013. – С. 242-245.
3. Ретроспективний аналіз даних щодо обсягів прямих іноземних інвестицій, в яких кінцевим контролюючим інвестором є резидент (round tripping) за 2010-2018 р. Національний банк України. Департамент статистики та звітності. Київ. 2019. 14 с.
4. Соколюк К.Ю. Прямі іноземні інвестиції в аграрному секторі економіки: стан та перспективи залучення. *Молодий вчений*. 2016. №3(30). С. 197-201.
5. Харчук М.П. Як поліпшити інвестиційний клімат в Україні / М.П. Харчук // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. – 2013. - №5. – С.17-20.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗБУТУ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ КАНАЛІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ МАЛИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент

Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач

Значек Р.Р., к.т.н., асистент

Одеська національна академія харчових технологій

Вступ. Формування і розвиток ринкової економіки та відродження підприємництва в аграрному секторі історично співпали з визнанням сільського господарства пріоритетною галуззю в Україні. Основною проблемою

підприємницького аграрного сектора стає не стільки організаційна сторона виробництва продукції, а питання здійснення її збуту та пов'язані з цим аспекти: цінова, товарно-збутова, рекламна політика.

Проблема загострюється у зв'язку з тим, що характерною рисою сільського господарства є його дрібнотоварна структура, яка розглядається аграрною економічною наукою як перешкода для формування самостійного маркетингу у фермерських господарствах – малих суб'єктах господарювання, здійснення ними маркетингових досліджень та застосування широкого спектру маркетингових інструментів. Особливо проблематичною для малих суб'єктів господарювання в аграрному секторі є така складова маркетингового комплексу, як просування та збут продукції.

Попри всі проблеми та обмеження, які підсилюються конкурентними умовами на аграрних ринках, малі підприємницькі структури, а не лише великі холдингові компанії, здатні здійснювати успішний маркетинг, зокрема в збутовій сфері. Актуальними постають питання осучаснення збуту аграрної продукції та входження всіх учасників аграрного ринку у цифровий простір та електронний бізнес, який поступово отримує належне правове [1] та науково-методичне забезпечення [2].

Матеріали і методи. На даний час ситуація в сфері збутової діяльності малих суб'єктів господарювання аграрного сектора неоднозначна, для розв'язання існуючих проблем вимагається удосконалення науково-методичного забезпечення управління збутовою діяльністю аграрних виробників з урахуванням сучасних тенденцій з діджиталізації всіх сфер економіки. Для виявлення основних напрямів удосконалення збутової політики здійснений моніторинг каналів збуту продукції аграрних підприємств із застосуванням монографічного, абстрактно – логічного, розрахунково-конструктивного та інших методів з використанням матеріалів статистичної звітності аграрних підприємств, інформації по типовому суб'єкту малого підприємництва аграрного сектора, що здійснює різноманітні види економічної діяльності і має товарне виробництво основних видів аграрної продукції, та результатів власних спостережень.

Результати. Проведене дослідження співвідношення потенційних каналів реалізації продукції аграрних підприємств за даними статистичних звітів про реалізацію продукції показало, що у складі наведених у даному звіті каналів переважає позиція «за іншими каналами».

Типовою для аграрних підприємств є ситуація, яку демонструє структура реалізованої продукції за каналами збуту в сільськогосподарському товаристві з обмеженою відповідальністю «Агротранс» (табл. 1). Продукція зернових культур реалізується виключно за іншими каналами, у той час як ця позиція мала б уявляти собою незначну частку продукції, реалізовану за непередбаченими традиційною класифікацією каналами. Продукція олійних технічних культур частково реалізується переробним підприємствам, але й за цим видом продукції переважають інші канали. Виключення становить лише продукція тваринництва, яка реалізується переважно переробним

підприємствам. В рахунок оплати праці видавалось лише молоко, розрахунок за паї договорами оренди землі передбачений виключно у грошовій формі.

Таблиця 1 - Структура вартості реалізованої продукції СТОВ «Агротранс» за різними каналами збуту (2017-2018 рр. в середньому)

Вид продукції	Реалізовано всього, тис. грн.	у тому числі:					
		переробним підприємствам		населенню в рахунок оплати праці та на паї		за іншими каналами	
		тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Пшениця	2865,9	-	-	-	-	2865,9	100,0
Ячмінь	601,3	-	-	-	-	601,3	100,0
Соняшник	9936,6	2845,6	28,64	-	-	7090,4	71,4
ВРХ	1359,3	1359,3	100,0	-	-	-	0,0
Молоко	2009,3	1833,6	91,3	13,85	0,7	161,9	8,1

Джерело: розраховано за даними статистичної звітності СТОВ "Агротранс"

Загальновідомо, що за позицією «інші канали» представлені численні посередники, які скуповують майже весь обсяг товарної продукції зернових культур суб'єктів малого господарювання з подальшою реалізацією на експорт. Як правило, такі відносини між учасниками ринку не оформляються договорами, передбачають вищу ціну у разі розрахунку готівкою, що породжує цілий ряд негативних для економіки країни і виробників наслідків: держава недоотримує податкових надходжень, а виробники втрачають доходи, оскільки є заручниками ситуації в силу ряду організаційно – економічних факторів.

Рішенням даної проблеми могла би стати сучасна маркетингова диверсифікація каналів реалізації та діджиталізація збутової діяльності, що цілком би відповідало сучасним трендам розвитку управління економікою та її цифровізації, зробило би доступними для дрібних виробників організовані легальні канали збуту.

Серед форм електронної торгівлі найбільш прийнятними могли би стати не лише електронні магазини, ай електронні аукціони, електронні торговельні та тендерні майданчики та платформи. Серед моделей електронної торгівлі в залежності від ситуації та продукції, що реалізується можуть бути рекомендовані формати B2B та B2C.

Але лише діджиталізація всіх операцій з реалізації продукції дрібних виробників та суб'єктів малого підприємництва не здатна вирішити існуючих проблем в силу нерозвиненості ринкової інфраструктури, недосконалості податкового законодавства, відсутності достатніх фінансових ресурсів для забезпечення постійної присутності виробників аграрної продукції у Internet-просторі, безпеки у взаємовідносинах з віртуальними контрагентами, своєчасної і оперативної доставки продукції та неможливості подолання інших факторів зовнішнього середовища в умовах невизначеності.

Необхідно вирішити питання організаційного механізму діджиталізації збутової діяльності та організаційної форми її функціонування. Як і в

традиційній збутовій діяльності, в електронній її формі найбільш оптимальним варіантом для суб'єктів малого підприємництва міг би стати безприбутковий електронний кооператив. Його призначення – об'єднати фінансові і матеріальні ресурси для створення WEB-сайту, сайту-візитки та його просування, формування необхідних за обсягом партій продукції, її транспортування, застосування системи запобігання шахрайству та інших питань.

Висновок. Провідна галузь економіки України, яким стало сільське господарство з високим експортним потенціалом, вимагає сучасного підходу в організації збутової діяльності. Якщо великі агрохолдингові структури запроваджують в свою збутову діяльність проекти з діджиталізації глобальних транзакцій торгівлі аграрною продукцією, то розвиток малого і середнього підприємництва гальмується цілою низкою організаційно-економічних факторів зовнішнього середовища та породжує ряд негативних для економіки явищ. Їх подолання можливе шляхом впровадження процесів діджиталізації в збутову діяльність.

Основною організаційною формою, через яку буде опосередкована діджиталізована збутова діяльність, має стати електронний аграрний збутовий кооператив, модель функціонування якого може мати формати B2B та B2C. В модель організаційної структури електронного збутового кооперативу рекомендується включати електронні візитки, електронні магазини, електронні торговельні та тендерні майданчики, корпоративний сайт та представництва на бізнес-порталах, що сприятиме маркетинговій диверсифікації збутової діяльності та каналів реалізації продукції малих суб'єктів – господарювання аграрного сектора.

Література

1. Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку: Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради від 08.06.2000 № 2000/31/ЄС . zakon.rada.gov.ua.
2. Юдін О.М., Макарова М.В., Лавренюк Р.М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток. Монографія. Полтава. РВВ ПУЕТ. 2011. 201 с.

ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ

**Криницька О.О., к.е.н., доцент, Ткачук Т.І., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій**

Аграрна сфера виробництва ще й досі залишається однією з найменш реформованих в економіці України. Значною мірою усунувшись від регулювання аграрних, у тому числі і земельних відносин, держава тим не менш не створила сприятливі умови для ефективного функціонування сучасних ринкових форм землеволодіння та землекористування. За ліквідацією державної та колективної форм землеволодіння та землекористування не

відбулося формування потенційних можливостей для дієвого запровадження таких форм, які базуються на праві приватної власності на землю, як індивідуальної, так і кооперативно-пайової.

Нагальність вирішення цього питання обумовлюється декількома причинами. З одного боку, саме аграрний сектор економіки забезпечує виробництво стратегічного продукту – продовольства, а отже, забезпечує національну та економічну безпеку держави, її продовольчу незалежність, є підґрунтям створення стратегічних запасів продовольства, забезпечення продовольством збройних сил. Це дасть можливість забезпечити соціально-економічну стабільність в країні. З іншого боку розвиток агропромислового виробництва може стати потужною ланкою, яка потягне за собою і інші галузі економіки. Зауважимо, що ані реформи, ані запровадження ринку землі самі по собі не є самоціллю. Необхідно не проводити їх на догоду чийсь вимогам, а розраховувати, які форми та напрями реформ дадуть найбільшу ефективність. При цьому не можна просто копіювати досвід проведення подібних реформ в інших країнах, зокрема Східної та Центральної Європи, тому що кожна країна має свої історичні особливості та традиції.

Важливі особливості права приватної власності на землі сільськогосподарського призначення відображені у 13т.9 Закону України «Про оренду землі», згідно з якою орендар має переважне право на придбання орендованої ділянки у разі, якщо вона виставляється на продаж[1].

Разом із тим, можна констатувати, що чинне земельне законодавство не передбачає можливості «зворотнього руху» прав на земельні ділянки.

За загальним правилом, власник земельної ділянки сільськогосподарського призначення не може вчиняти дій, спрямованих на трансформацію наявного у нього права власності на земельну ділянку у менш повне право – право оренди чи емфітевзису.

Пріоритет права приватної власності на землі сільськогосподарського призначення як основоположна, керівна ідея правового регулювання відносин сільськогосподарського землекористування реалізується в нормах земельного законодавства України, яке надає громадянам України право на:

- 1) безплатну приватизацію наданих їм у користування земельних ділянок сільськогосподарського призначення у межах норм безплатної приватизації;
- 2) безплатне отримання у власність земельних ділянок сільськогосподарського призначення за рахунок земель запасу та резервного фонду;
- 3) викуп земельних ділянок сільськогосподарського призначення понад норму безплатної приватизації;
- 4) безплатне отримання у власність земельних ділянок сільськогосподарського призначення внаслідок державних і комунальних сільськогосподарських підприємств і організацій, та, по-друге, яке надає сільськогосподарським підприємствам України право на набуття земельних ділянок сільськогосподарського призначення, що перебувають у державній чи комунальній власності, у приватну власність на земельних торгах (аукціонах).

По суті, в силу дії пріоритету права приватної власності на сільськогосподарські землі всі землі сільськогосподарського призначення України, за виключенням дослідних полів науково-дослідних установ і сільськогосподарських земель державних навчальних закладів, є об'єктом права громадян України та юридичних осіб України на приватизацію цих земель.

Отже, важливими рисами пріоритету права приватної власності на земельні ділянки сільськогосподарського призначення є те, що, по-перше, право власності на ці землі визнається основним, домінуючим видом права на такі ділянки в системі прав на сільськогосподарські землі, які можуть набуватися громадянами та юридичними особами України, а право оренди на такі землі та право емфітевзису – допоміжним правом. В оренду та на умовах емфітевзису сільськогосподарські землі надаються громадянам та юридичним особам України головним чином в тих випадках, коли законодавство не дозволяє зазначеним суб'єктам набувати сільськогосподарські землі у власність.

По-друге, пріоритет права приватної власності на сільськогосподарські землі проявляється і в наданні найбільшого обсягу гарантій приватним власникам земельних ділянок у порівнянні з гарантіями власників інших прав на сільськогосподарські землі[2].

Важливим є також визначення граничних площ землі, які можуть надаватися у приватну власність одній особі для ведення товарного сільськогосподарського виробництва. Так, у проекті закону «Про ринок землі» встановлені такі норми: Полісся – 1500 га, Лісостеп – 1750 га, Степ, Степ посушливий, Сухий степ – 2100 га, Карпатська гірська область – 900 га, Кримська гірська область – 1100 га[3].

На наш погляд, максимальні площі повинні бути зменшені, аби не перетворити сільськогосподарське виробництво на занадто монополізоване. Необхідно створити такий ринок землі, який забезпечить ефективне функціонування дрібних та середніх сільськогосподарських виробників. По-перше, це забезпечить конкурентні засади в аграрній сфері, що справить позитивний вплив на якість та ціни сільськогосподарської продукції. По-друге, буде сприяти працевлаштуванню мешканців сільської місцевості, зростанню їх добробуту, вирішенню соціально-економічних питань. По-третє, в таких господарствах буде вироблятися більш екологічна продукція, ширшим буде номенклатура продукції, з'явиться можливість запровадити «лінійку» місцевих, регіональних марок продукції. По-четверте, саме дрібні та середні виробники повніше забезпечать продовольчу безпеку країни, на відміну від великих агрохолдінгів, що значною мірою орієнтовані на експортне виробництво.

Також одним із завдань держави в процесі створення ринку землі є розробка організаційно-економічного механізму залучення сільськогосподарських виробників(фермерів) у систему продовольчого забезпечення через інфраструктуру ринкового середовища: аграрні біржі, конкурсні державні замовлення, субсидії, пільги, тощо.

Позитивним врахуванням закордонного досвіду є й те, що проект закону передбачає надання земельних ділянок сільськогосподарського призначення тим громадянам України, які мають відповідну аграрну освіту або вже ведуть товарне сільськогосподарське виробництво. Можливо необхідні і інші обмеження, зокрема, у деяких країнах право приватної власності на землі сільськогосподарського призначення обмежено певним віковим цензом та наявністю певної мінімальної суми капіталу, заробленого саме при веденні сільського господарства.

У цілому, як справедливо зазначають фахівці, стратегія перетворення земельних відносин зорієнтована на ринкову концепцію, на перевірену світовою практикою модель із переважанням приватного землеволодіння та широкого кооперування в основному в невикористаних сферах (збут, постачання, сервіс та ін.) [4].

Додаткового вивчення потребує також питання про утворення та розподіл абсолютної земельної ренти, яка виникає при запровадженні приватної власності, а також, як це вплине на ціну аграрної продукції.

І нарешті, проект закону має бути широко обговорений не тільки аграріями, але й усіма жителями України, бо за Конституцією України, власником землі є народ України.

Література

1. Про оренду землі : Закон України від 06 жовтня 1998 року № 161-XIV / Відомості Верховної Ради України. – 1998. – N 46. – ст. 280.
2. Криницька О.О. Використання принципу приватної власності при формуванні ринку земель в Україні/ О.О.Криницька, Є.В.Голубков// Наук.вісн.ХДУ,серія «Екон.науки»,вип.23,ч.1,-Херсон,-2017,С.94-98.
3. Про ринок земель від 07 грудня 2011 року : Проект Закону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=41981
4. Павлів О. Ринок земель сільськогосподарського призначення в системі земельних відносин / О. Павлів // Вісник Львів. Ун-ту. – 2008. – Вип. 39. – С. 393-395.

КОМУНІКАЦІЙНА ПІДТРИМКА МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОДУКЦІЮ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РУРАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

**Касян С. Я., к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та маркетингу
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара**

В сучасних умовах стрімкого нарощування цифрової маркетингової інтеграції та збільшення конкуренції в аграрному секторі у сфері переробки сільськогосподарської продукції, прагнення до рурального розвитку слушним є поглиблене дослідження економічних та соціальних аспектів розвитку України

на початку XXI століття. Сучасні особливості організації економіки і розвитку галузей АПК привертають увагу дослідників до визначення специфіки функціонування експортних логістичних систем.

Комплексні процеси ціноутворення на продукцію харчових переробних підприємств охоплюють такі функціональні сфери інтегральної маркетингової діяльності в аграрній сфері, як: логістику постачання і дистрибуції, організацію науково-дослідницьких робіт, забезпечення необхідного рівня сервісу та експлуатації обладнання. Це вимагає урахування нормативно-правових факторів та відповідного інформаційного забезпечення процесу маркетингового ціноутворення у сучасному динамічному економічному просторі.

Складним питанням інформаційно-комунікаційного забезпечення встановлення цін у системі інтеграційного, холістичного маркетингу аграрних, харчових підприємств, з урахуванням основних засад руралізму і рурального розвитку присвячено праці зарубіжних та вітчизняних науковців-економістів, маркетологів, таких як: Н. С. Косар, Ф. Котлер, Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, О. І. Павлов та ін. Проте потребує методичного уточнення комплекс питань із встановлення цін на сільськогосподарську продукцію з урахуванням темпоральних змін маркетингового середовища та інтенсифікації конкуренції й глобалізації інформаційних потоків, що супроводжують реалізацію продукції за встановленими цінами.

О. І. Павлов досліджує руралізм як світогляд та ідейну течію, що є відображенням загальної руральності, притаманної аграрній сфері. Констатується відставання сільськогосподарського виробництва в Україні в індустріальний період від країн ЄС за темпами рурального розвитку. Відмічається просторова специфіка роздільного рурального розвитку в постіндустріальному часі в окремих країнах ЄС та України, наголошується на притаманних розвинених формах руральності за комплексом проявів у державах Західної і Центральної Європи. Він слушно акцентує на дієвих організаційних заходах із вирівнювання рурального розвитку між регіонами ЄС, беручи до уваги руральні та урбанні території [6, с. 91-92].

Науковець слушно визначає наявність певного парадоксу сьогоденної руральності в Україні, який передусім полягає у значній невідповідності потоків доходів великих агрохолдингових компаній наявному стану суспільного і природного середовища на селі. При цьому зазначається про оцінку цих моментів невідповідності у рамках площини функціонування територіальних громад, яке постійно удосконалюється під час добровільного об'єднання певних регіональних утворень. Дослідник доречно акцентує на необхідності розробки і впровадження моделі рурального розвитку з активною державною підтримкою села. Підкреслюється міждисциплінарність руралістичної наукової галузі, що відображує сучасний тренд до взаємопроникнення масивів знань із різних сфер людського буття [6, с. 91-92].

На наш погляд, побудова науково-методологічних засад регіонального, аграрного, інноваційного маркетингу в площині розвитку сучасної сільськогосподарської та харчової науки і практики має відображати основні

засади ринкової інтеграції, руралізму та рурального розвитку. Доцільно визначати маркетингову комунікаційну і логістичну підтримку рівномірності і продуктивності розвитку сільських територій в Україні, урахуваючи певну відмінність такої регіональної підтримки [1].

У сучасній маркетинговій теорії та практиці існує низка вимог до змістової Інтернет-реклами, вони стосуються безпосередньо офіційного сайту фірми та його комунікаційної презентаційної ролі в маркетингу аграрних і переробних підприємств. Представники наукової школи маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, Н. С. Косар досліджують маркетингові цінові стратегії підприємств, наголошуючи на їх значущості на досягненні мети та виокремлюючи такі групи стратегічних маркетингових рішень, що стосуються: цінового рівня, можливості застосування єдиних або змінних цін, варіювання цінами у межах товарного асортименту. Особливу увагу в сфері промислового виробництва і розподілу слід приділяти успішному застосуванню стратегічних рішень стосовно рівня цін, які, згідно науковців, полягають у виборі маркетингових стратегій високих чи низьких цін, встановлення цін на піонерні товари, балансування показників «ціна-якість», незаокруглених цін [4, с. 192, 193].

Сучасне ціноутворення на сільськогосподарську продукцію має враховувати функціонування пошукових систем, наприклад компанії Google, коли у порівнянні цін можна використовувати великий каталог сайтів, інноваційну технологічну лінійку інформаційного сервісу, чіткий пошук та видачу порівняльних цінових пропозицій за відповідними ключовими запитами. Споживачі відмічають зручність, високу швидкість пошуку та якість видавання цінових пропозицій у системі Google, про що засвідчують позитивні відгуки і рекомендації задоволених споживачів. Порівнюючи цінові пропозиції економічних і соціальних агентів, споживачі із усього світу користуються технологічними здобутками, що виникають під час перехресного просування таких сервісів, як електронна пошта Gmail, програма перегляду книг GoogleBookSearch, пошукова реклама в мережі Інтернет [1, с. 24-28]. Відмітимо, що процеси маркетингової бізнес-взаємодії, що пов'язані із значною капіталізацією в аграрному секторі, часто приваблюють рейдерів. Тому сучасні економічні агенти мають визначати найпоширеніші варіанти рейдерства та опрацьовувати шляхи протидії ним.

У Законі України «Про ціни і ціноутворення» окреслено комплекс підходів до організації цінової політики та особливості регулювання відносин, що стосуються визначення цін з урахуванням механізмів державного регулювання і моніторингу за ціноутворенням. Законом окреслюються економіко-правові компоненти основних напрямів державної цінової політики, встановлюються повноваження органів місцевого самоврядування у сфері ціноутворення, висвітлюються повноваження органів виконавчої влади (Кабінет Міністрів України) щодо формування, встановлення та застосування цін [2]. При організації маркетингового ціноутворення на харчових переробних

підприємствах України, підприємствах малого і середнього бізнесу слід урахувати встановлення вільних і державних регульованих цін. Ефективне встановлення цін на аграрну продукцію переробних підприємств на маркетингових засадах сприяє підвищенню потенціалу стратегічної конкурентоспроможності підприємств. У цьому контексті в організаційній маркетинговій системі доцільно застосовувати інноваційні методи активізації потоку продажів задля підвищення маркетингових цінностей для цільових споживачів [2].

Сприяє поліпшенню обізнаності споживачів про інноваційні складові пропозиції сільськогосподарської продукції і послуг діяльність ІТССРCommunity, що позиціонує себе, як освітня інноваційна спільнота та технологічна платформа для розвитку ІТ спеціалістів. Представники переробних підприємств під час співпраці із фахівцями ІТССРCommunity можуть брати участь у воркшопах, майстер-класах, клубних зустрічах та конференціях у сфері ІТ, що підтримує діяльність різних підприємств, у т.ч. аграрних і харчових холдингів і підприємств з різних регіонів України. Активність цієї спільноти спрямована на організацію IT Sales Management, IT Project Management, Product Management, UX/UI Design, HR Management, PHP, JavaScript, iOS, Ruby [5]. Це забезпечує належну інформаційно-комунікаційну підтримку маркетингової діяльності харчопереробних і сільськогосподарських підприємств.

Заслуговує на увагу висвітлення складових енергетичного менеджменту в харчовому виробництві, регіональний вимір сталого розвитку агропродовольчої сфери. Влада має бути відкритою в інтегруванні й системній співпраці з аграрним бізнесом, представниками громадських організацій. Сьогодні важливо розвивати Digital маркетинг в аграрній сфері, розвиваючи методичні аспекти вибору і маніпуляції потоків комунікаційних повідомлень, спрямованих до цільових аудиторій. Доцільно вишукувати резерви заощадження енергетичних потоків переробних підприємств.

Міжнародний аграрний холдинг Cemel Global Holding NV протягом останніх років проводить експортно-імпортні операції, пов'язані із організацією логістики дистрибуції переробленої сільськогосподарської продукції. Певні обсяги аграрної продукції проходять переробку на власних виробничих лініях холдингу в межах переробних підприємств і елеваторів, що локалізовані у Нідерландах, Німеччині, Італії. Компанія Кернел глобал проводить імпортні поставки в Україну закордонного генно модифікованого насіннєвого матеріалу [3]. Безперечно, діяльність транснаціональних аграрних холдингів сприяє комплексному забезпеченню сільськогосподарською сировиною, переробленою харчовою продукцією суб'єктів господарювання України.

Таким чином, інтеграційна комунікаційна підтримка маркетингового ціноутворення на продукцію харчових підприємств в умовах рурального розвитку, передбачає бізнес-взаємодію і надання високого рівня логістичного сервісу у площині використання інформаційно-маркетингового потенціалу інноваційних віртуальних спільнот та технологічних платформ. Тому

комплексом економічних та соціальних драйверів розвитку сільського господарства, харчової переробної промисловості України в кінці другої декади XXI століття є широке застосування інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій за умови дотримання збалансованого регіонального розвитку сільських територій, засад руралізму та успішної маркетингової бізнес-взаємодії.

Література

1. Kasian Serhii. Marketing business communication and logistic providing modern policy of distribution the enterprises of Southeast Europe / Serhii Kasian // Management and Education: Management, Marketing, Tourism. Academic Journal. – Burgas, Bulgaria : Publishing Prof. Dr Assen Zlatarov University, 2017. – Vol XIII (2). – P. 23–29. ISSN 13126121.

2. Закон України «Про ціни і ціноутворення» // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2013. – №19-20, ст.190.Із змінами, внесеними згідно із Законами № 5496-VI від 20.11.2012, ВВР, 2014, № 1, ст.4; № 499-VIII від 02.06.2015, ВВР, 2015, № 30, ст.289; № 2168-VIII від 19.10.2017, ВВР, 2018, № 5, ст.31. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

3. Компанія Кернел глобал. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 20.08.2019: <https://agrovektor.com/profile/view/u/25671.html>.

4. Крикавський Є. В. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, Н. С. Косар. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 256 с.

5. Офіційна сторінка спільноти ITCP Community у глобальній соціальній мережі Facebook. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 21.08.2019 : <https://www.facebook.com/itcpcom>.

6. Павлов О. І. Сутність руралізму та його значення для України / О. І. Павлов // Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 жовтня 2018 р. – Одеса : Одеська національна академія харчових технологій, 2018. – С. 91–95 (330 с.).

IP DUE DUE DILIGENCE

**Дружкова І.С., к.і.н., доцент кафедри соціології, філософії та права
Одеська національна академія харчових технологій**

Власники інтелектуальної власності подають свою інтелектуальну власність (ІВ) на ретельну перевірку з кількох причин. Серед них: потенційний ліцензіат зацікавлений у ліцензії; венчурний капіталіст зацікавлений інвестувати в стартову компанію, якій ІВ може бути призначений або ліцензований; покупець зацікавлений у торгівлі продажем ІВ; підготовка до первинного розміщення акцій та розміщення на біржі.

Один з найяскравіших прикладів належної перевірки ІВ, що пішов не так, трапився в 1998 році, коли німецький виробник автомобілів Volkswagen придбав активи автомобілів Rolls Royce та Bentley на суму близько 900 мільйонів доларів. Volkswagen не знав, поки після угоди не було, що придбані права не містять права на використання торговельної марки Rolls Royce. Торгова марка Rolls Royce була власністю іншої компанії, BMW, за попередньою угодою. Таким чином, Volkswagen придбав усі права, необхідні для виготовлення автомобіля, але не набув прав, необхідних для маркування його торговою маркою Rolls Royce [1]. Ця історія свідчить про важливість належної ретельності щодо ІС у рамках угод М&А.

У випадку первинного публічного розміщення власника права інтелектуальної власності належно ставиться до себе. Це:

- переглядає права власності та ліцензійні права на його ІВ
- виявляє прогалини, зморшки або дефекти належної ретельності та виправляє або виправляє будь-які прогалини, зморшки або дефекти належної ретельності, які він може виявити.

У випадку IPO для цього потрібно зробити це. Проспект або інформаційний меморандум повинні робити позитивні заяви про право власності та ліцензійні права на ІВ. Важливі кримінальні та цивільні наслідки впливають із будь-якої неточності в проспекті чи інформаційному меморандумі. Щоб переконатись у відсутності ненавмисних оманливих чи оманливих заяв, а також не існує ризику кримінальних чи цивільних покарань, власник ІВ проводить ретельну ретельну перевірку, виявляє будь-які проблеми та усуває їх.

Такий же надійний підхід зазвичай не застосовується в трьох інших ситуаціях: ліцензія, стартовий або торговий продаж.

Якщо власник права інтелектуальної власності самостійно не проводить належну перевірку за власним правом інтелектуальної власності та подає належну перевірку потенційним ліцензіатом, венчурним капіталістом або покупцем ІВ, він підпадає під наслідки будь-яких прогалин, зморшок або дефектів належної ретельності, які можуть впливати з належної ретельності.

Належна ретельність може виявити, що якась критична частина ІВ, яка вважається власником своєю але необґрунтовано, насправді не є власником або не є вичерпаною.

Це може створювати ризики. Перший ризик полягає в тому, що вартість угоди може зменшитися. Фінансові умови, можливо, вже були узгоджені. Наприклад, може бути погоджено роялті. Процентне володіння акціями стартової компанії у відповідь на ІВ, можливо, було узгоджено. Або, торгова ціна продажу може бути узгоджена. Дефект належної ретельності може призвести до того, що ці узгоджені фінансові умови будуть намагатися переговорити вниз у бік власника ІВ.

Другий ризик полягає в тому, що транзакція може бути відкладена під час виправлення дефектів належної перевірки. Це може знадобитися, наприклад: шукати згоди спільного власника ІВ; ліцензувати ІР, який вважався власником,

але вважається спільною власністю; шукати призначення права інтелектуальної власності, яке, як вважалося, належить йому, але насправді належить комусь іншому, наприклад, співпрацівнику, студенту чи підряднику, щодо якого певна частина роботи, що створює ІВ, може бути передана в аутсорсинг.

Затримка транзакції може бути короткою, але це може бути багато місяців, а то й рік. Ризик із такою затримкою полягає в тому, що ліцензіат, венчурний капіталіст або покупець ІВ може в цей час стати незацікавленим або захопленим іншими можливостями, і в результаті угода, що розслідується в межах належної ретельності, може бути втрачена.

Третій ризик полягає в тому, що якщо така ліцензія чи завдання потрібні, це може призвести до проведення другого переговорів із спільним власником, який має ліцензію, або студентом чи підрядником, у якого може знадобитися завдання. При таких інших переговорах можливо, що сторона, чия допомога необхідна для виправлення дефекту належної ретельності, може мати завищену оцінку створеного ним ІВ та завищене очікування своєї частки фінансової віддачі. Внаслідок чого позиція переговорів може стверджувати свої очікування, це може призвести до того, що власнику інтелектуальної власності доведеться йти на компроміс більш щедро, ніж це було б інакше.

Четвертий ризик полягає в тому, що належна ретельність виявляє недоліки, в результаті яких угода взагалі відмовляється.

Жоден із цих сценаріїв не є привабливим з точки зору власника ІВ. Подібно до того, як власник інтелектуальної власності бере на себе належну ретельну перевірку, якщо він розглядає первісну публічну пропозицію, так і власник ІВ повинен враховувати належну ретельність щодо себе в ситуації, що склалася: ліцензування, створення та запуску компанії з підприємством або торговим продажем.

Перевага проведення належної ретельності над тим, що власник права інтелектуальної власності виявляє дефекти належної перевірки, які виявили ліцензіат, венчурний капіталіст або покупець ІВ.

Це дає власнику ІВ можливість ідентифікувати їх та виправити, перш ніж укласти угоду з ліцензіатом, венчурним капіталістом або покупцем ІВ.

Таким чином, виявляючи та виправляючи дефекти спочатку, існує менша ймовірність того, що належна ретельність ліцензіата, венчурного капіталіста чи покупця ІВ може призвести до знецінення угоди, затримки угоди, слабкої переговорної позиції із спільним власником, або угода, яку потрібно відмовитися. Ці ризики можуть бути не просто зменшені, вони також можуть бути усунені.

Література

1. Cockburn I. IP Due Diligence – A Necessity, Not a Luxury .Режим доступу: https://www.wipo.int/sme/en/documents/ip_due_diligence_fulltext.html
2. Kolchenko Y. IP Due diligence// WIPO summer school in Odessa.2019.
2. Бігдан І. А. Облік і аудит нематеріальних активів : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04 / Бігдан Інна Анатоліївна. Х. :

ХДУХТ, 2003. 287 с.

3. Гамова О. В., Козачок І. А., Данько Е. С. Шляхи вдосконалення обліку та аудиту нематеріальних активів на підприємстві. // Ефективна економіка. 2019. № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6833> (дата звернення: 28.09.2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.37

4. Максименко І. Я. Особливості проведення державного фінансового контролю в частині складання і виконання кошторисів бюджетних установ / І. Я. Максименко, Ю. Л. Радченко // Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 19. С. 42-44. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_19_10.

5. Максименко І.Я., ВА Соболев В.А. Нематеріальні активи: сутність, визнання та класифікація в здійсненні управлінської діяльності// Агросвіт.2018,18, С.26-29

6. Терещенко В.С., Золотарьова Г.В. П(С)БО 8 та МСБО 38: порівняльна характеристика. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67241.doc.htm

ЛІЗИНГ ЯК ФОРМА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗШИРЕНОГО ВІДТВОРЕННЯ

Тарасова О. В., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій

На сучасному етапі розвитку економіки, в умовах дефіциту фінансових ресурсів та прискореного розвитку нових технологій, серед способів системного розв'язання проблем фінансового забезпечення розширеного відтворення особливого значення набуває лізинг. Фінансовий лізинг можна розглядати як окремий вид інвестування, що являє собою ефективний інструмент оновлення виробничих засобів підприємств України без значних капітальних витрат.

Значення впровадження лізингу для технічного переозброєння виробництва зумовило увагу до нього багатьох вітчизняних і іноземних вчених, які вважають фінансовий лізинг дійовим способом формування інвестиційних ресурсів для реалізації підприємницької діяльності [2; 3; 4]. Спеціалісти з питань розвитку лізингу вважають, «що рівень фізичного (приблизно 50-70%) і морального (80-90%) зносу виробничих потужностей вітчизняних підприємств не дозволить Україні в найближчому майбутньому конкурувати на світовому ринку» [1]. Для подолання цієї негативної тенденції вкрай необхідна активізація всіх суб'єктів лізингових відносин на ринку фінансових послуг.

Практика розвинутих країн свідчить, що лізинг є особливим фінансовим інструментом стабільного оновлення матеріально-технічної бази багатьох підприємств. Для України, яка гостро відчуває необхідність переозброєння основних фондів в усіх сферах економіки, потреба розвитку ринку лізингових послуг є особливо актуальною.

Згідно законодавству України лізинг є підприємницькою діяльністю,

спрямованою на вкладення власних чи залучених фінансових ресурсів, яка полягає в наданні лізингодавцем у користування на визначений строк лізингоотримувачу майна, що є власністю лізингодавця (або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна) за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Лізингоотримувач користується обладнанням на умовах поетапних виплат лізингових платежів впродовж усього терміну дії договору лізингу. Це дозволяє лізингоодержувачу поновлювати свої фонди без залучення позикових коштів та відволікання значних сум обігових коштів.

Предметом лізингу може бути будь-яке рухоме і нерухоме майно (неспоживна річ), яке згідно законодавству належить до основних засобів підприємства та використовується у підприємницьких цілях, а саме: високотехнологічне обладнання, транспортні засоби, промислове обладнання і техніка тощо.

Особливістю економічного змісту лізингу є те, що він поєднує ознаки трьох видів діяльності: орендної, кредитної та інвестиційної.

Під ринком лізингових послуг розуміють сукупність суб'єктів лізингу та систему економічних відносин між ними у сфері реалізації лізинговими компаніями господарської діяльності з надання лізингових послуг. Він є складовим елементом ринку фінансових послуг.

Використання лізингу надає такі переваги учасникам лізингових відносин:

- вкладення у майновій формі зменшують ризик неповернення коштів, бо за лізингодавцем зберігається право власності на передане майно;
- зручність виконання лізингової угоди та менші витрати на неї, порівняно з оформленням банківського кредиту;
- розроблення гнучкого графіку та можливість корегування сум завдатку і регулярних виплат, а також періодичності платежів в залежності від властивостей господарської діяльності;
- існуючі податкові пільги (в зв'язку з прискореною амортизацією зменшується оподатковуваний прибуток);
- для виробників майна з'являються додаткові можливості збуту їхньої продукції;
- можливість застосування нової техніки, обладнання та сучасних технологій без великих капітальних витрат;
- підноситься ліквідність підприємств – лізингоотримувачів і внаслідок цього – здібність вчасно виплачувати борги;
- лізингоотримувач може отримувати від лізингодавця додатково інформаційні, консультаційні, юридичні та інші послуги.

Таким чином, можна зробити висновок, що лізингові відносини містять величезний потенціал розширення взаємовигідних партнерських відносин для різних суб'єктів економіки. Наслідком цього може стати стабільність платежів до державного і місцевих бюджетів а також модернізація інфраструктури

соціально-економічної системи держави.

Висока вартість кредитних коштів – не єдина проблема вітчизняного ринку лізингу. До причин, що заважають розвитку лізингових відносин в Україні, можна також віднести:

- нерезонні обмеження по строках лізингу;
- неузгодженість окремих положень в сфері оподаткування лізингових операцій, що призводить до спорів, які вирішуються в судовому порядку;
- обмежені можливості по роботі з фізичними особами, які не є суб'єктами підприємницької діяльності;
- обмеження щодо залучення ресурсів фізичних і юридичних осіб для забезпечення операцій лізингу.

Лізинг має стати дійовим способом ефективного розвитку соціально-економічної системи України та забезпечення конкурентоздатності продукції українських товаровиробників на світовому ринку. Для усунення існуючих правових колізій в законодавство стосовно лізингу необхідно ввести норму про те, що термін, на який укладено договір лізингу, повинен бути рівний терміну повної амортизації предмета лізингу. Це дозволить виключити розбіжності між бухгалтерськими та податковими нормами.

Для успішного піднесення лізингових відносин в Україні необхідно:

- підготувати та реалізувати систему заходів, спрямованих на стимулювання та державне сприяння розвитку ринку лізингу в Україні;
- активізувати роботу щодо вдосконалення нормативно-правової бази лізингу;
- створити сприятливі умови для розвитку сучасного інвестиційного ринку, на якому зможуть поєднуватися інвестиції та інновації, здійснюватиметься відбір найбільш цікавих проектів;
- в зв'язку з великою ефективністю лізингу як способу інвестиційної діяльності, доцільним було б введення окремої статистичної звітності з лізингу.

Реалізація цих кроків дозволить підвищити ефективність лізингового механізму для фінансового забезпечення потреб розширеного відтворення.

Література

1. Капроні Р., Кисіль С. Лізинг в Україні: Посібн. // Проект з розвитку лізингу в Україні / Р. Капроні, С. Кисіль, Н. Рязанова, Д. Василенко // МФК. – К., 2001. – 142 с.
2. Пересада А.А. Інвестиційне кредитування: навч. посібн. / А.А. Пересада, Т.В. Майорова. – К.: КНЕУ, 2002. – 271 с.
3. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручн. / А.М.Поддєрьогін, М.Д.Білик, Л.Д.Буряк. – К.: КНЕУ, 2007. – 546 с.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Текст] : стат. зб. / держ. служба статистики України. – К.: Інформ.-вид. центр Держстату України, 2011. – 282 с.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА З ВИГОТОВЛЕННЯ СОКІВ І СОКОВМІСНИХ НАПОЇВ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОГО КОНСЕРВНОГО ЗАВОДУ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

Агєєва І.М., к.е.н., доцент, Ходзинська В.В. магістр
факультету менеджменту, маркетингу і логістики
Одеська національна академія харчових технологій

Україна входить в ТОП-5 найбільших експортерів соків в світі. Такими є результати дослідження компанії Trade Hub Platform.

На зовнішні ринки наша держава поставляє 20% виробленої в Україні продукції. За перше півріччя 2017 року було експортовано понад 27 тонн соків [8].

Основними країнами-імпортерами українських соків є Польща - частка експорту становить 45% (у 2015-му частка експорту становила 18%), Білорусь - 17% (у 2015 році - 26%), Словаччина - 11%, США - 6%, Грузія - 4% від всієї частки поставок [2].

Відповідно до даних брендингового агентства Kolago, в рік кожен житель України споживає не більше 10 літрів соків і нектарів. Це в 3 рази нижче за показник країн ЄС, де щорічно кожен європеець випиває 30 літрів. І в 5 разів менше, ніж в Північній Америці (50 літрів в рік) [4].

Обсяг продажів за категорією «соки та соковмісні напої» за період 2018 року збільшилися на 12,85 в натуральному вираженні і на 26,54% в грошовому [1].

Найбільш затребуваним серед покупців національних мереж видом соків і соковмісних напоїв є «Нектар» і «Сік», на які за перші 10 місяців в 2018 р доводилося майже 98% всіх продажів аналізованої товарної категорії.

Найбільш ємними каналами продажів товарної категорії «соки та соковмісні напої» серед 20 проаналізованих національних торговельних мереж України в 2018 р.р. були «АТБ» і «Сільпо», на які припало 44,2% і 12,65% всіх продажів відповідно. На третьому місці, з великим відривом від лідерів, розмістилася торговельна мережа «Метро» (7,92%) [3].

Можна виділити трійку лідерів - ТМ «Садочок», «Sandora» та «Наш сік» займають приблизно 70% всього ринку, як в натуральному, так і грошовому вираженні. Сукупна частка ТОП 9 брендів в грошовому вираженні і ТОП 8 в натуральному вираженні становить близько 90%.

Сукупна частка ТОП 5 виробників у 2018 році становить близько 88% (в натуральному і грошовому вираженні): «PepsiCo», «Вітмарк», «Т.В.Fruit», «Coca Cola» і «Біола».

Можна виділити двох лідерів: компанія «PepsiCo» і компанія «Вітмарк» частка яких становить 76% в натуральному вираженні і 73% в грошовому.

Можна припустити зростання категорії «соки та соковмісні напої» в грошовому вираженні, що може бути обумовлено інфляційними процесами.

З упевненістю можна припустити зростання як в натуральному, так і

грошовому вираженні підкатегорії «нектари», переваги яким віддають споживачі через більш низьку ціну, ніж на «Соки». Роздрібний аудит був здійснений по 20 національним торговельним мережам: «АТБ-маркет», «Сільпо», «Фора», «Fozzy», «ЕКО-маркет», «ВеликаКіщенья», «Метро», «Таврія-В», «Varus »,« Фуршет »,« Auchan »,« Novus »,« Пако / Вопак »,« Villa », Фреш-маркет« Брусничка »,« Колібрис »,« Копійка »,« Рукавичка » [7].

Компанія Вітмарк-Україна посідає провідні позиції на українському ринку соків та напоїв, а також на ринку дитячого харчування у сегменті фруктових-овочевих соків та пюре. За підсумками 2016 року частка компанії на ринку дитячого харчування складає близько 35%. У сокової категорії продукція всіх брендів компанії займає 30% українського ринку.

У портфелі компанії широкий асортимент продукції – соки Jaffa, вода Aquarte, сім'я брендів від Одеського заводу дитячого харчування – Наш сік, соки прямого віджиму Прямосік, смузі Просто Фрукти, дитяче харчування Чудо-чадо. Лідерство компанії обумовлено високою якістю продукції, натуральністю та доступністю завдяки власній переробці українських фруктів та овочей, а також співробітництву з провідними світовими постачальниками. Продукція компанії експортується у більш ніж 20 країн світу. Головний офіс компанії знаходиться в Одесі.

З 1994 року компанія Вітмарк-Україна розпочинає власне виробництво соків та нектарів Jaffa. Починається модернізація основної виробничої бази компанії – Одеського заводу дитячого харчування, підприємство оснащується новітнім європейським обладнанням [5].

У 1995 Вітмарк-Україна стає однією з перших компаній, що випустили сік у картонній упаковці. У 2002 році компанія першою на ринку починає випуск соків із доступною ціною пропозицією від Одеського консервного заводу дитячого харчування, яке отримало у споживачів назву «соки у білих пакетах». У 2007 році компанія випускає пюре і соки Чудо-чадо від Одеського заводу дитячого харчування, що стали лідерами у своїй категорії з часткою більше 25%. У 2012 році розпочато випуск перших в Україні смузі Просто Фрукти, у 2013 – нова лінійка соків прямого віджиму Прямосік, які представили новий сегмент і стандарт преміум-якості на ринку.

За 23-річну історію компанії Вітмарк-Україна її продукція отримала визнання багатьох авторитетних міжнародних конкурсів та рейтингів популярності брендів, але головне – це визнання споживачів.

Протягом останніх 22-ти років, продукція Вітмарк-Україна вдало експортувалась у країни СНД, Європи, а також у США, Канаду, Ізраїль. У 2013 році компанія пройшла сертифікацію на відповідність вимогам міжнародних стандартів менеджмента якості ISO 9001:2008 і системи менеджмента безпеки харчової продукції ISO 22000:2005.

Отже, можна зробити висновок, що протягом останніх двох років компанія «Вітмарк-Україна» веде агресивну стратегію просування на український ринок інноваційних продуктів. За цей час на український ринок було виведено: ТМ «Jaffa Select» - інноваційні моновкусові і мікшовані соки в преміум-упаковці

Tetra Prisma для домашнього та «on-the-go» споживання; дитяче харчування вітчизняного виробництва (з вітчизняних овочів і фруктів ТМ «ОКЗДХ»), консервовані фрукти ТМ «Jaffa Selected fruits» [6].

Менеджмент компанії Вітмарк-Україна реалізує наступну систему стратегій:

-стратегія інтеграції

Лідерство компанії обумовлено високою якістю продукції, що випускається, її натуральністю і доступністю завдяки власну переробку українських фруктів і овочів і співпраці з провідними світовими постачальниками. Розрізняють:

Стратегія прямої вертикальної інтеграції - співпраця в сфері маркетингу та збуту, що дає змогу полегшити реалізацію продукції, збільшити її обсяги і скоротити витрати по цих статтях.

Стратегія горизонтальної інтеграції - передбачає передусім співпрацю з іншими виробниками у різних сферах діяльності, а також можливе об'єднання з дрібнішими підприємствами чи закупівлю їх акцій, що дасть змогу контролювати їхню діяльність.

Стратегія зворотної вертикальної інтеграції - полягатиме передусім в створенні власної сировинної бази, що дасть змогу значно знизити витрати на сировину і завдяки цьому й собівартість продукції, що, своєю чергою, підвищить її рентабельність.

-стратегія диверсифікації

Окрім виробництва соків компанія Вітмарк отримала ліцензію на виробництво і дистрибуцію холодного чаю NESTEA® в Україні та Молдові, уклавши з компанією Nestlé Waters стратегічну угоду про партнерство.

Центрованої Диверсифікації – передбачає пошук нових можливостей, зокрема використання спеціалізованої системи розподілу

Горизонтальної диверсифікації - Виробництво нового продукту з використанням нових технологій, виходячи з наявних можливостей

Конгломеративної диверсифікації - Використання нових технологій для виробництва нового продукту з метою реалізації на новому ринку

-стратегія концентрації

Стратегія посилення позицій на ринку - ця стратегія є центральною для цілі досягнення лідерства «Вітмарк-Україна» на національному ринку, вона потребує значних маркетингових витрат і великою мірою узгоджується зі стратегією горизонтальної інтеграції, коли фірма намагається встановити контроль над конкурентами.

Стратегія розвитку (розширення) ринку - стратегія дуже важлива для міжнародної інтеграції заводу. Пошук нових партнерів за кордоном, освоєння європейського та інших ринків дадуть підприємству змогу значно розширити обсяги продаж.

Стратегія розроблення нового продукту - продукція - це основа «Вітмарк-Україна», тому, щоб задовольнити потреби споживачів, треба постійно розширювати асортимент, покращувати дизайн продукції, якість.

Література

1. Маркетингові дослідження компанія MRC BRAND [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mrc-brand.com/>
2. Статистична служба Європейського союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ec.europa.eu/eurostat>
3. Маркетингові дослідження компанія TRANDEMASTER [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://trademaster.ua/>
4. Маркетингові дослідження компанія KOLORO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://koloro.ua/>
5. Аналітика ринків, фінансовий консалтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pro-consulting.ua/>
6. Новини АПК [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://agroveview.com/review>
7. Офіційний Інтернет-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Вікіпедія «соки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%96%D0%BA>

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Ощепков О.П., к. е. н., доцент кафедри обліку та аудиту
Філіппова К.П., магістрант кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій

На сьогоднішній день в економіці України спостерігається збільшення обсягів платіжних зобов'язань. Тому для кожного підприємства постає важливим питання щодо управління дебіторською заборгованістю.

Дебіторська заборгованість – це оборотні активи у діяльності підприємства, які мають фінансові ускладнення.

Аналіз основних проблем управління дебіторською заборгованістю, з якими стикаються підприємства та організації, розглядається в роботі Матициної Н.О. (рис.1)[1, с.38].

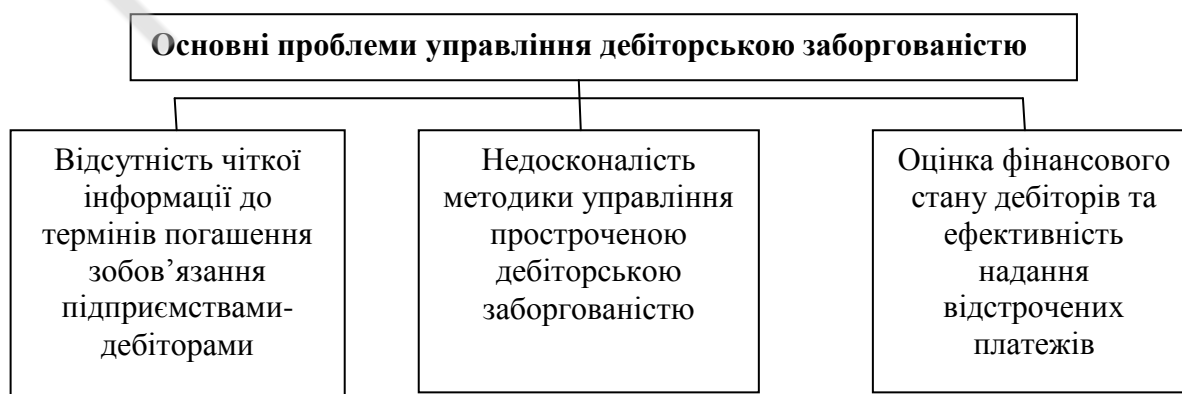


Рис. 1 – Основні проблеми управління дебіторською заборгованістю*

*складено авторами на підставі [1, с.38]

Важливо досліджувати розмір та стан дебіторської заборгованості. Також виділяють окремі статті, які в свою чергу характеризують у загальній сумі дебіторську заборгованість, а також відхилення значень цих статей на початок та на кінець звітної періоду. Ефективно працювати може те підприємство, яке за допомогою мінімальних витрат може досягати максимальних результатів. Кожне підприємство в країні потребує оптимізаційної структури активів, мінімізацію витрат, яке поєднує власні та позичені кошти.

Після визначення причин виникнення дебіторської заборгованості, розробляється механізм управління.

На нашу думку, найбільш повну характеристику сутності управління дебіторською заборгованістю розкриває Тучак О., де він виділяє декілька пунктів [2, с.19]:

1. обґрунтування можливості виникнення дебіторської заборгованості;
2. розглядається механізм надання кредиту для покупців різних груп та видів продукції, а також визначається інкасація;
3. необхідність проведення аналізу покупців (постачальників) та ранжування, які залежать від кредитних відносин та умов оплати, а також, від обсягів закупівель;
4. здійснення контролю розрахунків із дебіторами за відстрочену або прострочену заборгованість;
5. запровадження прийому зменшення і прискорення безнадійних боргів оборотних активів;
6. здійснення контролю за надходженням грошових коштів, що забезпечують умови продажів.

Також виділяє основні прийоми оптимізації дебіторської заборгованості в роботі Пінчук Т.А.:

- проводиться аналіз оформлення, замовлень розрахунків дебіторської заборгованості;
- проводиться аналіз за невиконаними товарами заборгованості;
- прийом аналізу безнадійних боргів, що приводить до зменшення дебіторської заборгованості;
- аналіз знижок за дострокової оплати [3, с.37].

На підставі розкриття сутності розкривається модель управління довгострокової заборгованості, яка включає в себе послідовність.

Блакита Г.В. в своїй роботі розглядає модель управління дебіторською заборгованістю [4, с.30]:

- для аналізу використовується: статичний аналіз заборгованості, основні фінансові коефіцієнти та показники;
- дебіторської заборгованості підприємства використовує облік векселів, рефінансування, форфейтинг, факторингу боргових вимог підприємства;
- обґрунтовується найбільш оптимальний термін для надання оплати рахунків з покупцями та замовниками;
- проводиться динамічний аналіз з погашеннями контрагентами дебіторської заборгованості та оцінкою розвитку тенденцій ;

- проводиться та контролюється прострочена заборгованість;
- формується безнадійна заборгованість.

Управління дебіторською заборгованістю є одним із головних етапів, що розглядають в процесі реструктуризації.

Імобілізацією власного капіталу є розмір дебіторської заборгованості, що перевищує певний рівень капіталу підприємства, що в свою чергу може призвести до ліквідності або зупинки виробництва.

Реструктуризація товарної дебіторської заборгованості є необхідністю, яка може виникнути не лише у разі проведення внутрішньої перевірки підприємства-постачальника при загрозі банкрутства, а й при виявленні невеликої кризової ситуації, яка пов'язана із зниженням абсолютної платоспроможності, а також у постійній потребі до залучення позикових коштів для здійснення поточних платежів.

Отже, у сучасних умовах необхідно постійно контролювати стан дебіторської заборгованості та стежити за розрахунками, оскільки це – значне перевищення дебіторської заборгованості, яке може призвести до загрози фінансової стійкості та залученню додаткових джерел фінансування або проведенню рефінансування дебіторської заборгованості, що, в свою чергу, може сприяти погіршенню фінансової стійкості та ліквідності підприємства.

Література

1. Матицина Н.О. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю // Бухгалтерський облік і аудит. 2015. № 12. С. 38–42.
2. Тучак О. Управління дебіторською заборгованістю. Вінниця: «Баланс», 2012. С. 19–24.
3. Пінчук Т.А. Організаційно-методичні проблеми обліку дебіторської заборгованості в системі управління підприємством // Ефективна економіка. 2014. № 10. С. 36–41.
4. Блакита Г.В. Актуальні питання управління дебіторською заборгованістю // Збірник наукових праць ВНАУ. 2012. №3(69). С. 23-30.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ ЩОДО ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ

**Євтушевська О.О., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Василюк В.О., магістрант кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

Актуальність теми зумовлена зростанням важливості контролю керівниками центрів відповідальності за сферами своєї діяльності, необхідністю оптимізації витрат у складних економічних умовах, зацікавленістю у точному й ефективному використанню ресурсів. Ведення управлінського обліку набуває все більшої поширеності, а відсутність його чіткого регламентування дозволяє

розробляти звітність у будь-якому зручному вигляді, самостійно обираючи її склад та форму.

Дана тема досліджувалась такими науковцями: Л.М. Біла, О.Ф. Вербило, В.А. Дерій, А.Б. Жданова, О.В. Карпенко, В.І. Кондрич, М.О. Любимов, В.О. Озеран, М.І. Скрипник, Л.Г. Столяр, Н.С. Хаймьонова, Л.В. Шалаєва та інші.

Управлінський облік можна охарактеризувати як інтегруючу систему підготовки ключової інформації і забезпечення нею різних рівнів управління з метою ефективного планування, контролю і покращення якості рішень. В системі управлінського обліку витрат, крім зазначеного, здійснюється оцінка прийнятих рішень на різних рівнях управління відповідно до загальної стратегії підприємства на підставі інформаційної бази, яка забезпечується внутрішньою (управлінською) звітністю [1]. Добре організований управлінський облік забезпечить чітке визначення відповідальності кожного робітника та зменшить можливість виникнення непорозумінь й конфліктних ситуацій. Значною перевагою ведення управлінського обліку є те, що майже одразу можна побачити, чи є він достатньо ефективним для певних ділянок діяльності підприємства. І якщо ні, то завжди є можливість розробки додаткових управлінських звітів чи покращення старих.

Ведення управлінського обліку не регулюється законодавством, адже такий облік буде суттєво відрізнятися залежно від специфіки діяльності підприємства та його галузі. Управлінський облік повинен оформлюватись відповідною звітністю, яка не буде заплутаною та складною для розуміння. Управлінська звітність складається відповідальними особами для своїх керівників та передбачає паралельне здійснення самоконтролю. Така звітність може мати вигляд паперового звіту, може бути представлена графічно чи в електронному вигляді. Якщо сфера діяльності підприємства дозволяє надати своїм робітникам у користування комп'ютер, то управлінська звітність частіше за все надається в електронному вигляді. При цьому слід зазначити, що є велика ймовірність існування на такому підприємстві спеціального програмного забезпечення для ведення управлінського обліку. Таке ПЗ зазвичай розробляється на замовлення підприємства і забезпечує облік його діяльності, містить у собі необхідну кількість управлінських звітів та має можливість покращуватись та доповнюватись. При цьому, керівництво підприємства має змогу здійснювати контроль за діяльністю всього підприємства, відповідно до наданих звітів.

Витрати на підприємствах повинні бути обґрунтованими. Ведення управлінського обліку витрат передбачає додатковий контроль за необхідністю здійснення таких витрат; перевірку суми витрат, яка повинна підтверджуватись відповідними документами; перевірку досягнення відповідного ефекту у результаті понесених витрат; контроль за діяльністю матеріально-відповідальних осіб тощо. З метою регулювання та обмеження рівня витрат на підприємствах можуть розроблятися відповідні кошториси, з якими потім порівнюються фактичні результати діяльності і робляться висновки щодо причин понесених перевитрат або економії коштів.

У складі внутрішньої управлінської звітності про витрати підприємства доцільно використовувати:

1) накопичувальні звіти (оперативні) – складаються окремо за видами готової продукції (робіт, послуг) центрами відповідальності, сегментами підприємства за короткі проміжки часу (тиждень, місяць тощо);

2) зведені звіти (поточні) – складаються на основі накопичувальних форм звітності та містять систематизовані дані за видами готової продукції (робіт, послуг) об'єктами обліку, про діяльність підрозділів (показники сегмента) на певну дату (місяць, квартал);

3) підсумкові звіти – відображають результати діяльності структурних підрозділів, центрів відповідальності (сегментів) та підприємства в цілому за певний період (квартал, рік) [2].

На підприємствах також використовується щоденне звітування щодо понесених витрат виробництва. Дані такого звітування можна використовувати при аналізі операційної діяльності підприємства та для поточного планування. При цьому слід надати можливість кожному робітнику складати такий звіт самостійно стосовно своєї виробничої ділянки. Такий процес є більш трудомістким та передбачає навчання кожного робітника, але у результаті керівництво матиме результати діяльності окремих робітників і зможе використовувати таку інформацію для прийняття управлінських рішень, наприклад, щодо скорочення персоналу. Щоденні звіти даного виду можна укладати на паперових носіях чи безпосередньо у мережових засобах для обміну текстовими повідомленнями. Також слід зазначити, що подібні звіти можуть бути приводом для відшкодування витрат робітнику, якщо вони поклалися безпосередньо на нього, із відповідним документом, що підтверджує факт таких витрат.

Основними елементами управлінської звітності щодо витрат є такі: період, у якому витрати були понесені; підрозділ, у якому складається звіт; стаття витрат; сума витрат; П.І.Б. особи, що склала звіт; дата складання; підпис; графа для додаткового коментаря. Усі наявні супровідні документи, що підтверджують факт витрачання коштів, також додаються до звіту.

На мою думку, створення ПЗ для ведення управлінського обліку є першим кроком для оптимізації контролю за витратами підприємства. При цьому, таке ПЗ повинно бути відкритим для користування усім робітникам, що забезпечуватиме для них прозорість діяльності підприємства. Вони матимуть змогу, як мінімум, дивитися результати роботи інших робітників і всього підрозділу взагалі. Але такий погляд на ведення управлінського обліку доволі витратний: розробка ПЗ та закупівля обладнання для його використання призведе до значних витрат. Незважаючи на це, все більше підприємств створюють для себе так звану електронну управлінську базу, яку зазвичай використовують як основну базу для ведення обліку за господарською діяльністю. В першу чергу це викликано можливістю додаткового налаштування окремих розділів, додавання нових функцій та звітів та безпосередньою можливістю переглядати умовний звіт про результати

діяльності за короткий проміжок часу.

Література

1. Калмикова А.В., Шрам Т.В., Роль управлінського обліку як інструменту управління підприємством. V Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція "Альянс наук: учений – ученому". Режим доступу: http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek1_kalmikova.php

2. Хаймьонова Н.С., Внутрішня звітність у системі управлінського обліку витрат підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/212.pdf>

АНАЛІЗ СТИМУЛЮЮЧОЇ ФУНКЦІЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

**Ощепков О.П., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Мельник Ю.М., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Турчина Г.О., магістрант кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

На сучасному етапі розвитку країни підприємства гостро відчують потребу у покращенні ефективності власної діяльності та конкурентоздатності на ринку. Відомо, що саме людський фактор дозволяє отримати значне зростання продуктивності праці, її ефективне використання, що в свою чергу призводить до зростання прибутків підприємства. Але для підвищення результатів діяльності підприємства, завдяки людському фактору, потрібна мотивація. Заробітна плата є одним із головних методів мотивації та стимулювання працівників.

Заробітна плата – одна із найважливіших соціально-економічних категорій. Для суспільства це основа їх добробуту. Висока оплата праці – гарантія мотивації трудової діяльності, підвищення ролі праці, зниження соціальної напруги в суспільстві. Саме тому, тема завжди залишається актуальною.

Питання мотивації досліджували такі вчені, як: А. Маслоу, А. Сміт, Ф. Тейлор, Д. П. Богиня, В. М. Прасол, О. А. Грішнова, Г. Т. Куліков, Е. М. Лібанова та інші.

Проблема збільшення продуктивності та стимулювання робітників до ефективнішої праці цікавила людей з давніх часів. Адам Сміт був одним із перших, хто вирішив досліджувати проблему мотивації. У праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» було сформульовано концепцію «економічної людини», де пояснюється поведінка людей, що керуються в своїй діяльності власними інтересами та прагнуть до покращення свого економічного становища. Крім того, було звернуто увагу на наявність залежності розміру заробітної плати і результатів праці. Чим більше винагорода, тим більший стимул краще працювати [1].

Ф. Тейлор (засновник «школи наукового управління») в праці «Принципи наукового управління» розвинув думку А. Сміта. На думку Ф. Тейлора, гроші є найважливішим мотивом трудової діяльності [2].

Заробітна плата є багатофункціональною. Основними функціями є: відтворювальна, стимулююча, регулююча та соціальна.

Зазначимо, що на сучасному етапі заробітна плата не виконує належним чином жодної функції. Так, для підвищення стимулюючої функції в Україні необхідно задіяти такі фактори впливу як: інвестиційна та інноваційна діяльність, розвиток підприємництва, самостійної зайнятості та інші. Це значно сприятиме підвищенню показників продуктивності економіки. В країні рівень заробітної плати завжди мав низькі показники, що не сприяло мотивації працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці. Підприємці, що використовують дешеву робочу силу, не бачать сенсу вкладати кошти в розвиток персоналу. Низький рівень заробітної плати є головною причиною зростання безробіття і зниження платоспроможності населення [3].

Держава здійснює регулювання оплати праці працівників підприємств усіх форм власності та господарювання встановлюючи розмір мінімальної заробітної плати, інші державні норми та гарантії, умови та розміри оплати праці працівників установ та організацій, що фінансуються з бюджету, розміри фонду споживання підприємств, а також оподаткуванням доходів працівників [4].

За останні декілька років урядом було збільшено мінімальну заробітну плату більш ніж утричі. Міністри звітують, що ці зміни позитивно вплинули на економіку та ринок праці. З 1 січня 2019 року мінімальну заробітну плату було підвищено на 450 грн – до 4173 грн. Ці показники мають найвищий рівень, починаючи з 1992 року, навіть враховуючи темпи інфляції. Динаміка підвищення мінімального рівня заробітної плати є значно швидшим, ніж темпи відновлення економіки [5].

Для підвищення стимулюючої функції заробітної плати необхідно підвищити ціну робочої сили та збільшити її значення в структурі затрат за рахунок скорочення непродуктивних витрат та інших операційних витрат. Цьому мають сприяти застосування на підприємствах України інвестиційної та інноваційної діяльності, розвиток підприємництва, самостійної зайнятості та інші. Все це має призвести до зростання продуктивності економіки, перегляду життєвих стандартів населення країни у відповідності світовим соціальним стандартам, зазначеним у Європейській соціальній хартії.

Література

1. Smith A. The Wealth of nation, John Murray, Edinburgh (Clarendon, Oxford, 1976).
2. Taylor F. W. Principles of Scientific Management, New York, Harper, 1911.
3. Богиня Д.П. Основи економіки праці: навч. Посібник. К.: Знання-Прес, 2000. 313 с.
4. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР.

URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-вр> (дата звернення 25.09.2019 р.)

5. Сайт Мінфін. URL:<https://index.minfin.com.ua/ua/>(дата звернення 26.09.2019 р.)

ЗМІСТ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

**Євтушевська О.О., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Гончарук І.А., магістрант кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

В економічному розвитку країни звітність відіграє значну роль, оскільки інформація звітності використовується як для економічного аналізу діяльності підприємства, так і для управління ним, для накопичення та узагальнення інформації в масштабах галузі економіки, видів діяльності, усього економічного механізму країни. Тому ринкова економіка висуває високі вимоги до формування та ефективності використання показників звітності суб'єктів господарювання, глибини економічного, фінансового та стратегічного аналізу і прогнозування їх подальшого розвитку.

Метою складання звітності підприємств є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище підприємства, результати діяльності, рух грошових коштів та інші показники його діяльності.

Незалежно від організаційно – правової форми господарювання, форми власності, види економічної діяльності суб'єкти господарювання зобов'язані складати фінансову звітність, оскільки вона виступає заключним етапом облікового циклу. Правовими основами з питань складання фінансової звітності є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та Національні положення (стандарти бухгалтерського обліку НП(С)БО. Норми цього Закону та НП(С)БО слід застосовувати до фінансової звітності підприємств, організацій та інших юридичних осіб усіх форм власності (крім бюджетних установ) і консолідованої фінансової звітності.

Фінансова звітність - це бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів підприємства за звітний період.

Фінансова звітність може класифікуватися за правилами складання: за НП(С)БО та за міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ).

Фінансова звітність включає в себе:

- баланс (Звіт про фінансовий стан);
- звіт про фінансовий результат(Звіт про сукупний дохід)
- звіт про рух грошових коштів;
- звіт про власний капітал;
- примітки до фінансової звітності.

Фінансова звітність повинна надавати користувачам дохідливу, доречну, достовірну та порівняльну інформацію щодо фінансового стану, результатів

діяльності, руху грошових коштів, змін у власному капіталі.

Дохідливість інформації означає, що інформація подана у фінансовій звітності, має бути дохідливою та зрозумілою.

Для забезпечення якісних характеристик фінансової звітності, під час її формування слід дотримуватися певних принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Таких принципів передбачено десять:

- 1) автономність підприємства;
- 2) безперервність діяльності;
- 3) періодичність;
- 4) історична(фактична, первинна) вартість;
- 5) нарахування та відповідність доходів і витрат;
- 6) послідовність;
- 7) обачність;
- 8) превалювання економічного змісту господарської операції над її юридичною формою;
- 9) повнота висвітлення;
- 10) єдиний грошовий вимірник.

Зміст форми фінансової звітності викладено від 28.03.2013 року №433 «Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності».

Звітним періодом для складання фінансової звітності є квартал та календарний рік. Проміжна звітність(квартальна) складається наростаючим підсумком з початку звітного року. Баланс (Звіт про фінансовий стан) складається у такі строки:

- за 1 квартал, тобто станом на 31 березня;
- за перше півріччя, тобто станом на 30 червня;
- за 9 місяців, тобто станом на 30 вересня;
- за рік, тобто станом на 31 грудня.

Основою для складання Балансу(Звіту про фінансовий стан) є записи за залишками на рахунках бухгалтерського обліку(на дату Балансу), де систематизована інформація про господарські операції підприємства. Статті Балансу (Звіту про фінансовий стан) повинні бути узгодженими зі залишками на аналітичних та синтетичних рахунках Головної книги або іншого реєстру синтетичного обліку підприємства.

У балансі підприємства відображаються активи, зобов'язання та власний капітал підприємства на початок та кінець звітного періоду.

У звіті про фінансовий результат (Звіт про сукупний дохід) - розкриває інформацію про доходи, витрати та фінансові результати (прибутки/ збитки), інший сукупний дохід підприємства за звітний та аналогічний період.

У звіті про рух грошових коштів відображається інформація про грошові потоки (грошові надходження та грошові видатки) підприємства за звітний період та аналогічний період. Для його складання підприємства можуть обрати один з двох методів складання: прямий або непрямий метод із застосуванням відповідної форми.

У звіті про власний капітал відображається інформація про зміни у

складі власного капіталу підприємства у звітному періоді, які зазначені у балансі.

Примітки до річної фінансової звітності (форма №5) – складова частина звітності підприємств, яка складається з метою надання повної правдивої, деталізованої інформації, про окремі об'єкти бухгалтерського обліку. Для заповнення форми №5 використовуються: Баланс, Звіт про фінансовий результат, дані синтетичного та аналітичного обліку, за окремими рахунками та субрахунками.

З метою удосконалення методології складання фінансової звітності на підприємствах рекомендовано обґрунтовано сукупність принципів, методів, прийомів ведення бухгалтерського обліку в залежності від впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Література

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 7 лютого 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

2. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»: Закон України від 12.05.2011 р. № 3332-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Стельмащук А. М. Методичне забезпечення аналізу і прогнозування показників бухгалтерської фінансової звітності / А. М. Стельмащук // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал [електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2011_2/86.pdf.

4. Теорія бухгалтерського обліку: [монографія] / [М. Добія, Ш. Сандер, Р. Матезіч та ін.]; за ред. Л.В. Нападовської. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 735

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУДИТ В УМОВАХ КОМП'ЮТЕРНОЇ ОБРОБКИ ДАНИХ

**Ощепков О.П., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту,
Тодорова А.С. магістр 2 року навчання спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій**

В сучасних умовах у більшості українських організацій проведення господарської діяльності здійснюється в умовах комп'ютерного опрацювання даних, що істотно впливає на форми і методи проведення аудиту. Комп'ютеризація обліку не впливає на застосування методу бухгалтерського обліку, а лише змінює технологію обробки облікової інформації. Завдання та загальна мета на основні аудиторські процедури не змінюється, але наявність комп'ютерного середовища впливає на процес аналізу системи обліку. У

зв'язку з цим розрізняють аналіз та аудит поза комп'ютерним середовищем і аудит в середовище автоматизовано-інформаційних систем.

У світі кожен день з'являється більше мільярда документів, здебільшого це текстова інформація, і тільки до 10 % документів пристосовані для автоматизованого оброблення. Це говорить про необхідність організації на підприємствах електронного документообігу. Вибір системи автоматизації документообігу здебільшого залежить від масштабу підприємства, структури управління, ступінь технологічної та технічної підготовки у сфері комп'ютерного оброблення, відсутність або наявність інших систем автоматизації управління. При упровадженні автоматизованих систем виникають проблеми з навчанням персоналу, ведення бухгалтерських даних, підготовка бухгалтерського обліку до автоматизації, а особлива проблема це - проведення аналізу як використання баз даних та їх вмісту.

Як зазначає Івахненко С. бухгалтер має вибір залишитись у межах традиційного розуміння свого фаху, яке пов'язано здебільшого зі складанням фінансової звітності та розрахунком податків, або опанувати нові знання і брати активну участь у реформуванні економічних систем власних підприємств. [1, с. 52] У світовій практиці аудиту питанням застосування інформаційних технологій приділяють значну увагу, зокрема, професійні організації. Про це свідчить, оновлення, з інтервалом в 1-2 роки, фактично всіх Міжнародних стандартів аудиту, що видаються Міжнародною федерацією бухгалтерів, в яких найбільших змін зазнають саме стандарт і положення про Міжнародну аудиторську практику, що стосуються комп'ютеризації аудиту.

В науковій літературі, присвяченій аудиту та нормативно-правових актах, які регулюють порядок проведення аудиту при автоматизованій формі ведення обліку не розглядається на достатньому рівні, тому актуальним є питання розробки методики аудиторської перевірки даних, що обробляються в комп'ютерному середовищі, адже здійсненні фінансового аудиту в середовищі ІТ забезпечує зниження трудомісткості процесів використання інформаційних ресурсів, підвищення надійності та оперативності інформаційних ресурсів, ефективну організацію діяльності персоналу.

При аудиторській перевірці бухгалтерського обліку на підприємстві-клієнта, який ведеться в умовах комп'ютерної обробки даних актуальним питанням є розробка способів юридичного підтвердження достовірності даних, адже в сучасних умовах господарювання велика кількість підприємств в Україні формують первинні документи та звітність не складаючи паперові аналоги. Це ускладнює процес перевірки стану ведення бухгалтерського обліку оскільки при перевірці достовірності електронних документів необхідно опрацювати юридичну обґрунтованість складання електронного документа та правильності роботи алгоритму програми. Велика кількість програм з бухгалтерського обліку вимагають від аудиторів знань по кожній зі спеціальних бухгалтерських програм та знання прийомів і способів перевірки правильності їх функціонування та обробки даних, достовірності їх зображення в зведених документах та звітності. Також треба перевіряти правильність роботи

алгоритму програми із ведення обліку, аудиторю необхідно мати спеціальні знання з інформаційних технологій або включити до складу аудиторської групи при проведенні аудиту експерта - консультанта з інформаційних систем обліку або укласти угоду про проведення інженерно - технічної експертизи. Аудитор у процесі перевірки в умовах комп'ютерної обробки інформації, може зіштовхнутися з багатьма проблемами, які пов'язані з середовищем електронної обробки даних, основними є: неспроможність правильно і належним чином вибрати інформацію комп'ютерних файлів через відсутність або невідповідність документального оформлення змісту господарських операцій; велика кількість програмних модифікацій, що не задокументовані, не перевірені і не схвалені; несумісність програмного і системного забезпечення клієнта; втрата або несвоєчасне знищення даних, які зберігаються на машинних носіях інформації.

Недоліком, який знижує конкурентоспроможність вітчизняних аудиторських організацій по відношенню до західних фірм є відсутність прагнення до розробки стандартних методик бухгалтерського обліку. Такі методики зафіксовані у внутрішньо-фірмових стандартах, освоєння працівниками і прийнятим на постійній основі, дозволяють значно скорочувати час проведення аудиту і знижують його вартість.. Подальшою метою галузі аудиту є розробка оптимальної методики, що дозволить у короткий термін та з мінімальними витратами запровадити елементи комп'ютерного аудиту на підприємстві.

Література

1. Івахненко С. Сучасні інформаційні технології управління підприємством та бухгалтерія: проблеми і виклик. 2006. С.55.
2. Ковбич Т. Аудиторська перевірка в умовах застосування комп'ютерної форми ведення бухгалтерського обліку // Вісник ЖДТУ. 2008. №2. С.69.
3. Дегтяренко А.В. Перешкоди на шляху розповсюдження комп'ютерного аудиту в Україні // Вісник сумського національного аграрного університету. 2012. С.22.

СТАНОВЛЕННЯ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Ощепков О.П., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Головаченко Л.М., асистент кафедри обліку та аудиту
Харькіна А.Д., магістр 2 року навчання спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій**

На даний час актуальною, а також складною проблемою наразі є організація податкової політики на рівні підприємства, оскільки податкове законодавство є нестабільним і недосконалим.

Новим явищем сучасної облікової політики в Україні є виникнення податкового обліку, що послугувало формуванню проблем з визначення даного поняття, з огляду на його існування взагалі як окремої системи чи підсистеми бухгалтерського обліку як цілісної системи.

Для кожного підприємства важливо розробити індивідуальну податкову політику, в якій чітко визначити організацію ведення податкового обліку, а також розробити систему документообігу для формування показників відображенням первинних документів, облікових регістрів і податкової звітності.

Варто приділити окрему увагу визначенню які зобов'язання належить сплачувати підприємству, з врахуванням специфіки його діяльності та відповідно до вимог Податкового кодексу України та інших нормативно-правових актів.

Питання формування облікової політики підприємств висвітлюються у наукових дослідженнях, у фаховій літературі, монографіях, а дослідженню питань організації податкової політики достатньої уваги не приділяється. Таким чином, більш детальної розробки потребує формування та реалізації податкової політики підприємств, а також організація податкового обліку відповідно до вимог чинного законодавства.

Процес формування та удосконалення податкового обліку проходить декілька етапів:

- I етап (1991 – 1996рр.) відбувається проведення податкових розрахунків кожного з податків за методологією бухгалтерського обліку;

- II етап (1997 – 2000рр.) приймаються ряд нових законів з оподаткування, які призвели до змін визначення бази оподаткування для податків і зборів. Запровадження в дію податкових законів сформувало виділення податкового обліку в самостійну сферу облікової діяльності підприємств;

- III етап (2001 – 2005рр.) характеризується напрацюванням механізмів податкового обліку, вдосконалення первинних документів, реєстрів обліку податків та форм податкової звітності;

- IV етап (2006 – 2007рр.) запроваджується механізм податкових різниць при визначенні податків. Відбуваються гострі дискусії навколо впровадження даних положень в облікову практику. Заміна книг придбання та продажу товарів (робіт, послуг) на реєстри податкових накладних;

- V етап (2008 – 2010рр.) скасування механізму податкових різниць з податків та удосконалення бази оподаткування.

- VI етап (2011 – т/ч) характеризується набранням чинності норм Податкового кодексу України. Прийняття Кодексу з подальшими доповненнями та змінами, стало передумовою для вирішення більшості облікових проблем, таким чином відбулась відмова від показників валових доходів та витрат, амортизації в податковому обліку. [3]

Таким чином, поняття «податковий облік» закріпилось в Україні з прийняттям податкового законодавства та реформуванням бухгалтерського

обліку. Але діючи законодавчі акти, не достатньо розкривають значення цього поняття та не формують принципів та методів його реалізації.

В науковій літературі існують різні підходи до визначення поняття «податковий облік». Перший полягає в тому, що «взагалі немає необхідності у створенні відокремленого податкового обліку оскільки, в першу чергу, потрібнорозробити алгоритм для використання інформації». Друга група фахівців, яких є переважна більшість, вважає за необхідне виділення податкового обліку в самостійний вид, як окрему підсистему бухгалтерського обліку. Третя точка зору полягає у доводах необхідності виділення обліку при відсутності підстав для віднесення його в якості підсистеми до бухгалтерського обліку. [2]

Підсумовуючи вищевикладене, податковий облік можна охарактеризувати як систему збору, реєстрації та узагальнення, зберігання та передачі інформації для визначення податкової бази для податків. Так, первинні документи повинні збиратися відповідно до вимог чинного податкового законодавства. Зазвичай, податковий облік реалізується за допомогою безперервного й документального обліку господарських операцій, пов'язаних із розрахунком бази оподаткування конкретного податку. [1]

Для покращення податкового обліку на підприємстві, воно повинно мати чітке законодавче обґрунтування всіх його елементів, відобразити реальну економічну ситуацію у звітності підприємства та забезпечувати належний контроль за сплатою податків.

Основними напрямками вдосконалення податкового обліку на підприємстві є:

- розробка внутрішніх стандартів податкового обліку, які повні деталізувати кожен пункт облікової політики за видами податкових платежів;
- розробка та затвердження переліку документів, які будуть використовуватися для податкового обліку згідно податкового законодавства України;
- визначення рахунків та субрахунків для кожного виду податкових платежів;
- опис руху первинних документів та облікових реєстрів для складання податкової звітності;
- встановлення графіку документообігу з відображенням первинних документів, облікових реєстрів і податкової звітності;
- встановлення механізму визначення нарахування зобов'язань до бюджету за кожним окремим податком відповідно до Податкового кодексу України.

Удосконалення податкового обліку дасть можливість спростити та максимально наблизити його показники до системи бухгалтерського обліку. Вищезазначені напрямки будуть ефективнішими у разі внесення змін до механізму формування податкової політики на законодавчому рівні.

Враховуючи вищезазначене, можливо дійти до висновку, що ведення податкового обліку дозволяє уникнути багато різноманітних ризиків та

фінансових санкцій з боку контролюючих органів. Податковий облік ліпше будувати на принципах і методах бухгалтерського обліку, що визначаються національними стандартами. Також, потрібно своєчасно відображати господарські операції у податковій звітності, інформацію щодо стану достовірності нарахування та сплати податків до бюджету.

Література

1. Нестеренко О. О., Топоркова О. В., Коробкіна І. С. Облік і звітність в оподаткуванні. Опорний конспект лекцій (у структурнологічних схемах) для студентів напряму підготовки 6.030509 «Облік і аудит» всіх форм навчання. Х.: ХДУХТ, 2016. 78 с.

2. Панасюк В.М., Ковальчук Є.К., Бобрівець С.В. Податковий облік: організація, нормативне забезпечення, податкові розрахунки, звітність: навч. посібник. Тернопіль: Астон, 2003. 304 с.

3. Малишкін О.І. Облік і аудит податків в Україні: теорія, методологія, практика: навч.-практ. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2013. 376 с.

МИКСЕОЛОГИЯ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

**Егорова-Гудкова Т.И., к.э.н., доцент экономико-правового факультета
ОНУ имени И.И. Мечникова**

Продовольственная безопасность государства характеризуется не только физической и экономической доступностью продовольствия, но и его полезностью, которая относится к качественным характеристикам, определяющим потребительскую ценность конкретного продукта.

Полезность и качество готовой продукции зависят не только от качества исходного сырья, технологии производства, качества технологического оборудования, культуры производства, но и рецептуры, согласно которой производится продукт. Рецептура это, своего рода, система.

С точки зрения теории систем - система имеет "консервативную" часть - структуру и "динамичную" часть - состояние. В структуре системы можно выделить два основных структурных элемента: инварианты и вариации. Инвариант – неизменное в структуре системы.

«Инвариант - структурное отношение, обобщенный количественный либо качественный индикатор, сохраняющийся в ходе неких преобразований, превращений, изменений той системы, которую характеризует. Вариации – изменяющиеся элементы системы» [1].

«устойчивость системы определяется отношениями значений меры порядка или беспорядка для соответствующих параметров по методу Фибоначчи или золотой пропорции» [2]. «Возможно, в природе существует простой принцип: чем больше количество пропорций золотого сечения – тем выше уровень развития и выше возможности экспансии, а рост энтропии отражает этот процесс в качестве количественной меры». [2].

Инвариантный аспект любой системы – ее структура, которая всегда имеет определенный уровень разнообразия. Посредством его гармонизации система получает неравновесное состояние, необходимое для эффективной своей жизнедеятельности. Тем самым, она обретает оптимальный режим существования, отличающийся функциональным качеством. ...Обобщенные золотые сечения суть инварианты, на основе и посредством которых в процессе самоорганизации естественные системы обретают гармоничное строение, стационарный режим существования, структурно-функциональную... устойчивость» [3, с.132].

С понятием обобщённых золотых сечений связан, по сути, его синоним – понятие рекуррентного ряда золотых сечений, которые имеют следующие цифровые значения: 0,500...; 0,618...; 0,682...; 0,725..., 0,825..., 0,99 .

Каждое из значений является инвариантом или аттрактором системы, обуславливающим её устойчивость.

В молочной промышленности мы можем наблюдать весь этот ряд (кроме 0,500) как показатель жирности сливочного и топленого масла, которое может храниться достаточно продолжительный период времени без ухудшения потребительских качеств. Т.е. имеет место проявление свойства устойчивости. Случайно ли это? Возможно ли разработать рецептуры полезных и устойчивых (сохраняемых продолжительный период) продуктов питания? Как можно использовать эффект микродоз, также рассчитываемых исходя из принципов пропорционального деления, называемого законом Меры?

Пропорции закона Меры встречаются у всех материальных объектов и могут быть отнесены к категории математических констант природоподобного управления.

На основании вышеизложенного инициируется научная гипотеза, о возможности обоснования нового методологического подхода к разработке полезных устойчивых композиций (рецептур, смесей и др.), соразмерных или соответствующих природоподобным константам.

Некоторые этапы методологии проектирования сбалансированных рецептур (устойчивых систем):

1. Оценка статуса системы, например – рецептура конкретного продукта.
2. Оценка структурно-функционального состояния системы.
3. Оценка доли добавленной стоимости в продукте системы;
4. Сравнение результатов оценки структурного состояния с аттракторами – представляющими рекуррентный ряд золотых сечений: 0,500...; 0,618...; 0,682...; 0,725..., 0,825..., 0,99 и другими производными золотого сечения
5. Контроль надёжности, жизнеспособности и избыточности системы (оценка доли отклонений) и энтропийное тестирование системы (расчёт информационной энтропии)
6. Формулирование проекта перепроектирования системы (рецептуры) и реализация проекта разработки новой рецептуры.
7. Оценка соответствия спроектированной системы на структурно-функциональное соответствие закону Меры [4].

Підтвердження даної гіпотези потребує проведення додаткових досліджень, наприклад уже існуючих розповсюджених високоякісних і користуваних запитом продуктів на предмет відповідності константам пропорційного поділу. Але саме корисність є ключовою характеристикою продовольственої безпеки сучасного розвинутого держави.

Література

1. Буданов В.Г. О методологии синергетики. *Вопросы философии*. 2006. №5, с. 80
2. Прангишвили И.В. Системный подход и общесистемные закономерности. М.: Синтег, 2000. 522с.
3. Сороко Э.М. Золотые сечения. Процессы самоорганизации и эволюции систем. М. УРСС, 2018.- 234 с.
4. Tatiana Yegorva-Gudkova. Projecting of steady complexity economic systems on self-organizing principles as a component of anti-crisis strategy Abstract of 2012 International Conference on Trends and Cycles in Global Dynamics and Perspectives of World Development October 13–15, 2012, Chengdu, China, P.40 -41.

ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ

**Немченко В.В., д.е.н., професор кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

Більше 800 млн. людей у світі потерпають від голоду. Гостра продовольча криза спостерігається у більшості бідних країнах, де є значна кількість родючої землі і яка захоплена шляхом використання легальних методів інвестування різними фірмами іноземних країн (landgrabbing). Такі «реформи» у країнах третього світу вже привели до витіснення місцевого населення, зникнення фермерських господарств, погіршенню якості землі. Корумповані та некомпетентні уряди дозволили скупити землю іноземними інвесторами. Так, китайські корпорації вже купили або орендували у країнах Африки більше 3,5 млн. га родючої землі за заниженими цінами. Так, оренда 1 га землі в Ефіопії коштує всього 1 долар 20 центів, а купівля 1 га землі – 20 – 30 доларів [1].

Китайська компанія KSGAgro, у склад якої входить 42 підприємства, вже обробляє 94 тис. га українських сільськогосподарських земель. Значним постачальником сільськогосподарської продукції до Китаю та інших країн світу стали українські підприємства. Ось чому, важливе значення має розвиток ринку землі в Україні. Поки що, для становлення ринку землі ще не створені умови, оскільки:

- не вдалось побороти повністю корупцію, тіньову економіку;
- відсутній захист підприємців, включаючи власника землі, що не сприяє інвестиційній привабливості у державі;
- необхідне удосконалення контролю за землекористуванням, вимагає доопрацювання кадастр ;

- низький життєвий рівень населення, який не передбачає, що більшість населення зможе купувати землю.

Безумовно, продаж землі дозволить «запустити» ринок, і в першу чергу наповнити держбюджет, а якщо науково-обґрунтовано використати гроші, то забезпечити економічне зростання.

Слід відзначити, що в Україні вже є негативний досвід приватизації великих підприємств. У зв'язку з цим, рішення уряду мають бути виважені, необхідно чітко прописати у законі всі можливості і обмеження, для того, щоб уникнути жахливі помилки і щоб найкращі в світі чорноземи майже безкоштовно опинились у закордонних власників, корпорацій, монополістів.

На нашу думку, до таких обмежень слід віднести:

- заборону купівлі – продажу землі іноземцям та їх фірмам, агрохолдингам, великому бізнесу, олігархам, що не дозволить встановлювати монопольні ціни на продовольство;

- можливість купівлі-продажу землі тільки невеликим землекористувачам, малому та середньому бізнесу (до 100 га), фахівцям, які будуть працювати на ній не менше 25 років;

- ціна на українські чорноземи не можуть бути нижчою, ніж у порівнянні з розвинутими країнами Європи. Зростання ціни на землю сьогодні у світі випереджає зростання цін на сільгосппродукцію. За прогнозами TheEconomist у наступні 40 років людство повинно буде збільшити виробництво їжі, ніж за останні 10 тисяч років разом взятих [2]. Ось чому, у найближчі роки слід очікувати значне зростання цін на землю. В цих умовах зростає значення і держави у формуванні цивілізованого ринку землі. Вона повинна мати можливість, у випадку необхідності, викуповувати землю у власників, а у випадку нераціонального землекористування, забирати її (націоналізувати) у власника безкоштовно.

Сприяття покращенню інвестиційного клімату в країні буде боротьба з корупцією, рейдерськими захопленнями, захист землевласника. Лише в цьому випадку земельна реформа в Україні досягне мети – буде сприяти зростанню економіки та покращенню добробуту населення. Все це буде сприяти підвищенню довіри бізнесу до української держави. Сприяття цьому буде і зниження фіскального тиску, зниженню податків для малих інноваційних підприємств. В Україні вже був позитивний досвід у 1998 році, коли було введено мито на експорт насіння соняшника, що сприяло збільшенню переробних підприємств у масложировій промисловості і виробництву масла, збільшенню надходжень до бюджету, зростанню доходів населення. Безумовно, вітчизняний досвід минулих років та розвинутих держав, необхідно використовувати при проведенні земельної реформи.

Література

1.Поливода А. Китай, которому всё мало. – Зеркало недели, 17-23 августа 2019 г., № 1255.

2.Олексиюк М. Земельные фейки. – Зеркало недели, 17-23 августа 2019 г., № 1255.

CONCEPT AND CLASSIFICATION OF NON-CURRENT ASSETS: THEORETICAL ASPECT

**Stupnytska T., Ph.D., Associate Professor, Department of Accounting and Auditing,
Volodina O., Assistant, Department of Foreign Languages,
Pryimak V., Vozniuk L. Second-year Masters of the specialty "Accounting and taxation"
Odessa National Academy of Food Technologies**

Non-current assets is one of the major object of economic sciences, in particular accounting. Non-current assets play the key role as they make a powerful part of property of any economic entity in modern conditions of managing. The final results of activity of the enterprise depend on their quality, cost, technological level, efficiency of use: production of goods and provision of services, their prime cost, profit, profitability, financial stability in the market. In the conditions of market economy requirement in reliable accounting and reporting information on activity of the enterprises, institutions and organizations which allows their management to increase efficiency of the work, grows. Nowadays it is possible to obtain this information only in the course of the implementation of the analysis and control of economic entities.

Problems of accounting, analysis and control of non-current assets are a subject of special attention of economic science. The significant contribution to development of theoretical and practical aspects of accounting of non-current assets was made by the leading domestic researchers: I. Blank, F. Butynets, N. Vyhovska, M. Barsukova, L. Yaloveha, O. Lyshylenko, etc. and as well as by foreign scientists: V. Vankevich, Ya. Sokolov and others.

In his scientific works concerning financial management of I. Blank understands the assets of the enterprise as the economic resources controlled by it, created at the expense of the capital invested in them which are characterized by the determined cost, productivity and ability to generate income, the constant turnover of which in the course of use is associated with factors of time, risk and liquidity [4].

Non-current assets, that is fixed capital, is a compound of an asset (property) of an the enterprise. The carried-out analysis of domestic and foreign sources, allowed to reveal a problem of similarity of terms (in particular identification of non-current assets with fixed assets and fixed capital) therefore, in our opinion, it is necessary to investigate definitions not only of non-current assets, but also fixed capital and fixed assets (tab. 1).

According to the National standards of Accounting 1 "The general requirements to financial statements", all assets of the enterprise that are not current belong to non-current assets [1]. And the concept "Fixed assets" by standard of Accounting 7 "Fixed assets" are characterized like tangible assets, which the enterprise holds for the purpose of using them in the process of production / activity or delivery of goods, rendering services, leasing to other persons or for implementation of administrative and social and cultural functions, the expected lifetime service of which is more than one year (or operational cycle which exceeds one year) [2]. The concept "fixed capital" in normative and legal acts is not reflected.

Table 1 – Determination of terms "non-current assets", "fixed capital", "fixed assets" using scientific approach *

Author	Concept
M.Barsukova [3]	Non-current assets are property holdings which are acquired for long use in production activity of the organization which are characterized by productivity, ability to bring income and a possibility of control.
V.Vankevich [6]	Non-current assets are long-term tangible and intangible assets most of which participate in the process of production, works and services more than one year and circulation of means of the organization, provides cash inflow.
I. Blank [4]	Fixed capital - characterizes that part of the capital used by the enterprise which is invested in all types of its "non-current assets".
F. Butynets, O. Lyshylenko [5, 7]	Fixed assets are tangible assets which the enterprise withholds with the purpose of using them in the course of production or delivery of goods, rendering services, leasing to other persons or implementation of administrative and social and cultural functions, the expected lifetime service of which is more than one year (or an operational cycle which exceeds one year).
L.Yaloveha [8]	Fixed assets - the sum of the capital invested in the combination of financial and material objects and values which are used in the course of production for influence on objects of the labor and their transformation to products, suitable for the use.

* completed by the author on the basis of [3, 5-8]

Many authors combine a concept of non-current assets, fixed capital and fixed assets. So, for example, I. Blank emphasizes management of non-current assets and management of fixed capital that in our opinion is incorrect as fixed capital of the enterprise is a part of the capital of the industrial enterprise, invested in its non-current assets [4]. In our opinion non-current assets characterize a combination of property values of the enterprise that repeatedly participate in the process of production economic activity the validity period of which is more than one year or an operational cycle, and some assets of which transfer used cost by parts to products.

The structure of non-current assets is quite various therefore they need classification. According to available practice non-current assets can be classified by various signs. In the economic literature there is no uniform approach to classification of non-current assets. Therefore, in our opinion, it's necessary to generalize approaches to classification of non-current assets by the most widespread signs, which are given in fig. 1

The main classification group of non-current assets is formed by the group made on the financial and material sign which is divided into:

- tangible non-current assets (those that have the physical and/or material form);

- intangible non-current assets (those that have physical and/or material form).

The group of tangible non-current assets is divided into the subgroups:

- fixed assets;

- other non-current tangible assets, all other non-current assets, which have the material form and did not enter the list of fixed assets [1];

- incomplete capital construction is a volume of actually mastered capital investments on the unfinished and not put into operation buildings and construction

objects as at a certain date [1].

The given classification allows to draw a conclusion that the term of useful operation is the main key criterion of reference of material and non-material resources to the composition of non-current assets. The most part of the enterprises independently determines the term of useful operation of non-current assets (that, as a rule, occurs at the time of their acquisition (placing on balance) and further it is not reconsidered).

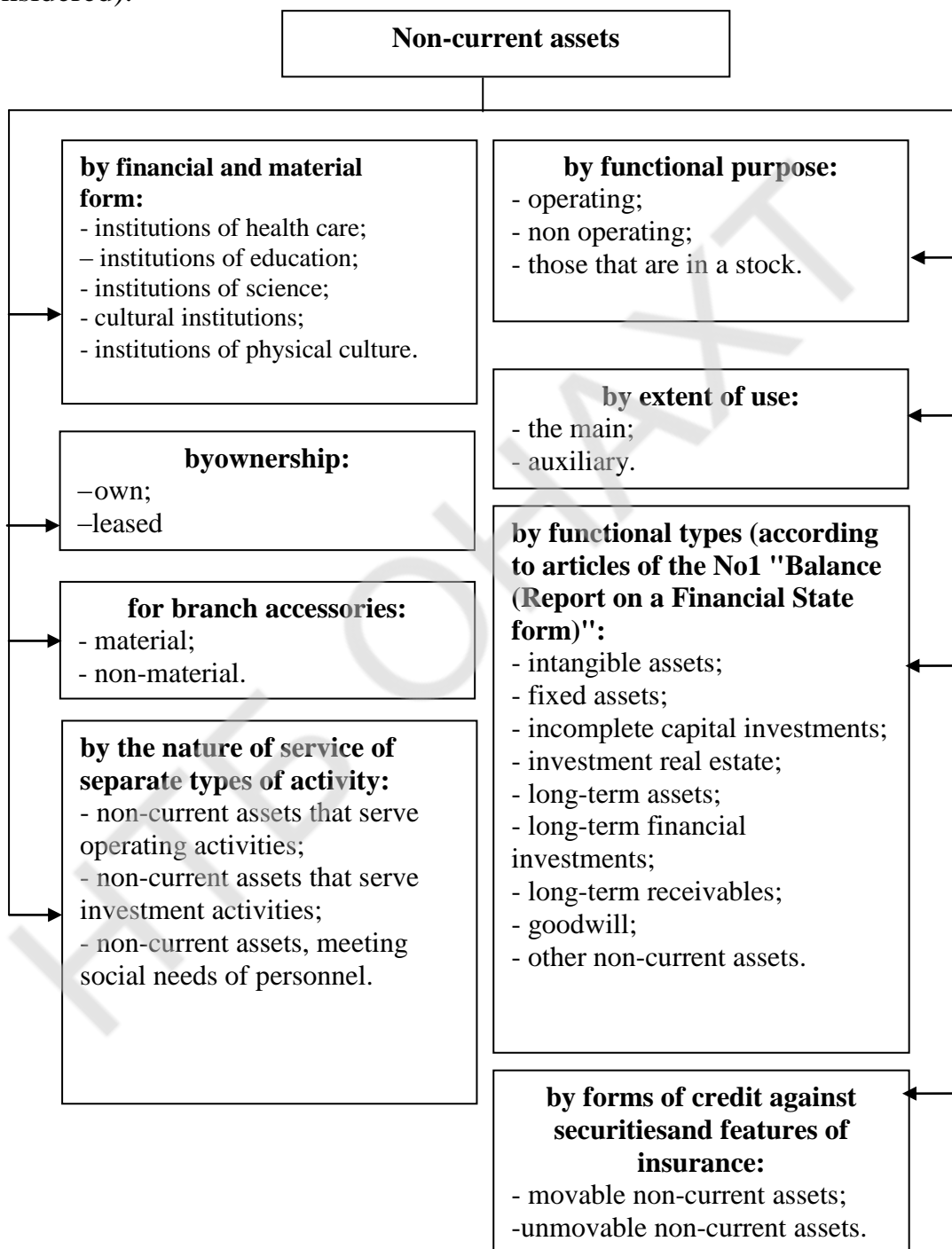


Fig. 1 – The classification of non-current assets by various signs*
 * completed by the author on the basis of [1, 3]

Thus, by the results of the research of a concept of non-current assets it is possible to draw a conclusion about absence of uniform approach to its definition and to emphasize that this category is one of the most important in economic activity of any economic entity. The analysis of approaches to classification of non-current assets, testifies to some problematic points. The researchers offer different classification signs of non-current assets, however the classification by functional types is the most widespread which, in our opinion, is necessary to use for accounting: analysis and control of activity of the enterprises.

References

1. Natsionalne polozhennia (standart) bukhgalterskoho obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.02.2013r. №73: za stanom na 8.02.2014 roku № 241[Elektronnyi resurs]. URL: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/instr-plan-rah/standart-buhgalterskogo/nacionalnyne-pologhennya-standartu-1021081.html>
2. Polozhennia (standart) bukhgalterskoho obliku 7 «Osnovni zasoby»: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 27.04.2000 № 92: za stanom na 18 chervnia 2015 roku № 1176[Elektronnyi resurs]. URL: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/instr-plan-rah/standart-buhgalterskogo/pologhennya-standart-buhgaltersykogo-1021472.html>
3. Barsukova M.A. Neoborotni aktyvy orhanizatsii spozhyvchoi kooperatsii ta analiz yikh vykorystannia: avtoref. dys. na zdobuttia nauk, stupenia kandydata ekonomichnykh nauk: spets: 08.00.12. Novosibirsk, 2004.
4. Blank I.A. Osnovy finansovogo menedzhmenta: v 2 t. T.1. 4-e izd. M.: Omega-L, 2012. T.1. 653 s.
5. Bukhgalterskyi finansovyi oblik: pidruch. / Za zah. red.F.F. Butyntsia. 8-e vyd., dop. i pererob. Zhytomyr: PP «Ruta», 2009. 912 s.
6. Vankevich V.E. Uchet vneoborotnykh aktivov i istochnikov ikh formirovaniya: sostoyanie i razvitie: avtoref. dis. na soiskanie nauk, stepeni kandidata e`konomicheskikh nauk / V.E. Vankevich. – Minsk, 2007.
7. Lyshylenko O. V. Finansovyi oblik : [pidruchnyk] / O. V. Lyshylenko. 3-tie vyd., pererob. i dop. K.: Tsentr navchalnoi literatury, 2009. 670 s.
8. Yaloveha L.V. Oblik vytrat na remont ta polipshennia osnovnykh zasobiv: bukhgalterskyi i podatkovyi aspekt // Poltavska derzhavna ahrarna akademiia. 2013. № 10(4). S. 460-466

ПЕРЕДУМОВИ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маркова Т.Д., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Мостицька С.І., Маленко В.В., Онищук А.М.
магістри 2 року навчання спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій

Розвиток інформаційних технологій та систем надзвичайно динамічний. І такий розвиток за останні півстоліття комп'ютерних і мережних технологій в соціально-економічному розвитку суспільства заохочувало до розвитку обліково-аналітичних програмних продуктів для вирішення питань точності та оперативності інформації, прийняття ефективних управлінських рішень. І якщо раніше найбільш поширеною задачею, яку вирішували розробники програмного забезпечення, була автоматизація обліково-аналітичного процесу, то на сучасному етапі вона є лише частиною більш загальної проблеми – автоматизації управління всією діяльністю фірми. Так, сьогодні є велика кількість можливостей використовувати апаратні та програмні технології, які дозволяють оброблювати вагомий обсяг інформації в умовах слушного моменту. Крім того, як свідчить практика існує безперешкодний зв'язок з цією інформацією майже з будь-якої локації за допомогою розподілених баз даних та мережі Інтернет. Також, слід відмітити, щороку науково-технічний прогрес забезпечує збільшення зручності для всіх користувачів, зокрема обліково-аналітичного процесу. Спостерігається і зростання нагоди покращити персональні комп'ютери і робочі станції, які можуть служити з цими системами публіці, яка формально володіє невеликою кваліфікаційною підготовкою. В теперішній час інформація для підприємства є основним ресурсом конкурентоспроможності на ринку. Звичайно, що кожне підприємство потребує певну інформацію і інтенсивність використання та впровадження її в роботу є різноманітною, та модифікується залежно від розвитку інформаційних систем. Автори Орлова Н.С. та Удовік А.С. зазначають «корпоративні інформаційні системи для керівництва середніх і великих підприємств є необхідним інструментом, що дозволяє підвищити ефективність і прозорість бізнес-процесів і забезпечити централізовану підтримку прийняття управлінських рішень на всіх рівнях і в усіх сферах бізнесу компанії» [1].

Передумови розвитку автоматизації обліково-аналітичного процесу, викликані розвитком інформаційних систем і технологій, а саме:

- впровадження та використання технологій і систем банків даних;
- інтеграція оперативно-технічної обробки даних, телекомунікацій та автоматизації управлінської, обліково-аналітичної праці;
- широке використання персональних комп'ютерів як в процесі обліково-аналітичного, розробки, так й забезпечення можливості прямої взаємодії з персональним комп'ютером кінцевих користувачів.

Конкурентоспроможні об'єкти управління при ринковій економіці не можуть безупинно ефективно функціонувати, якщо сучасні засоби електронної обчислювальної та інформаційної техніки не використовуватимуться в усіх процесах господарської діяльності, зокрема від оперативного збирання та обробки інформації як на об'єктах управління, так і під час обміну необхідною обліковою, статистичною інформацією між суб'єктами такої економіки. В умовах жорсткої ринкової конкурентної боротьби, нестабільності зовнішнього середовища, важливим є збереження та нарощення потенціалу підприємства,

виробництво продукції відповідної якості, задоволення потреб споживачів, забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку. Це більшою мірою можливе завдяки ефективному стратегічному управлінню розвитком підприємства, у тому числі автоматизацією управління діяльністю підприємства тощо.

Слід відмітити, що, як правило, для реалізації визначених задач людина обирає стратегію, яка здійснюється за допомогою сукупності різноманітних методів та засобів. І в цьому випадку інформаційні дані є важливими, як і традиційні ресурси матеріальної категорії, оскільки інформація є одним із вартісних ресурсів людства. Бойко Н. вважає, що «процес переробки інформації за аналогією з процесами переробки матеріальних ресурсів можна сприймати як технологію. Тоді справедливим буде таке означення, як: інформаційна технологія являє собою комплекс збору, передачі, обробки, збереження і доведення до користувача інформації, що реалізована сучасними засобами. Ці принципово нові засоби і методи обробки даних об'єднуються в цілісні технологічні системи і забезпечують практично всі функції інформаційних технологій» [2].

Слід відзначити, що організація автоматизації процесів використання інформаційних систем і технологій є на даний момент однією з задач підприємств щодо оптимізації обліково-аналітичного та управлінського процесу. Техногенна галузь досить активно наразі розвивається і комп'ютерні технології та програмне забезпечення займають важливе місце в діяльності людини і суспільства.

Сучасні інформаційні системи і технології вже не повільно впроваджуються, а є частиною життєдіяльності всіх сфер суспільства та всіх галузей економіки країни. Впродовж останнього десятиріччя інформаційні технології все більше і більше проникали в бізнес: це системи автоматизованого проектування і програми фінансового, податкового та управлінського обліку, це впровадження штрихкодування і системи планування виробництва. На сьогоднішній день вже і не знайдеш підприємство, яке не використало б сучасні технології хоча б для ведення бухгалтерського обліку. Неможливо уявити діяльність суб'єкта господарювання без розрахункового рахунку в банку, без програми «клієнт-банк», без електронної пошти, комп'ютерної системи та пакету бухгалтерських облікових програм, служб національної безпеки – без суперкомп'ютерів, а населення – без ноутбуку, кишенькових комп'ютерів та смартфонів [3]. Тому питання використання сучасних інформаційних систем і технологій, їх переваги та недоліки залишаються актуальними як в дослідженнях методів поліпшення та ефективності умов праці на підприємстві так і в сфері обліково-аналітичного процесу діяльності.

Література

1. Орлова Н.С., Удовік А.С. Інформаційні системи у сучасному корпоративному управлінні // Актуальні проблеми державного управління.

2012. № 1. С. 35-40.

2. Бойко Н. Умови, стратегія та перспективи розвитку інформаційних технологій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Комп'ютерні науки та інформаційні технології». 2012. №744. С.271-277

3. Маркова Т.Д. Системний підхід до організації обліково-аналітичного забезпечення автоматизованими інформаційними системами управління підприємством // Науково-методичні аспекти обліково-аналітичної системи підприємства: монографія за заг.ред. д.е.н., проф. Немченко В.В. ОНАХТ. Одеса, 2016. 352с. (С.256-266).

МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ, ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ ТА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Купріна Н.М., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту

Гурмач Т.Б., магістр II курсу спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Мігун Л.В., Коршунов О.С. магістри I курсу спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Одеська національна академія харчових технологій

Як складова бухгалтерського обліку й функція управління суб'єктів господарювання, управлінський облік саме формувався на базі калькуляційного обліку, тому основним його змістом було планування витрат підприємства та розробку норм таких витрат, складання нормативних калькуляцій, обліку витрат собівартості продукції, виявлення відхилень від норм витрат та зміни самих норм, з'ясування причин таких відхилень, прийняття управлінських рішень, що призвело до запровадження нормативного методу обліку витрат і калькулювання собівартості продукції – «Стандарт-кост». Нормування витрат, складання нормативних калькуляцій та управління за відхиленнями є актуальними й в теперішній економічній ситуації з метою не тільки контролю, але й пошуком шляхів зменшення та оптимізації витрат від усіх видів діяльності підприємства. Тому методи управління затратами та витратами підприємства, наприклад, бюджетування, як короткострокове планування майбутньої діяльності підприємства та її ефективності є дієвим методом управління доходами, витратами та фінансовими результатами підприємства [1, с. 23].

Ще одним важливим моментом для управлінського обліку витрат, відповідно до принципу оперативності, є підходи до визначення саме об'єкту дослідження – витрат або затрат підприємства. Так, для ефективного аналізу, планування та контролю фінансових результатів діяльності підприємства необхідно використовувати саме поняття «затрати» – «це вартісний вираз використаних у процесі діяльності підприємства (установи, організації) матеріальних, трудових, фінансових та інших видів ресурсів», тобто більше широке ніж поняття «витрати», яке відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку відображає зменшення економічної вигоди протягом

звітний період або збільшення зобов'язань підприємства, що призводить до зменшення капіталу і не враховує те затрати, які вже понесені підприємством та не можливо віднести до витрат звітний періоду відповідно до нормативних документі[2, с. 75-76].

Дослідження показало [3, с. 26], що використання методу беззбитковості та системи обліку та калькулювання за неповними витратами є актуальною в умовах нестабільної економіки, кризових явищ, загроз зовнішнього середовища та базується на декількох фінансових показниках (як мінімум двох – маржинальний дохід та прибуток) та на визначенні показників беззбитковості продукції з використанням співвідношення «затрати-обсяг-прибуток» та «прибуток-обсяг».

Класичними завданнями управлінського обліку є контроль за використанням окремих ресурсів, які вкладено в його активи – основних засобів, запасів, грошових коштів, дебіторської заборгованістю тощо, а також управління короткостроковими зобов'язаннями підприємства. Особливу актуальність для підприємств харчової промисловості має саме управління запасами, так як в собівартості харчової продукції матеріальні витрати складають до 80%, тому використання сучасних методів управління ними, наприклад ABC-аналіз, XYZ-аналіз або їх комбінації та інших методів, призводить до підвищення ефективності управління окремими елементами оборотним капіталом підприємства [4].

Управління дебіторської заборгованістю підприємства є актуальною, що підтверджують дослідження діяльності підприємств харчової промисловості України, де в структурі оборотного капіталу саме дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги має найбільшу питому вагу та є відволіканням грошових коштів з обороту підприємства та суттєве впливає на його фінансовий цикл. Моніторинг рахунків дебіторської заборгованості, управління дебіторської заборгованістю за строками погашення, управління категоріями дебіторів, де значно місце належить ABC-аналізу, та можливе використання його комбінації з XYZ-аналізом, аналіз співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства, формування кредитної політики підприємства, управління дебіторської заборгованістю з використанням беззбиткового коефіцієнту простроченої дебіторської заборгованості, управління дебіторської заборгованості до її виникнення та інші методи необхідно використовувати підприємству для підвищення її оборотності, зменшення терміну повернення та виникнення безнадійних боргів [3, с. 27].

Неефективне управління оборотним капіталом підприємства, яке вкладено в його активи, відсутність управління його кредиторською заборгованістю призведе до погіршення фінансового стану підприємства та зменшення ліквідності його активів, тому при управлінні грошовими коштами, дебіторської заборгованістю, запасами підприємства, як елементами оборотного капіталу, необхідно враховувати стан та зміни їх впливу на ліквідність його активів з використанням методичного підходу для такого аналізу та управління [3, с.28].

Таким чином, сучасні методи управління активами, зобов'язаннями, фінансовими результатами діяльності та її беззбитковістю, факторний аналіз формування фінансових результатів діяльності підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності та ефективності функціонування, не можливий без такого дієвого інструменту управління підприємством, як управлінський облік, що підтверджує проведене дослідження.

Література

1. Обліково-аналітичне забезпечення в умовах управління фінансово-економічною безпекою підприємства : [Монографія]; [В.В. Немченко, Ф.А. Трішин, Л.В. Іванченкова, Г.О. Ткачук та ін.]; за заг. ред. доктора екон. наук, проф. В.В. Немченко; Одеська національна академія харчових технологій. Одеса : Фенікс, 2015. ** с.
2. Нападовська Л.В. Управлінський облік. [Підруч. для студентів вищих навч. закладів]. К. : Книга, 2006. 544 с.
3. Обліково-аналітичне забезпечення в умовах управління фінансово-економічною безпекою підприємства : [Монографія]; [В.В. Немченко, Ф.А. Трішин, Л.В. Іванченкова, Г.О. Ткачук та ін.]; за заг. ред. доктора екон. наук, проф. В.В. Немченко; Одеська національна академія харчових технологій. Одеса : Фенікс, 2015. 360 с.
4. Куприна Н.М. Особенности управления производственными запасами на предприятиях пищевой промышленности / Н.М. Куприна, А.А. Ерина. – Экономика: проблемы теории та практики. – Вип. 237. – Т. 4. – Дніпропетровськ, 2008. – С. 1462–1467.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Куприна Н.М., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Власой А.О., Краєва А.О., Романова В.Ю.
магістри II курсу спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій**

Сучасний стан та функціонування підприємств не можливе без такого дієвого інструменту як управлінський облік, що сприяє ефективному управлінню активами, зобов'язаннями, капіталом, результатами діяльності вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як І.В.Аверчев, П.Й. Атамас, М.В. Болдуєв, М.А. Вахрушін, Д.А. Волошин, В.П. Галенко, Р. Гаррісон, С.Ф. Голов, Ш. Датара, Т.П. Карпова, О.В. Карпенко, О.М. Костенко, В.Е. Керімов, О.В. Ковальова, Т.А. Кольцова, Н.П. Кондракова, В.С. Лень, О.Г. Лищенко, М.З. Матвійчук, Л.В. Нападовська, М.С. Пушкар, В.С. Рудницький, Т.Скоун, Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, М.Г. Чумаченко, А.Д. Шеремет, Л.Ю. Шевців, М.Т. Щирба та ін. досліджували питання сутності управлінського обліку, його предмету та об'єктів, методів та прийомів, але є дискусійними та потребують

додаткових досліджень.

В сучасних економічних публікаціях немає єдиного визначення сутності управлінського обліку:

– «управлінський облік є інструментом управління діяльністю підприємства, об'єднуючи практично всі функції управління: облік, планування, координацію, контроль, аналіз, прийняття рішень» [1];

– «це облік, який зосереджується на зовнішніх факторах (таких як прибутковість конкурентів, частка на ринку тощо), тоді як для традиційного обліку характерна зосередженість на внутрішніх процесах і явищах» [2];

– «це ідентифікація, вимірювання, збір, систематизація, аналіз, розкладання, інтерпретація і передача інформації, необхідної для управління будь-якими об'єктами» [3];

– «метою управлінського обліку є допомога внутрішнім користувачам приймати більш обґрунтовані рішення..., забезпечення менеджерів інформацією, яка надає можливості примножити капітал її власникам, а працівникам підприємства – збільшити цінність їх матеріального та духовного добробуту..., підвищення ефективності управління, а отже – ефективності планування, нормування, контролю та прийняття управлінських рішень» [4] тощо.

Але сучасний управлінський облік для ефективного управління підприємством використовує як зовнішню так і внутрішню інформацію, а також принципи бюджетування, здійснює аналіз діяльності підприємства з урахуванням як поточних, так і довгострокових цілей. Він все більше перетворюється на стратегічний управлінський облік, основою якого є стратегічне управління витратами [5].

В.З. Семанюк вважає [6], що саме управлінський облік – це підсистема обліку, як функція стратегічного управління, яка забезпечує менеджерів інформацією про внутрішнє середовище діяльності підприємства для прийняття стратегічних рішень.

Таким чином, сучасний управлінський облік базується не тільки на внутрішніх факторах впливу на ефективність функціонування підприємства, а залежить від саме змін зовнішнього середовища, тому зовнішні фактори впливу на діяльність підприємства є суттєвими та потребують нових методів управління підприємством, забезпечення його конкурентоспроможності та ефективності діяльності. Управлінський облік з внутрігосподарського змінює свій напрям на стратегічний, що враховує сучасний стан розвитку економіки та підприємств.

Використання сучасних методів та прийомів для забезпечення ефективності функціонування та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в сучасних умовах неможливе без адаптації зарубіжного досвіду стратегічного управлінського обліку для його ведення й організації к національним економічним умовам діяльності суб'єктів господарювання, особливостей та традицій у виробництві, споживанні та реалізації товарів на внутрішньому ринку та просування їх на зовнішні, що потребує додаткових

досліджень.

Література

1. Крушельницька Т.А. Г.Є. Павлова Управлінський облік та його складові // Економіка АПК. 2009. № 20. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/20_2009/6.pdf.
2. Атамас П.Й. Управлінський облік: [навч. посіб.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 440 с.
3. Хорнгрен Ч.Т. Фостер Дж. Бухгалтерський облік: управлінський аспект [Текст]; пер. з англ.; під ред. Я.В. Соколова. М. : Фінанси та статистика, 2000. 416 с.
4. Нападовська Л.В. Управлінський облік. [Підруч. для студентів вищих навч. закладів]. К.: Книга, 2006. 544 с.
5. Добровський В.М., Гнилицька Л.В., Коршикова Р.С. Управлінський облік: [Навч. – метод, посіб. для самост. вивч. дисц.]. К.: КНЕУ, 2003. 235 с.
6. Семанюк В.З. Формування підсистеми стратегічного обліку в умовах ринкових відносин // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. Вип. 11(114) / наук. ред. І. Г. Манцуров. Київ, 2010. С. 59–64.

МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Корсікова Н.М., к.е.н, доцент, Череватий В.М., магістр
Одеська національна академія харчових технологій

Вступ. Як показали результати сьогорічної вступної компанії, серед найбільш затребуваних спеціальностей в сфері вищої освіти, як і раніше залишається напрямок "Менеджмент". Однак, господарники, управлінці і адміністратори все частіше скаржаться на те, що знайомство із загальною теорією менеджменту не допомагає їм вирішувати повсякденні проблеми. У той же час як теоретики, так і практики в один голос стверджують, що головна біда більшості фірм і фактична причина банкрутств лежить в низькому рівні менеджменту.

Результати. «Менеджмент помер. Маркетинг помер. Стратегія померла» [1]. Ця цитата керівника рекламного агентства Saatchi & Saatchi Кевіна Робертса з лекції «Креативне лідерство», яку він прочитав в центрі дизайну Artplay ще в 2012 році, стала широко самореплициватися в соцмережах. Однак трактування цієї цитати не завжди коректне, а іноді й просто суперечить як безпосередньо думці, закладеній самим автором, так і реаліям сьогodenня.

Сьогodenні дійсно дуже популярною стала думка про необхідність попроситися з класичними теоріями менеджменту і маркетингу. І тут думки провідних фахівців в сфері управління практично не розходяться. Про це заявляли в різний час автори численних публікацій [1,2,3,4,5].

Менеджмент як цілісна концепція «помер» десь на стику 80-х і 90-х років, коли серйозно змінилося конкурентне середовище. Єдиний універсальний

закон в менеджменті сьогодні - прагнути бути іншим. Переважна більшість рішень, яким 10-15 років, сьогодні взагалі не мають сенсу [2].

Сучасний діловий світ настільки складний, що спробувати досягнути його в рамках концепцій прошлого століття навряд чи можливо. У той же час, поява безлічі конкуруючих між собою підходів, шкіл, функціональних і галузевих напрямків - саме по собі є одним з багатьох парадоксів менеджменту [4].

Яка ж роль менеджменту в сучасному світі? Людство «винайшло» дві важливі речі для власного розвитку - це технологія і організація. На рубежі ХІХ-ХХ ст. в промисловому виробництві розвинених країн відбулися серйозні зрушення, обумовлені технологічним проривом і розвитком організації як соціального інституту.

Зміни умов виробництва зажадали настільки ж докорінної зміни управління виробництвом. Саме в цей історичний період набуває розвитку підприємництво як соціальний інститут, широкого розповсюдження набувають різні форми організацій, особливо в сфері виробництва; в професійному середовищі зайшла мова про менеджмент, як новий крок у суспільному розподілі праці.

Менеджмент виявився великою соціальною інновацією ХХ століття, яка стала джерелом прогресу. Завдяки спрямуванню людської енергії, ініціативи, інтелекту в потрібному напрямку організація досягає дивовижних результатів.

В процесі еволюції виробничих систем зокрема, і суспільства в цілому, змінювалися погляди на управління і використовувалися різні ідеї для підйому продуктивності праці, раціональність застосування яких була підтверджена практикою впродовж тривалого часу (таблиця 1).

Таблиця 1-Хронологія наукових підходів до управління

Роки	Наукові підходи
5 тис. років до н. е.	Шумери. Писемність, реєстрація фактів
3 тис років до н.е.	Стародавній Єгипет. Децентралізація в організації управління, письмові запити, використання рекомендацій «штабу»
І тис. років до н.е.	Китай. Визнання необхідності організації, планування, спеціалізації, керівництва і контролю, як специфічних взаємозалежних операцій
400 років до н.е. 284 рік до н.е.	Сократ. Формулювання принципу універсальності управління. Ксенофонт. Визнання управління як особливого виду мистецтва. Платон. Формулювання принципу спеціалізації. Диоклетіан. Делегування повноважень
1436 р.	Арсенал Венеції. Облік витрат виробництва. Чеки і баланси для контролю, присвоювання номерів при інвентаризації, використання методу конвеєра, контроль товарних запасів і собівартості
1767 р	Адам Сміт. Застосування принципу спеціалізації до промислових робітників, розрахунок оплати праці, потреби «економічної» людини
1810 р.	Роберт Оуэн. Узагальнення особистого досвіду управління, відповідальність за підготовку робітників, соціальна відповідальність бізнесу
1861 р	Карл Маркс. Дослідження генезису капіталу, процесу праці і збільшення вартості, робочого дня і його границь, кооперації, поділу праці, мануфактури, форм і систем заробітної плати й ін

Роки	Наукові підходи
1886 р.	Генрі Таун. Обґрунтування та концептуальні основи міста і ролі менеджменту в організації. Праця «Інженер як економіст»
1900—1911 рр.	Фредерік Тейлор. Розробив основи наукового менеджменту. Досліджував витрати робочого часу, увів подвійну систему оплати робіт, указав місце і роль менеджера у функціонуванні організації. Макс Вебер. Принципи раціональної бюрократії
1910 р.	Хьюго Манстерберг. Застосування принципів психології в практиці менеджменту
1916 р.	Анрі Файоль. Управління як особливий вид діяльності: технічна, комерційна, фінансова, забезпечення безпеки виробництва. Розробив принципи управління, від яких залежить успіх організації, указав на необхідність викладання менеджменту як спеціалізованого курсу
1927 - 1938 рр.	Елтон Мэйо. Соціологічна концепція групових устремлень, перенесення центра уваги з виробничих задач на людину, школа людських відносин, мотиви людської діяльності. Мері П. Фоллет. Філософія менеджменту, заснована на індивідуальній мотивації, груповий підхід до вирішення проблем. Честер Бернارد. Теорія організації, соціологічні аспекти менеджменту
1939— 1962 рр.	Канторович Л.В., Новожилов В. В., Кумпас Т., Данциг Дж., Струмилін С.Г. ін. Лінійне програмування, математичне моделювання, теорія ігор, застосування системи матеріальних балансів, методів побудови індексу продуктивності праці, нормативних моделей. Норберт Вінер йін. Упор на системний аналіз і теорію інформації
1950-1960 рр.	Друкер П.Ф. Загальний практичний менеджмент. Обґрунтував принципи теорії менеджменту з позицій практики управління бізнесом
1960 р.	Дуглас Мак-Грегор. Довів, що відношення менеджера до підлеглих істотно впливає на продуктивність їх роботи і клімат в організації. У теорії «Х» затверджував пріоритет контролюючого менеджера, у теорії «У» — принцип поділу відповідальності
1960 -1965 рр.	Бір С. Модель життєздатної організації. Кібернетичний підхід до менеджменту. Зараз розвивається із залученням теорії систем, науки про складність, аутопоєсиса, синергетики. Ігор Ансофф. Модель стратегічного планування
1972 р.	«Тойота», Японія. Виробнича система Тойоти (канбан, точно в час, автономізація виробництва.) TPS - Toyota Production System . Японія. TPM - Total Productive Maintenance. QFD - Quality function deployment, СФК – Структурування функції якості. Один з підходів до організації процесу планування, призначений для добування інформації про те, що насправді хоч споживачі перетворення того, що хоч споживач, внапрямки та дії, які змогли б розгорнутися по горизонталі від планування, через інженерні опрацювання до виробництва
1975 р.	Генрі Мінцберг. Аналіз організаційних структур від машинної бюрократії до «адхократії»
1980 р.	Фейгенбаум А., Демінг Э. TQM – Total Quality Management. Загальний менеджмент на основі якості, принципи викладені в стандарті ISO 9004:2000. «Motorola». Управління на основі модифікованих статистичних методів. Решке Х.,

Роки	Наукові підходи
	Шелле Х. Бірн Дж. (амер.), Шапіро В.Д (рос.). Поєднання орієнтації на споживача з залученістю персоналу привело до створення проектного стилю управління. При цьому як бізнеси, так і організації, і жорстка вертикальна ієрархічна структура управління, що виникла на початку цього століття в результаті процесу поділу управлінської праці, змінюється гнучкою матричною (площинною) організацією
1981 р.	Г. Кунц і С. О'доннел. Дослідження системного і ситуаційного підходів до управлінських функцій
1985 р.	Р- Акофф. Стратегічне планування розвитку фірми, корпорації
1986—1990 рр.	Посилення уваги американських і японських менеджерів до організаційної культури. QMS – Quality Management Systems. Система менеджменту якості. Сенге П.М. Розробив принципи глибоких змін-організаційних реформ, входять до досягання змін цінностей, прагнуть поведінки людей при одночасній зміні процесів, методів, стратегій і систем. Хаммер М., Чампи Дж (ам.) Ойхман Е.Г., Попов Э.В. (рос.). Реінжиніринг .
1990—2000 рр.	Нові підходи до визначення ролі технічної і технологічної бази сучасного виробництва і сфери послуг. Посилення уваги у всіх країнах до організаційної культури і демократизації управління. Бенчмаркінг. Навчання стає формою життя

[авторська розробка]

Але положення менеджменту минулого століття, які вже стали традиційними і підтвердили свою практичну ефективність, в умовах «зовнішніх» змін, втрачають, все далі, свою актуальність.

Узагальнюючі, можна визначити низьку найсуттєвіших рис, які визначають спрямованість змін в менеджменті на початку ХХІ століття (таблиця 2).

Таблиця 2-Основні положення традиційного і сучасного менеджменту

	<i>Положення традиційного менеджменту</i>	<i>Положення сучасного менеджменту</i>
<i>Основна увага менеджменту</i>	продуктивність, постійний контроль за ефективністю діяльності підприємства, координація всіх існуючих підрозділів	постійний пошук і освоєння нових ринків, формування цінностей окремих осіб, цілих організацій і суспільства
<i>Основне завдання менеджера</i>	формування добре налагодженої системи з чіткою ієрархією і відповідними відносинами відповідальності.	надання переваги корпоративній погодженості - "горизонтальній" організації з відносною відповідальністю, що формує клімат довіри між працівниками різних рівней управління, робити знання більш продуктивними
<i>Головна функція менеджера</i>	управління бізнесом. Бізнес є винятковою справою підприємця	підприємницька, інноваційна
<i>Соціальні обов'язки</i>	є стримуючими факторами й обмеженнями, покладеними на менеджмент	відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в

	<i>Положення традиційного менеджменту</i>	<i>Положення сучасного менеджменту</i>
		гармонійному співіснуванню, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем - складова стратегія розвитку
<i>Найвище досягнення менеджменту</i>	зробив робітника продуктивним	забезпечення ефективної організації виробництва товарів і послуг з урахуванням потреб споживачів, забезпечення стабільного становища на ринку

[авторська розробка]

Однак, ключова зміна в системі менеджменту пов'язана з тим, що кадри стають важливіше бізнес-процесів, тобто саме особистісні зміни стають ключовим фактором успіху та ефективності сучасного менеджменту. Сучасні умови вимагають від керівника виробити послідовний і інтегрований підхід до розвитку як персональної, так і міжособистісної ефективності.

За думкою Кевіна Робертса, найважливіше, що у нас залишається після «смерті» менеджменту, маркетингу і стратегії - це емпатія [1].

Емпатія - це здатність щиро співпереживати іншій людині, його проблемам, його душевному стану. Емпатія викликає щире бажання допомогти. Емпатія - це те, що повинно стати новим драйвером економіки надіндустріальної епохи. Емпатія - це те, що повинно прийти на зміну маркетингу і рекламі в епоху, коли стратегія померла.

Висновки. У новому світі перемагають не владні лідери, а креативні. Саме на цій основі будується безліч нових концепцій менеджменту. З цього випливає: щоб бути ефективним в сучасному світі, бізнесу важливо володіти новими якостями і здібностями. Єдиний спосіб подолати труднощі, які виникають в усе більшому масштабі - це навчитися діяти в нових умовах, необхідно змінити себе. Паритетність відносин, а відповідно - пошук нових інструментів управління - ось ключ не тільки до виживання в сучасному світі, а й процвітання.

Для кожної епохи – свій менеджмент. Беріть на озброєння нові інструменти [5].

Література

1. Кевин Робертс «Менеджмент умер. Маркетинг умер. Стратегия умерла». Лекция. // <https://republic.ru/posts/1/821687>
2. Виханский О. Менеджмент мертв. Следующий — маркетинг // "Коммерсантъ Деньги". 2002.- №6.- стр. 41
3. Ричард Фарсон «Менеджмент абсурда».:Софія, — 2006, 192 с.
4. Фаткин Л. Утопии, міфи та ілюзії менеджменту // Проблеми теорії і практики управління. - 2001. - N5. - С. 92-96)
5. Романов И. Менеджмент военного времени //Управление компанией.- 2009. <https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=005722>

СУЧАСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ

Брайко М.Г., ст. викладач, Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

В процесі прийняття рішення про купівлю товару споживач діє на підставі наявного досвіду щодо взаємодії з даним товаром у минулому. У разі відсутності такого досвіду споживач звертається до думки тих людей, яких вважає експертами у даному випадку.

Збільшення обсягів збуту товару є одним з багатьох завдань маркетолога. Здійснити яке можливе за умови ретельного вивчення споживачів, їхнього ставлення до товару, торговельної марки тощо, причин купівлі або відмови від купівлі та багатьох інших чинників. Сьогодні одним з найпопулярніших методів дослідження споживачів є опитування, проте фахівці вважають, що його простота та доступність не перекриває низької достовірності результатів [1, 97-98]. За надійністю результатів лідерами є спостереження та глибинне інтерв'ю. Основним недоліком спостереження є те, що далеко не завжди воно можливе та не дає повної інформації про причинно-наслідкові зв'язки. Отже, найбільш достовірним, достатньо швидким та економічним є метод глибинного інтерв'ю.

Так, для визначення моделей споживацької поведінки покупців жувальної гумки у листопаді 2018 року нами було проведено серію глибинних інтерв'ю зі студентами 3-5 курсів Одеської національної академії харчових технологій [2, 44-46]. Було розроблено сценарій проведення та відібрані респонденти серед числа студентів ті, що мають великий досвід у купівлі та споживанні даного товару.

В результаті обробки інтерв'ю чоловіка віком 21 рік, що мешкає в Одесі з батьками, на кишенькові витрати отримує від 7 до 11 тис.грн. на місяць, описано поведінку покупця жувальної гумки через модель 4P (Product, Price, Place, Promotion) та виділено споживацькі інсайти, що пояснюють поведінку в певних ситуаціях.

Product. Має свій улюблений смак. Частота покупки: 1 раз на тиждень, частота споживання – 1-2 на день. Мета покупки: прибрати запах тютюну, якщо нервує, як замітник десерту. За смаком має бути баланс солодкого, кислого та свіжого.

Price. Прийнятна ціна за пачку жувальної гумки не більше 20 грн.

Place. Купує жувальну гумку у супермаркеті разом покупками товарів для дому.

Promotion. Пам'ятає мультиплікаційні рекламні відеороліки. Звертає увагу на відео з футболістами. На промо акції майже не звертає увагу.

Інсайти, що було визначено:

1. Жувальна гумка не є товаром першої необхідності.
2. Не маючи купюр необхідного номіналу, відмовиться від купівлі щоб не вислуховувати претензії продавця про відсутність решти.
3. Жувальна гумка допомагає заспокоїтися під час стресової ситуації.

4. Жувальну гумку доцільно використовувати як замітник солодощів: смак солодкий, калорій мало.
5. Не доцільно витратити на жувальну гумку більше 30 грн.
6. Якщо відсутній улюблений смак, то звертає увагу на новинки даної торгової марки.
7. На новинки звертає увагу, але купує тільки за прийнятною ціною.
8. Спеціально за жувальною гумкою до магазину не піде.
9. Нову пачку доцільно відкривати збоку обережно. Відкривати так, як пропонує виробник незручно: одразу випадає дві подушечки.

Визначено бар'єри щодо купівлі жувальної гумки, які відчуває даний респондент:

- відсутність улюбленої торговельної марки жувальної гумки у тютюнових кіосках;
- небажання іти в інші магазини за жувальною гумкою;
- відсутність дрібних грошей для купівлі без решти;
- необхідність шукати куди викинути жувальну гумку.

Результатом обробки отриманої інформації щодо споживчого досвіду буде профіль споживача за А. Остервальдером [3], що передбачає визначити його вигоди (радощі), проблеми (небажані результати, перепони) та задачі (функціональні, соціальні, емоційні, додаткові та контекстні). На основі даного профілю доцільно приймати подальші маркетингові рішення щодо удосконалення товару, ціни, каналів розподілу та просування.

Література

1. Череп О.Г., Меренкова В.В. Методи дослідження ефективності маркетингових досліджень // Формування ринкових відносин в Україні, № 4 (167)/2015, с. 96-98.
2. Брайко М.Г., Радіонова А.К. Глибинне інтерв'ю як інструмент дослідження споживацького досвіду // La science et la technologie à l'ère de la société de l'information: coll. de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» з avec des matériaux de la conf. scientifique et pratique internationale, Bordeaux, 3 mars, 2019. Bordeaux: OP «Plateforme scientifique européenne», 2019. V.1. p. 106.
3. Остервальдер А. Разработка ценностных предложений: Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг... / А. Остервальдер, И. Пинье, Г. Бернарда, А.Смит.: Пер. с англ. – М.: Альпина Паблицер, 2015. – 312 с. – (Серия: Модели менеджмента ведущих корпораций)

СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХЛБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

**Корсікова Н.М., к.е.н., доцент каф. менеджменту і логістики
Поросюк І.А., магістр факультету менеджменту, маркетингу і логістики
Одеська національна академія харчових технологій**

Як відомо в Україні: «Хліб – усьому голова», тому і недивно, що хлібопекарська промисловість нашої країни займає лідируючу позицію серед усіх галузей промисловості. Її структуру формують хлібопекарські підприємства, які задовольняють потреби усіх верств населення. В Україні нині працюють 400 потужних хлібо заводів, 500 невеликих підприємств та понад 1000 міні-пекарень.

Кожного року вітчизняні підприємства виготовляють близько 1,8 млн тон хліба та хлібобулочних виробів. Найбільшу частку ринку займають традиційні сорти хліба з пшеничного борошна. Однак щороку на українському ринку хліба та хлібобулочних виробів спостерігається зниження виробництва і споживання традиційних масових сортів хліба. Відбувається перерозподіл переваг споживачів: попит зміщується в бік хлібобулочних виробів, що володіють додатковими перевагами, які відрізняються оригінальністю рецептур, форм, декору та упаковки. Зростаючий з кожним роком споживчий інтерес до здорового способу життя і, відповідно, здоровому харчуванню сприяє структурній зміні в раціоні харчування людини.

Багато хлібобулочних підприємств постійно працюють над оновленням асортименту, розробляють нові види продукції, при цьому враховують, як харчову, енергетичну цінність продукту, так і лікувально-профілактичне призначення.

Досліджуючи сучасний стан підприємств хлібопекарської промисловості, можна спостерігати тенденцію до спаду обсягів виробництва. Справа в тому, що продаж хлібобулочних виробів залежить від чисельності населення, а вона, як свідчать дані скорочується - 41,9 млн осіб (без урахування окупованих територій (Криму, Севастополя та частини Донбасу)). Крім того, структура харчування людей змінюється - люди починають слідкувати за своїм раціоном харчування, тому намагаються купувати менше хліба та різноманітної випічки і приділяють увагу менш калорійним продуктам харчування: овочам та фруктам. Також на спад обсягів виробництва впливає низька купівельна спроможність українців, порівняно з 2016 роком ціна на хліб збільшилась.



Джерело: Державна служба статистики України

Рис.1 – Динаміка індексу споживчих цін на хліб в Україні в 2016-2018р.

Виробники пояснюють підвищення цін на хлібобулочні вироби зростанням вартості інгредієнтів та енергоресурсів. Невидно, що все більше українців воліють купити борошно і всі необхідні інгредієнти та приготувати

випічку в домашніх умовах, доповнюючи цим неврахований тіньовий сектор ринку. Також проблемою для багатьох хлібопекарських підприємств є застарілість технологій виробництва і матеріально-технічна база підприємства. Понад 65 % обладнання пекарської промисловості фізично зношене та застаріле [3]. Все це свідчить про не ефективне використання виробничих і трудових ресурсів підприємств цієї галузі. Для ефективного вирішення проблем на ринку хлібопекарської галузі потрібно запропонувати такі дії:

- Провести оновлення основних виробничих фондів на хлібних підприємствах (впершу чергу верстатів і устаткування);
- нарощувати обсяг інвестицій, що дозволяє вести наукові розробки, а також направляти кошти на технічне і технологічне вдосконалення галузі;
- направити регіональні зусилля на виробництво хліба для різних категорій здоров'я людей.

Таким чином, для того, щоб забезпечити більший обсяг виробництва хлібопекарської галузі необхідно оновити застаріле обладнання, модернізувати машини, залучати інвестиції в виробництво.

Література

1. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності у січні-березні 2018 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/org/org_u/org0318_u.htm
2. Терентьев, Н.Т. Виробництво і ринок хліба в 2008 р. [Текст] / Н.Т. Терентьев // Хлібопекарська Росії. -2009. -№2. - С.10.6. Шапошников
3. Гаранина В. В. Основні тенденції розвитку хлібопекарської галузі в сучасних умовах // Молодий вчений. - 2018. - №50. - С. 122-123.
4. Алфьорова А. Ринок хліба та хлібобулочних виробів: реалії, перспективи, тенденції розвитку / А. Алфьорова., 2016. – 60с.

НАУКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

**Корсікова Н.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики
Туренко Я.О., магістр факультету менеджменту, маркетингу і логістики
Одеська національна академія харчових технологій**

Сьогодні однією з головних проблем і, одночасно, задач органів державної влади стає нестача, недостатня кваліфікація, та неефективність праці державних службовців. Саме тому актуальним є підвищення роль менеджменту людських ресурсів в органах виконавчої влади.

В останні роки почалися інтенсивні наукові дослідження в напрямку розробки ефективних механізмів формування та реалізації системи управління персоналом в сфері публічного адміністрування, та організації їх праці. Без цього очікуваний ефект від реформування системи державної влади може бути не досяжним [1].

Наукова організація праці виступає системою узагальнених знань, яка

дозволяє здійснити оптимальну організацію управлінської праці, забезпечити високу продуктивність праці робітників за допомогою розвитку та досягнень сучасної науки та технологій. Особлива увага приділяється підвищенню ефективності організації праці управлінських кадрів в сфері публічного адміністрування. А вже саме від керівника, його вміння організувати свою роботу і роботу підлеглих, залежить результативність роботи всієї організації.

Серед основних напрямків наукової організації управлінської праці (НОУП) в органах державної влади і місцевого самоврядування можна виділити:

Впровадження оптимальної системи та правильний розподіл структури державних органів, що включають в себе:

а) раціональна відповідність між структурою органів публічної влади і їх посадовими інструкціями;

б) досягнення доцільного співвідношення між посадовими особами і технічним персоналом, між галузевими й функціональними підрозділами апарату;

в) забезпечення правильного розподілу праці в залежності від здібностей, навиків та класифікації державних службовців.

Удосконалення підготовки та підвищення кваліфікації кадрів:

а) залучення науково-дослідних установ, фахівців, котрі зможуть проводити семінари або тренінги для покращення кваліфікації та проводити атестацію співробітників;

б) організувати перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників на підприємстві з метою освоєння кожним працівником суміжної професії;

в) забезпечення раціонального підходу за виконанням прийнятих рішень за допомогою контролінгу.

Удосконалення системи планування, у тому числі:

а) удосконалення нормування часу;

б) взаємозв'язок і координація поточних планів;

в) раціональне поєднання поточного й стратегічного планування.

Удосконалення навиків роботи з інформацією:

а) залучення до використання технічних засобів впродовж робочого часу, що надасть можливість ефективно виконувати поставлені завдання;

б) належне обладнання службових приміщень з урахуванням вимог Кодексу законів про працю в Україні.

Удосконалення роботи з кадрами, покращення соціально-психологічного клімату і культурно-етичних основ управління, в тому числі:

а) створити у колективі позитивний психологічний клімат, проводити заходи, що зміцнюють колектив та підсилюють його організаційну культуру

б) забезпечення неухильного дотримання трудової дисципліни, морально-етичних норм, розвивати змагальну та здорову конкуренцію між працівниками;

в) стимулювання й розвиток особистої ініціативи працівників, творчого підходу до виконання покладених обов'язків;

г) створити систему додаткового матеріального заохочення всіх

працівників, які працюють в святкові дні [2].

Отже, в рамках дослідження відображено загальну картину першочергових напрямів і заходів удосконалення наукової організації управлінської праці в органах державної влади, які дозволять підвищити продуктивність службовців, сприятимуть покращенню соціально-економічного становища країни.

Література

1. Організація праці державних службовців на сучасному етапі. // Ефективність державного управління. – 2013. – №35. – С. 48.

2. Наукова організація управлінської праці в органах державної влади, її основні вимоги [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://radnuk.info/pidrychnuku/bydivnusttvo/482-bydivnutstvo>

ПЕРЕДУМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ХОЛДИНГІВ УКРАЇНИ

**Дідух С.М., к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій**

В Україні заявлено амбітну мету – зростання ВВП на 40% упродовж п'яти років [1]. Серед науковців йде дискусія щодо того, який сектор економіки може стати двигуном заявленого зростання [2]. Одним із локомотивів прискорення української економіки має стати АПК – саме тут зафіксоване істотне покращення основних показників за останні роки: від зростання врожайності до збільшення валютної виручки [3].

Провідну роль у розвитку АПК в останнє десятиліття відігравали агропромислові холдинги, які впроваджували технологічні організаційно-економічні інновації та досягли значних успіхів [3, 4]. Однак, у сучасних умовах існує ряд факторів, які можуть негативно вплинути на стан та динаміку розвитку агропромислових холдингів, що відповідно може завадити досягненню заявленого зростання ВВП України.

Тому мета даної роботи – окреслити передумови та напрями трансформації стратегії розвитку агропромислових холдингів України в сучасних умовах.

Становлення та активне зростання агропромислових холдингів України відбулось в силу цілої низки сприятливих для них факторів:

1. Неврегульовані правові відносини щодо прав користування землею, низька вартість оренди землі – стали передумовами стрімкого збільшення земельного банку.

2. Різне зниження курсу національної валюти призвело до збільшення доходів від експорту у гривневому еквіваленті.

3. Порівняно низькі операційні витрати (на заробітну плату, добрива, паливо) підвищували конкурентоспроможність продукції порівняно із

імпортними аналогами.

4. Спрощення умов виходу на ринок ЄС.

5. Сприятливе податкове законодавство – єдиний сільгосп. податок та відсутність ПДВ.

Використавши існуючий потенціал для розвитку, агропромислові холдинги зайняли домінуюче місце у деяких галузях (виробництво м'яса птиці, яєць, рослинної олії тощо), провели технічне переозброєння та стали помітними гравцями на світових ринках сировини та капіталу.

Однак, на сьогоднішній день відбуваються зміни у зовнішньому середовищі агропідприємств, які можуть стати каталізатором швидкої зміни місця агропромислових холдингів. Серед найбільш важливих слід відмітити такі:

1. Відкриття можливості купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення може суттєво вплинути на розмір угідь в управлінні агрохолдингів, призведе до зростання вартості оренди та відповідно до зниження фінансових результатів.

2. Зміни у законодавстві щодо оподаткування сільськогосподарських підприємств та експорту агропродукції, зміна правил розподілу субсидій зменшують чистий прибуток холдингів.

3. Активна урбанізація та еміграція негативно впливають на кадровий потенціал сільськогосп. підприємств.

4. Збільшення рівня відкритості економіки України – вихід на ринок компаній світового масштабу може посилити конкуренцію, що стане тестом на стійкість моделі господарювання низки агропромислових холдингів.

5. Зростання вартості добрив та пального переважно імпортного виробництва.

6. Посилення курсу національної валюти зменшує прибутки від експорту.

7. Високе боргове навантаження більшості агрохолдингів. Зовнішні запозичення, які дозволяли активно розвиватись раніше, у поточних умовах є фактором, що негативно впливає на фінансову стійкість компаній.

Перелічені фактори свідчать про те, що у нових умовах агропромислові холдинги потребують трансформації стратегії розвитку, використання нових концептуальних підходів та орієнтирів. Одним із шляхів подальшого розвитку, на наш погляд, може стати використання концепцій сталого та інклюзивного розвитку, зміна стратегічного вектору – від розвитку «назовні» до розбудови власного потенціалу «в середині».

Ключовим для цього мають стати зміна принципів розподілу економічних результатів діяльності, свідоме збільшення відрахувань на розвиток інфраструктури, розвиток кадрового потенціалу та залучення найбільш продуктивного персоналу до участі у капіталі компаній, будівництво принципово нових відносин із землевласниками тощо. На нашу думку, у короткостроковій перспективі такі кроки можуть негативно вплинути на фінансові показники агропромислових холдингів, однак у стратегічному аспекті – підвищать стійкість компаній та дадуть нову якість моделі

господарювання.

Література

1. Новий уряд планує зростання економіки на 40% за 5 років // Економічна правда: [Веб-сайт]. Київ, 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/2/651164/> (дата звернення: 18.09.2019).
 2. Гайдуцький П. Зростання ВВП на 40%: як неможливе зробити можливим? // Дзеркало тижня: електрон. версія газети. 2019. Випуск №34. 14-20 вересня. Київ. URL: <https://dt.ua/gazeta/issue/1215> (дата звернення: 18.09.2019).
 3. Українські аграрії вийшли в лідери за обсягами експорту та валютної виручки – частка 39% // Agroportal: [Веб-сайт]. 2019. URL: <http://agroportal.ua/ua/news/ukraine/ukrainskie-agrarii-vyshli-v-lidery-po-obemam-eksporta-i-valyutnoi-vyruchki/> (дата звернення: 30.09.2019).
 4. Дідух С.М. Розвиток агрохолдингів України в сучасних умовах: здобутки і виклики // Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 жовтня 2018р. Одеса: ОНАХТ. 2018. С. 109–111.
- Калюжний О. Новий етап еволюції українських агрохолдингів? // Agroportal: [Веб-сайт]. 2019. URL: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/novyi-etap-evolyutsii-ukrainskikh-agroholdingov/> (дата звернення: 30.09.2019).

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ (СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ)

Кулаковська Т.А., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Сучасні складні умови господарювання унеможлиблюють розвиток економіки лише на ринкових засадах та потребують адекватного втручання у цей процес держави. Історичний досвід розвитку інших країн, як розвинутих, так і тих, що розвиваються, показує ефективність саме змішаних систем розвитку економіки.

Метою державного регулювання економіки є забезпечення умов для сталого та збалансованого розвитку як економіки в цілому, так і окремих її складових частин (секторів). Держава має здійснювати регуляторний вплив на економіку країни використовуючи грошово-кредитну, бюджетну, податкову, цінову, антимонопольну, інвестиційну, зовнішньоекономічну та інші види політики з урахуванням циклічності розвитку глобальної економічної системи.

На рис. 1 наведена авторська модель концептуального підходу до державного регулювання розвитку економіки.

Першим етапом реалізації методології державного регулювання економіки (або сектору економіки) є прогнозування циклічності розвитку з

використання *LPPL*-моделей. Метою даного етапу є визначення точок біфуркації, амплітуди циклічних коливань, періодів спаду та підйому економіки.

Алгоритм побудови системи державного регулювання розвитку економіки
1 етап - Прогнозування циклічності розвитку економіки (сектору економіки) з використання <i>LPPL</i> -моделей, визначення точок біфуркації
2 етап - Планування темпів розвитку економіки (сектору економіки), визначення майбутніх відхилень від прогнозних значень, окреслення часових точок впливу держави на розвиток економіки
3 етап - Відбір секторів економіки, які мають стати підйомом розвитку для інших секторів, для впливу на їх розвиток держави
4 етап - Визначення критеріїв вибору методів державного регулювання економіки залежно фази економічного циклу та впливу на ринкові чинники (попит та пропозицію)
5 етап - Розробка системи показників та моделей впливу методів державного регулювання на економіку країни, бізнес та споживачів (без урахування ефекту синергії)
6 етап - Поєднання різних методів державного регулювання економіки залежно від фази економічного циклу та розробка моделі оцінки ефекту синергії
7 етап - Розробка комплексу превентивних заходів державного регулювання економіки залежно від фази економічного циклу для отримання максимального ефекту
8 етап - Визначення організаційно-економічного механізму реалізації заходів державного регулювання розвитку економіки (сектору економіки)

Рис. 1. Алгоритм реалізації концептуального підходу до державного регулювання розвитку економіки

На другому етапі відбувається планування очікуваних темпів економічного розвитку країни (або сектору економіки) у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі. Передбачається побудова лінії тренду розвитку економіки без урахування циклічності. Метою даного етапу є визначення відхилень у розвитку економіки за *LPPL*-моделлю від лінії тренду для встановлення періодів активного та помірною впливу держави на розвиток економіки.

На третьому етапі здійснюється відбір секторів економіки, які мають стати підйомом розвитку для інших секторів, для впливу на їх розвиток держави.

На четвертому етапі надається характеристика методам державного антициклічного регулювання економіки з урахуванням трьох критеріїв: 1) прямого чи непрямого характеру впливу; 2) механізму впливу на фази розвитку

економіки; 3) впливу на ринкові чинники (попит та пропозицію) та визначаються критеріїв вибору методів державного регулювання економіки на кожному відповідному етапі розвитку економіки.

На п'ятому етапі здійснюється розробка системи показників та моделей впливу заходів державного регулювання на економіку країни, бізнес та споживачів (без урахування ефекту синергії).

На шостому етапі надається характеристика ефектів від поєднання різних методів державного регулювання економіки залежно від фази економічного циклу. Розробляються моделі оцінки ефекту синергії від різних видів поєднання заходів державного впливу на економіку країни.

На сьомому етапі розробляється комплекс превентивних заходів державного регулювання економіки залежно від фази економічного циклу для отримання максимального ефекту у розвитку економіки (сектору економіки).

Наприкінці визначається організаційно-економічного механізму реалізації концепції державного антициклічного регулювання розвитку економіки (або сектору економіки).

Такий підхід державного регулювання економіки (сектору економіки) реалізується на основі дотримання таких принципів як системність, збалансованість, диференційований підхід до важелів впливу та точок впливу, врахування синергії ефекту та ін.

Реалізація концептуального підходу до державного регулювання розвитку економіки спрямована на дотримання балансу впливу ринкових факторів на економіку та державного регулювання економіки з посиленням ролі держави у кризові періоди розвитку.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ РИБОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

**Самофатова В. А., д.е.н., професор, Ганусовський В.О., магістр
Одеська національна академія харчових технологій**

Рибопереробна промисловість України традиційно є однією з найважливіших у забезпеченні продовольчої безпеки України, а в цілому рибна галузь дає значну частку доходів і податків до державного бюджету.

На даний час, перед галуззю постає проблема невідповідності сучасним світовим технологіям реалізації рибних продуктів, що поставляються у живому та охолодженому стані.

Рибна промисловість України є дуже важливою, вона забезпечує населення не тільки харчовими продуктами, але й продуктами комбікормового виробництва, адже переробляючи, наприклад, рибу, можна отримати якісну добавку до комбікорму тварин різних груп. Саме це і зумовило актуальність теми дослідження переробки рибних продуктів у харчові та кормові цілі, а також дослідження проблеми з точки зору інвестиційної привабливості такого бізнесу.

Вітчизняний ринок рибної продукції дуже імпортозалежний, в Україну консервовану, готову рибу та рибні продукти поставляють із Норвегії, Естонії та Китаю.

Що стосується експорту, у 2017 році було вивезено продукції на суму 63650,1 т на загальну суму 65579,9 тис. доларів США, основними споживачами є Молдова, Польща та Казахстан.



Рис.1 – Обсяги імпорту за роками, тис. тонн

З рис 1. видно, що обсяги імпорту у 2018 році у порівнянні з 2014 значно зменшились, що свідчить про позитивну тенденцію у бік виготовлення та споживання вітчизняної продукції, адже акваторія України також багата на різноманітну рибу та морепродукти. Ще однією причиною зниження обсягів імпорту могла стати девальвація національної валюти і, зрештою, зниження купівельної спроможності населення. Через це, українці стали споживати менше закордонної продукції, яка через митні витрати є завжди дорожчою за вітчизняну.

Говорячи про споживання рибної продукцію в Україні в цілому, варто розглянути обсяги споживання на душу населення. Враховуючи імпорт рибної продукції у розмірі 320000 тонн у 2018 та обсяг власної продукції у розмірі 90000 тонн, на одного українця на рік припадає близько 9,8 кг морепродуктів (враховуючи населення України у розмірі 42 млн. осіб), причому норма споживання на 1 особу становить – 14 кг.

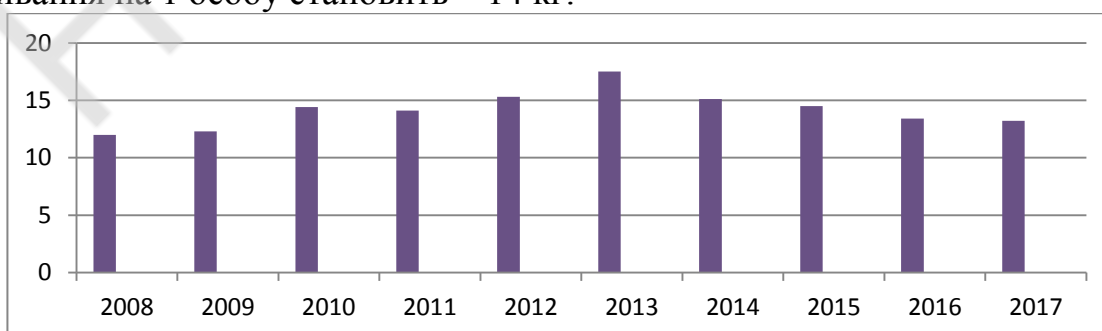


Рис. 2 – Динаміка споживання рибних продуктів

Враховуючи данні аналізу ринку, раціонально зробити припущення, що в подальшому, при зростанні доходів населення та стабільній національній валюті ринок риби та морепродуктів в Україні стабілізується та збільшаться обсяги імпорту та споживання даного виду харчових продуктів.

На сьогоднішній день українська рибна промисловість потребує залучення інвестицій, у тому числі й іноземних. Для цього держава та підприємства повинні рухатися у наступних напрямках:

- використання системного підходу до розробки інвестиційно-інноваційних проектів, що потребують залучення коштів;
- всебічне вивчення ринку риби та потреб населення як в Україні так і за кордоном;
- вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища, що можуть вплинути на ефективність реалізації інвестиційних проектів;
- вибір ефективних методів управління системою.

Однією з причин низької інвестиційної привабливості рибної промисловості України є застарілість обладнання, що використовується і при вилові, і при виробництві риби. Фінансова нестабільність, висока капіталомісткість та низька продуктивність праці зумовили погіршення стану ринку та, звісно, зниження інвестиційних грошових потоків. Такий стан ринку потребує реорганізації не тільки за рахунок залучення коштів, але й за рахунок впровадження принципово інноваційної діяльності у галузь.

Також причиною зміни інвестиційного клімату могла стати сукупність політичних, правових, соціальних та економічних факторів.

У висновках зазначимо, що на даний час ринок риби та морепродуктів в Україні хоч і потребує реформування, та все ж, Україна має досить власних водних ресурсів, аби забезпечити населення високоякісною та корисною рибною продукцією.

Для покращення інвестиційної привабливості ринку рибних морських та річкових продуктів рекомендовано вжити наступних заходів:

- сприяння забезпечення стабільного попиту на рибну продукцію виготовлену за оновленими технологіями;
- забезпечення державою захисту інвестицій;
- зміна системи оподаткування харчових підприємств, аби заохотити залучення інвестицій;
- розвиток інфраструктури, що у свою чергу сприятиме зниженню цін на внутрішньому ринку;
- розвиток системи страхування.

Література

1. Борщ Л.М. Інвестування: теорія і практика: Навч. посіб. / Борщ Л.М. – К.: Знання, 2005. – 470 с
2. Васюкова Г. Т. Економічні перетворення у розвитку рибного господарства // Економіка АПК. - 2005. - № 1. - С.25-28
3. Вдовенко Н.М. Рибне господарство України в умовах глобалізації економіки: Монографія / Н.М. Вдовенко // К.: ЦП Компринт, 2016. — 476 с.
4. Вдовенко Н.М. Роль держави в економічному і соціальному розвитку суспільства / Інноваційна економіка: зб. наук. праць. — Тернопіль: Тернопільський інститут АПВ, 2011. — Вип. 3 (22). — С. 249–253

5.Гринжевський М. Аквакультура України: стан та перспективи розвитку // Вісник аграрної науки. - 2002. - № 4. - С.34-38

6. Діброва А.Д. Механізм бюджетної підтримки сільського господарства України / А.Д. Діброва // Агросвіт. — 2007. — № 15. — С. 6–11.

7. Цигилик І.І. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навч.посіб. / І.І.Цигилик, М.М.Білий, С.О.Кропельницька. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.

РИНОК ЗЕМЛІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ. НОВИЙ ЗАКОНОПРОЕКТ

**Татарик Е.П., викладач кафедри економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій**

Новий законопроект України про ринок землі дозволить купувати землю сільсько-господарського призначення усім бажаючим.

В цьому документі можна виділити п'ять ключових моментів.

По-перше, від часу набрання чинності закону, одночасно будескасовано заборону на відчуження земель сільськогосподарського призначення всіх форм власності [1].

По-друге, можна буде продавати землю тільки на електронних земельних аукціонах [1].

По-третє, право купівлі земельних ділянок сільсько-господарського призначення буде надано громадянам України, територіальним громадам, державі та юридичним особам, зареєстрованим в Україні [1].

Четвертий пункт – обов'язкова реєстрація цін на земельні ділянки при проведенні транзакцій [1].

П'ятий – законопроект регулює правила продажу сільсько-господарських земель банками, а також особами, яким відповідно до законодавства не можуть належати такі землі на правах власності, наприклад, іноземцям [1].

Окрім того, загальна площа сільсько-господарських земель, яка може перебувати в оренді або власності однієї особи, з урахуванням земель, які перебувають під контролем групи осіб, згідно з законодавчим документом, не може перевищувати 35 % площі угідь на території громади, не більше 15 % області не більше 0,5 % країни [1].

Новою владою України заплановано відкрити ринок землі уже наступного року, провівши до кінця 2019 року земельну реформу й демонополізувати економіку [2].

Банківська система України готова до роботи з ринком землі. Україна посідає лідерські позиції у світі за площами родючих ґрунтів та обсягами експорту агропродукції, але вона далека від повної реалізації свого потенціалу.

Розрив між можливостями і реаліями зумовлений багатьма чинниками, один з яких – це мораторій на купівлю та продаж сільсько-господарських земель.

Заборонена торгівля землею підштовхнула галузь на низьку траєкторію розвитку. У 2018 році це коштувало Україні 22,5 мільярда американських доларів.

Мораторій на купівлю-продаж сільсько-господарських земель, який з 2001 року подовжувався вже десять разів й охопив наразі понад 66 % території України [3].

Сільське господарство – це третя галузь національної економіки після промисловості й торгівлі. Частка валової доданої вартості (ВДВ) галузі у ВВП склала у 2018 році близько 10 %, хоча у 1990 році вона становила 24 %.

Значна питома вага аграрних продовольчих товарів і в загальному обсязі українського експорту. У 2018 році їх частка становила 39,3 %, зокрема, частка зерна – 15,3 %.

Сільсько-господарські землі України мають виняткову родючість, але ВДВ (валова додана вартість) у розрахунку на гектар землі, значно нижча порівняно з країнами, що мають менш продуктивні землі.

Так, у 2016 році найвищий рівень ВДВ зафіксований у Франції – 2 238 дол/га, у США – 1 414,1 дол/га, Бразилії – 1 266 дол/га, Аргентині – 773 дол/га, Канаді – 603,5 дол/га, Росії – 528 дол/га, тоді як в Україні – 415 дол/га [3].

До 2001 року вільно розпоряджатися землею як активом, включаючи право на купівлю-продаж, ніхто не забороняв. Таким чином, маючи дані на рівні господарств за 1995-2014 роки, можна зробити висновки, як відрізнялися економічні процеси в галузі доі після впровадження мораторію і чи випадкова ця різниця [3].

Вплив таких факторів як: пільгове оподаткування, інтеграція із СОТ та ЄС, макроекономічна ситуація, вплив аграрної політики, фінансова криза 2008 року, анексія Криму, індивідуальні характеристики сільсько-господарських підприємств, зміна кліматичних умов, кон'юнктура світових аграрних й аграрно-промислових ринків.

Такий підхід дооцінювання впливу мораторію має назву «дослідження подій». Він не повністю забезпечує найточніший результат, однак є наразі єдино можливим.

Наприклад, для рослинництва щорічний темп зростання продуктивності галузі міг бути на 6 % вищим за умовою відсутності мораторію.

Тобто, якби 18 років тому в Україні не запровадили мораторій, то продуктивність рослинництва могла бути приблизно вдвічі вищою.

Тваринництво – це галузь виробництва з довгим циклом, яке потребує довгострокових інвестицій, і саме мораторій є одним з чинників, що гальмують довгострокові інвестиції у сільське господарство [3].

Таким чином, зважаючи на наведені результати діагностики й аналізу, без мораторію Україна мала б помітно вищий рівень валової доданої вартості.

Отримані результати свідчать, що мораторій на купівлю й продаж земель сільсько-господарського призначення, потрібно розглядати як значне структурне зрушення, що призвело, на жаль, аграрний сектор країни на значно нижчу ступінь розвитку.

Якби не мораторій, то у 2018 році сільське господарство могло б згенерувати близько 35,9 млрд дол доданої вартості замість фактичних 13,25 млрд дол. Без мораторію, ВВП України у 2018 році міг би бути на 22,5 млрд дол або на 17% більшим від фактичного рівня. Ось яка ціна мораторію, що сплачує вся Україна.

Ситуація з відсутністю ринку землі знижує український ВВП приблизно на 1%.

Скасування мораторію на продаж землі і запровадження прозорого ринку в Україні наразі можливо зробити прозорим шляхом – через систему «Prozorro. Продажі».

Українцям не варто боятися запровадження ринку землі. Народові треба пояснити, що таке земельна реформа. Чинна ситуація не сприяє благополуччю й підвищенню якості життя людей, що працюють на землі. Той факт, що землю не можна використовувати в якості застави, не можна продати, означає, що продуктивність сільського господарства нижча, ніж могла б бути.

Виходячи із світового досвіду, Україні варто відкрити ринок землі з додатковими заходами для модерації його діяльності. Згідно із заявами уряду, закон про ринок землі України розробляється у співпраці із Світовим банком. Ринок землі не може функціонувати без будь-яких обмежень, тому варто звернути увагу на досвід розвинутих країн. Важливе завдання – створити незалежний державний регулятор, який буде забезпечувати коректну роботу земельного ринку [3].

Література

1. Ринок землі в Україні: в Верховній Раді зареєстрували новий законопроект. 10 сентября 2019 17:48. <https://prm.ua/ru/ryinok-zemli-v-ukraine-v-verhovnoy-rade-zaregistrovali-noviy-zakonoproekt/>
2. УП. Кляті питання 17 695 members: Офіційний канал інтернет-видання «Українська правда» <https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/4/651293/>
3. Олександр Сакаль. Білий ринок землі: реальність та очікування. <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/09/3/651218/>

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент

**Аун В. М., магістрант, Якубовська Ю. С., магістрант
Одеська національна академія харчових технологій**

Ринок хліба та хлібобулочних виробів (ХБВ) є однією із найважливіших сфер економіки, що має великий потенціал та забезпечує населення основним продуктом харчування, який насичує організм людини вуглеводами, харчовими волокнами, рослинними білками, мінеральними речовинами, вітамінами.

Аналізуючи сучасний стан ринку хліба та ХБВ нетривалого зберігання в

Одеській області, необхідно зазначити, що він характеризується стабільним попитом на продукцію, проте, за офіційними даними, протягом останніх років обсяги виробництва знижуються. На рис. 1 представлено динаміку виробництва основних видів хліба та ХБВ в Одеській області [1]. За період 2011-2017 рр. обсяг випуску скоротився на 25,8 %.

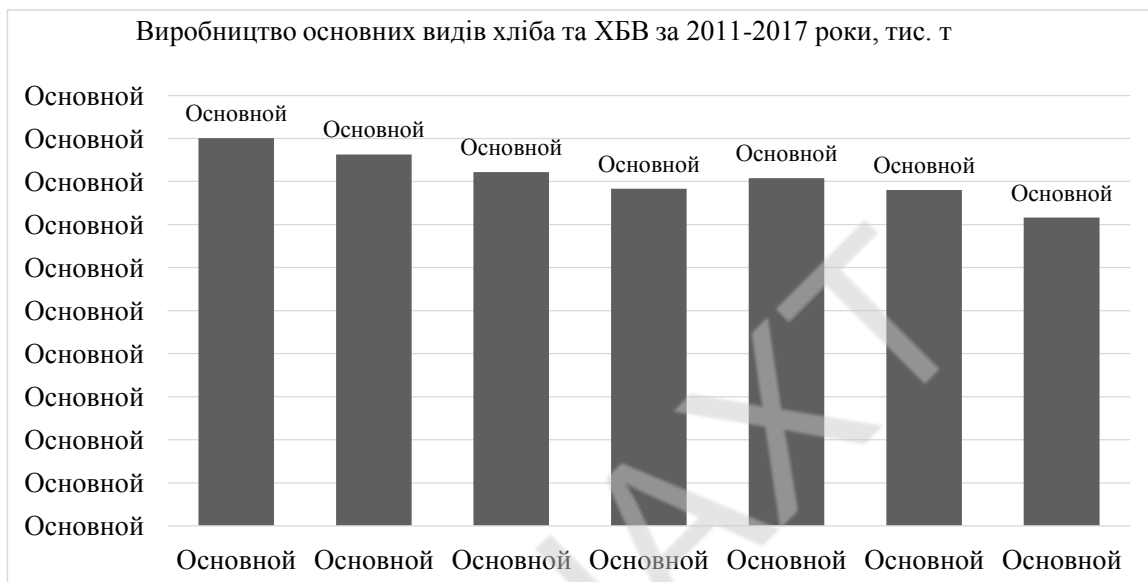


Рис. 1. Виробництво хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання в Одеській області, тис. т

Серед причин (факторів), що вплинули на такий спад, можна виділити наступні: зниження кількості кінцевих споживачів за рахунок скорочення чисельності населення; зниження купівельної спроможності населення; ріст цін на продукцію; зміна смаків споживачів; підвищення конкуренції з боку міні-пекарень; орієнтація, особливо молоді, на заклади швидкого харчування та ін.

Розподіл виробництва хліба і ХБВ за районами області представлено на рис. 2.

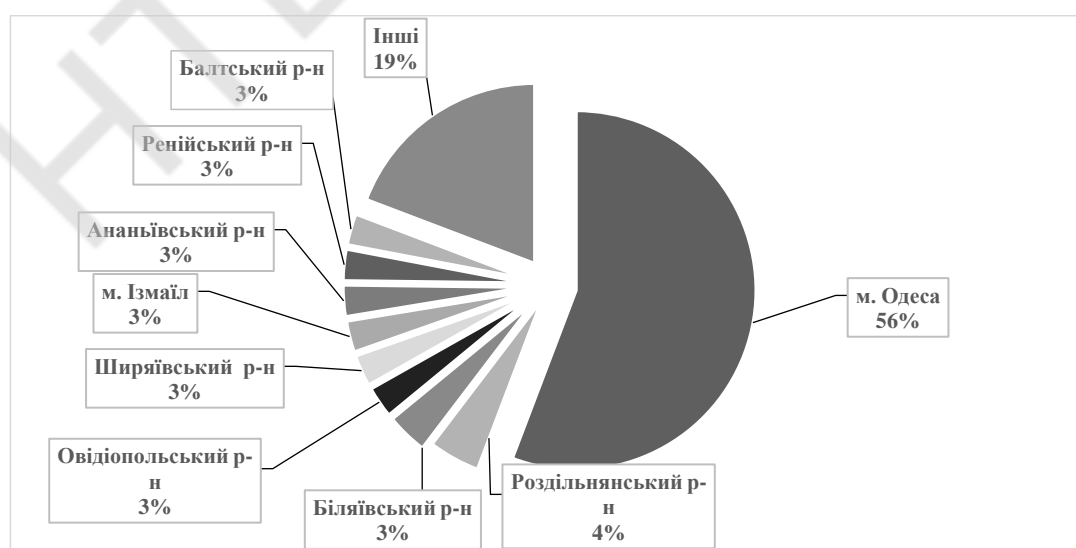


Рис. 2. Регіональне розподілення виробництва хліба та ХБВ Одеської області

Найбільша частка виробництва припадає на м. Одеса (56%), в якій проживає біля мільйона мешканців і відповідно знаходиться більша частина підприємств. І якщо в минулі роки більше 80 % виробництва хліба в області забезпечувало ТОВ «Одеський коровай», то з 2014 р. воно поступово втрачає свої позиції на ринку. Як відмічено у [2], «у 2018 р. виробництво хліба, хлібобулочних та борошняних виробів знизилось на 38 %, і в першу чергу, це пов'язано із створенням нового суб'єкта господарювання - ТОВ «Одеський хліб», до якого перейшли потужності та все виробництво ТОВ «Одеський коровай», який на давальницьких умовах здійснює виробництво хлібобулочних виробів для їх подальшої реалізації ТОВ «Південний хліб»».

На регіональному ринку підвищили свою частку не тільки одеські підприємства - ТОВ «Нове діло», «ФОП -Аврамов С.С.», «Одеса-хліб» та інші. В м. Одесу вже везуть хліб з таких міст, як Чернігів, Дніпро. Це значно підвищує ціни на продукцію.

Після відміни КМ України з 1 жовтня 2016 р. дії Постанов № 1548 і 373, за якими лімітувався рівень рентабельності на окремі найбільш популярні види хлібної продукції, ціни на хліб різко підвищилися. В Одеській області з 2012 по 2018 рік (грудень до грудня) ціна, наприклад, на хліб пшеничний з борошна 1-го гатунку зросла з 3,85 до 13,32 грн./кг, тобто у 3,46 р. [3]. За той же період ріст середнього наявного річного доходу по області становив 2,74 р. (з 53154 до 145678 грн. [4]). Враховуючи, що темпи росту на інші важливі продукти харчування - м'ясо, молочні продукти були ще вищими порівняно з цінами на хліб, купівельна спроможність населення знизилася.

Що стосується смакових вподобань мешканців області, то воно практично співпадає з середніми даними по країні: перше місце займають житньо-пшеничний хліб (24,3%) та хлібобулочні вироби (23%), а також з'явилась нова категорія – хліб з різними добавками (17%). Він посідає друге місце. На третьому опинилися хліб пшеничний (11,6%) і бездріжджовий (11,8%).

Отже, резервом росту виробництва хліба і ХБВ в області є розширення асортименту продукції, в тому числі за рахунок нових видів хліба з різними добавками, підвищення якості продукції, зниження цін.

Література

1. Виробництво промислової продукції за видами. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 19.09.2019р.)
2. Програмний документ «Програма соціально-економічного та культурного розвитку Одеської області на 2019 рік» : від 21 грудня 2018 року № 834-VII. URL: <http://omr.gov.ua/ru/acts/council/103979> (дата звернення 22.09.2019)
3. Моніторинг цін на важливі продукти. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 19.2019 р.)
4. Доходи населення по регіонах України. Державний комітет статистики

РОЛЬ ОБ'ЄКТИВНИХ ЗАКОНІВ РОЗВИТКУ В ОРГАНІЗАЦІЙНОМУ ПРОЕКТУВАННІ

**Фрум О.Л., к.е.н., старший викладач кафедри економіки промисловості
Магденко С.О., старший викладач кафедри економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій**

Важливе місце в управлінні розробкою і реалізацією інвестиційних проектів займає організаційне проектування.

Існує багато трактувань поняття «організаційне проектування». Але найбільш точно його суть відображає визначення І.І. Мазура та В.Д. Шапіро: «Організаційне проектування визначається як процес знаходження відповідності між ключовими елементами організації (структура, персонал, системи прийняття рішень та заохочень, неформальна організація і організаційна культура та ін.) та її стратегією» [1].

Адже саме відповідність між елементами організації визначає її властивості, адекватність і стійкість структури, забезпечує виникнення раціональних зав'язків, призводить до виникнення позитивних ефектів.

Проектування може здійснюватися у таких випадках:

- 1) проектування нової організації;
- 2) підтримання функціонування організації, що існує;
- 3) вдосконалення існуючої організації.

Розглядають такі процеси, що вимагають проектування:

- створення нових операційних систем;
- формування організаційних структур управління;
- реструктуризація й реорганізація операційних систем;
- реалізація нової концепції формування систем управління;
- інтеграція виробничих систем;
- реалізація стратегій організаційного розвитку;
- організація інноваційного виробництва і ряд інших [2].

Організація як складна відкрита соціально-економічна система складається з технічної, соціальної та організаційної підсистем. Тому вона функціонує і розвивається під впливом об'єктивних законів діалектики, законів розвитку організації і законів розвитку технічних систем (рис. 1).

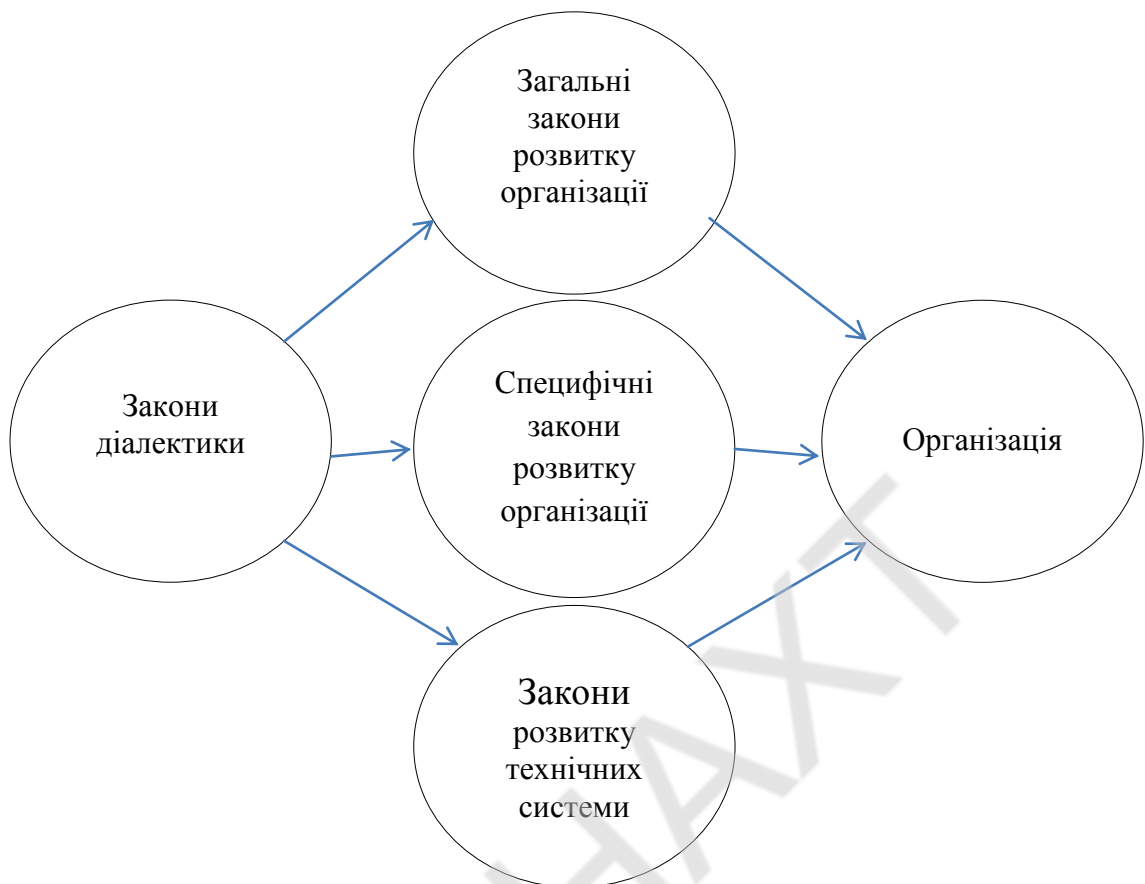


Рис. 1 – Система законів впливу на створення, функціонування і розвиток організації

Досягнення цілей організаційного проектування забезпечується врахуванням сукупного впливу системи законів діалектики, законів розвитку організації і законів розвитку технічних систем.

Література

1. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Реструктуризация предприятий и компаний: Учеб. пособ. для вузов / Под общ. ред. И.И. Мазура. – Москва: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001. – 456с.
- 2.Межова Л.Н., ПетроваЛ.И. Организационное проектирование как фактор обеспечения конкурентоспособности отечественных предприятий / Вестник университета. – № 12. – 2013. – С. 180-185

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ*

**Антонюк П.О., к.е.н., с.н.с. відділу ринкових механізмів і структур
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Антонюк О.П. к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

В останні роки Україна нарощує експорт товарів, а в структурі товарного експорту головним експортним товаром стає агропродовольча продукція.

Подальше нарощування вітчизняного експорту потребує аналізу сучасних тенденцій зовнішньої торгівлі. Насамперед, це стосується тих груп товарів, що займають значне місце в агропродовольчому експорті, динамічно розвиваються і здатні ефективно вплинути на зростання експорту. До таких товарів в першу чергу відноситься продукція олієжирового підкомплексу.

Дослідженням міжнародної економічної інтеграції агропродовольчої продукції, пошуку шляхів підвищення її ефективності присвячено роботи багатьох науковців, а саме: Б.В. Духницького, М.І. Пугачова, І.Г. Кириленко, Ю.О. Лупенко. Разом з тим з огляду на місце в зовнішній торгівлі товарів олієжирового під комплексу необхідні додаткові дослідження можливостей подальшого нарощування експорту.

Мета тез – аналіз існуючого стану експорту товарів олієжирового підкомплексу та виявлення умов його подальшого зростання.

В останні роки активізувався процес інтеграції України в світові економічні процеси. Серед факторів розвитку економічної інтеграції важливе місце займає зовнішня торгівля і в першу чергу нарощування експорту товарів. Починаючи з 2014 р. головним експортним товаром України стає агропродовольча продукція, значна частина якої, а саме 38-39 % представлена продукцією олієжирового підкомплексу – олійні культури (соняшник, соя, ріпак і продукти їх переробки – олія та макуха – табл. 1)

Таблиця 1 Вартість і структура експорту продукції олієжирового підкомплексу України

Показники	2014 р.		2018 р.		2018 р. в % до 2014 р.
	млн. дол.	%	млн. дол.	%	
Експорт агропродовольчої продукції	16669	x	18612	x	111,7
Експорт товарів олієжирового підкомплексу, в т.ч.	6329	100,0	7325	100,0	115,7
- насіння	1018	25,6	1870	25,5	115,6
- олія	3731	58,9	4377	59,8	117,3
- макуха	980	15,5	1078	14,7	110,0

Як свідчать дані табл. 1 експорт продукції олієжирового підкомплексу зростає швидше, ніж в цілому продукції АПК. Структура експорту майже не змінюється, проте більшу частину експорту – близько 75 % складає промислова продукція – олія та макуха.

За період незалежності виробництво олійних культур досягло значного прогресу – валовий збір зріс у 7,6 рази переважно за рахунок зростання посівних площ з 1809 тис. га в 1990 р. до 8886 тис. га в 2018 р. або в 4,9 рази. Урожайність олійних хоч і зросла в 1,55 рази проте залишається низькою у порівнянні з такими країнами ЄС як Франція, Німеччина, Румунія, Італія. Збільшення урожайності розглядається як важливий резерв нарощування валового збору олійних, так як можливості збільшення посівних площ вже вичерпані.

* Публікацію підготовлено в межах виконання НДР «Формування ефективної логістики товарних ринків» (№ держреєстрації 0119U000227)

Насиченість посівних площ олійними культурами за період 1990-2018 рр. зросла з 5,6 % до 32,0 %, що значно перевищує допустимі межі. До речі в Європейському союзі теж потужному виробнику олійних в 2017 р. під ріпаком, соєю та соняшником було зайнято лише 11977 тис. га, або 9,1 % усіх посівних площ.

З досягнутими обсягами виробництва соняшнику, сої та ріпаку Україна стає важливим учасником на світовому ринку як олійних так і, особливо, продуктів їх переробки. В останні роки Україна є найбільшим у світі виробником соняшнику з часткою більше як 25 % світового виробництва. Практично весь урожай соняшнику переробляється на вітчизняних підприємствах. А Україна являється світовим лідером з виробництва та експорту соняшникової олії. Нині на Україну приходить більше третини світового виробництва цієї продукції та близько 56 % світового експорту. Основними покупцями виступають країни Азії та ЄС: Індія – 47,8 %, Китай – 8,8 %, Іспанія – 6,3 %, Нідерланди – 6,2 %, Італія – 5,9 %, Велика Британія – 2,0 %, Франція – 2,0 %. Україна експортує в основному нерафіновану олію, а на ринку рафінованої олії знаходиться лишена четвертому місці в світі з обсягом близько 300 млн. дол. Українським експортерам слід орієнтуватися саме на цей сегмент ринку соняшникової олії так як ємність світового ринку рафінованої олії оцінюється в 3,9 млрд. дол. Посилити свої позиції на світовому ринку Україна може за рахунок високоолеїнової соняшникової олії світовий попит на яку складає близько 2,5 млн. т, в тому числі на ринку ЄС – близько 800 тис. т. Як виробництво, так і експорт цієї олії на Україні поки що не відзначається значними обсягами та стабільністю – в 2017 р. експортовано 210 тис. т, а в 2018 р. – 185 тис. т.

На відміну від соняшнику виробництво сої та ріпаку в значній мірі орієнтовано на експорт. Так як внутрішнє споживання цих культур значно менше обсягу експорту, то на світовому ринку позиції України більш сильні в експорті ніж у її виробництві. Так, серед світових виробників сої та ріпаку Україна займає восьме і шосте місця, а серед світових експортерів, відповідно, шосте і третє. Основним напрямом експорту сої є країни Азії – Туреччина, Іран, Ліван. Дещо менше уваги звертають на імпорт сої з України країни ЄС, так як існує підозра на виробництво в нашій державі генно-модифікованих сортів сої. Проте експорт до ЄС сої має місце і основними покупцями є Італія, Греція, Нідерланди і Польща.

Виробництво ріпаку в Україні орієнтовано переважно на експорт – 2136 тис. т в 2017 р. і 2440 тис. т в 2018 р., що складає, відповідно, 97,3 % і 88,9 % обсягу виробництва. Традиційно основні експортні потоки ріпаку направляються в країни Європейського Союзу. В 2018 р. Україна експортувала в країни ЄС 2140 тис. т ріпаку, що перевищило половину їх імпорту.

Такі значні масштаби експорту сої та ріпаку мають місце по причині відсутності експортного мита на ці культури. До речі наявність такого мита на насіння соняшнику якраз і сприяло тому що в 2015-2018 рр. лише 0,7 % виробленого соняшнику було експортовано. В результаті значних обсягів

експорту сої та ріпаку залишаються без сировини вітчизняні підприємства з усіма негативними наслідками від цього. Потужності по переробці сої нині досягли 5,44 млн. т на рік, але вони по причині масового експорту завантажені лише на 20 % і це при тому, що наші соєва та ріпакова олії, а також макуха користуються попитом на світовому ринку, в т.ч. в країнах ЄС. Можливості зменшення експорту насіння сої та ріпаку і зростання їх переробки на вітчизняних заводах нині пов'язується з відміною бюджетного відшкодування ПДВ при експорті сої та ріпаку з 1 січня 2020 р., що дозволить переробним підприємствам отримувати недорого сировину.

Серйозні позиції на світовому ринку Україна займає і по експорту макухи олійних культур. В експорті макухи соняшnikової, соєвої, та ріпакової частка України у світовому експорті складає 7 %, а в торгівлі соняшnikовою макухою – 65 %. По причині стагнації внутрішнього попиту, пов'язаного з низькими темпами розвитку тваринництва, частка експорту у загальному виробництві зростає з 85,6 % в 2014 р. до 88,9 % в 2017 р. Найбільшими імпортерами макухи є країни ЄС. За останні три роки туди експортовано 56,4 % соняшnikової макухи (Іспанія, Італія, Нідерланди, Польща), 80,5 % - ріпакової (Іспанія, Литва, Польща) та 33 % соєвої (Польща, Угорщина). Саме з країн ЄС ми імпортуємо м'ясо та молочні продукти в певній мірі виготовлені з вітчизняної макухи. Зрозуміло, що тільки істотні зрушення у вітчизняному тваринництві можуть змінити ситуацію і Україна буде експортувати не макуху, а продукцію тваринництва.

Більша частина продукції олієжирового підкомплексу вивозиться через українські морські порти. Це вимагає пильної уваги до інфраструктури, що забезпечує зберігання, переробку та транспортування вантажів відповідної номенклатури. Особливо це стосується логістичного ланцюга при поставках на експорт рослинної олії. Загальна потужність олійно-наливних перевальних терміналів на сьогодні оцінюється в 10,65 млн. т. Перевалку здійснюють 15 терміналів, комплексів розташованих в 7 портах. Вони мають в своєму розпорядженні резервуари для одночасного зберігання 866 тис. т олії. Існуючі потужності в змозі забезпечити перевалку всієї експортованої олії. Проте з урахуванням тенденції постійного зростання експорту олії виявляється необхідність побудови додаткових потужностей інфраструктури в портах. Це забезпечить зберігання великих обсягів олій, дозволить трейдерам оперативно реагувати на зміну цін світового ринку і позитивно вплине на експортну виручку від реалізації рослинної олії.

Рівень виробництва продукції олієжирового підкомплексу, як олієсировини так і продуктів їх переробки, досяг значних обсягів завдяки інтеграції України в світові структури і можливості імпорту. Саме зовнішня торгівля створила сучасну олієжирову промисловість практично повністю орієнтовану на зовнішні ринки. Подальше нарощування експорту товарів підкомплексу пов'язується з такими перспективними шляхами:

- зростання урожайності соняшнику, сої та ріпаку до рівня країн ЄС;
- істотне збільшення виробництва високоолеїнового насіння соняшнику

- і відповідно, виробництва та експорту високоолеїнової соняшникової олії;
- збільшення виробництва та експорту рафінованої соняшникової олії;
 - повне завантаження існуючих потужностей з переробки сої та ріпаку з метою збільшення експорту олії та макухи, а не олієсировини.

ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АПК УКРАЇНИ

Басюркіна Н.Й., д.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Умовою стабілізації економіки та успішного розвитку агропромислового комплексу є оздоровлення фінансового і грошового обігу. Але в країні давно вже немає відповідності видатків з доходами, постійно збільшується дефіцит у бюджеті [1]. Практика державного регулювання агропромислового комплексу розвинених країн переконливо показала ефективність аграрного протекціонізму і субсидування сільськогосподарських виробників і переробних підприємств. Однак в Україні ці заходи застосовуються недостатньо, тому сьогодні перед суспільством стоїть проблема забезпечення населення продовольством, тобто ми опинилися під загрозою продовольчої безпеки.

Досвід розвинених країн демонструє “непопулярні” кроки уряду для стабілізації економічної ситуації, недопущення продовольчої небезпеки тощо. В Україні було зроблено першу реальну спробу реформувати систему виконавчої влади та оптимізувати міністерства [2; 3]. Так, 3 вересня 2019 р. було ліквідовано Міністерство аграрної політики та продовольства України, яке забезпечувало 17 % ВВП і 40 % вільної виручки країни, а його функції передано Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. На нашу думку, така реформа і трансформація міністерств мала бути втіленою ще 20 років тому, але таким чином, щоб ні в якому разі не втратити функції регулювання АПК. Нині, коли Україна є аграрно-промисловою країною, головним завданням уряду є підтримка бюджетоутворюючої галузі – сільського господарства, розвиток харчової і переробної промисловості, машинобудування для АПК, субсидіювання науки і освіти саме в цьому секторі економіки. Дуже важливо в умовах перманентної трансформації нашої економічної системи не втратити ті досягнення і позитивні зрушення АПК, які відбулись з 2015 року.

Існує реальна загроза того, що країна з понад 42 млн га сільськогосподарських земель, 4 млн особистих селянських господарств, які обробляють 6,1 млн га земель, 45 тис. фермерських господарств, які лише почали відчувати увагу до себе з боку держави, буде не в змозі захистити тих, хто мешкає, працює на землі та забезпечує продовольчу безпеку країни.

Протягом останніх п'яти років, держава звернула увагу саме на тих, хто реально підтримує продовольчу безпеку України, на малі та мікропідприємства, адже саме такі особисті селянські господарства, сімейні та фермерські господарства забезпечують населення понад 97 % картоплею, 89 % – овочами

відкритого ґрунту, 63 % – овочами закритого ґрунту, 90 % – продовольчими баштанними культурами, 84 % – плодово-ягідними культурами, 80 % – молоком, 75 % – м'ясом ВРХ, 59 % – м'ясом свиней, 94 % – м'ясом овець [3].

Якщо не підтримувати ці категорії виробників, то відбуватиметься подальший спад самозайнятості на селі, спад виробництва сільськогосподарської та продукції, обладнання для АПК, врешті, розвиток країни лише в напрямку постачання сільськогосподарської сировини і перетворення її на сировинний придаток світу.

З іншого боку, враховуючи тривале протистояння в Україні щодо дотацій, субвенцій, компенсацій і пільгового кредитування між великим агробізнесом та юридично оформленими фермерами, наша держава суттєво відхилилася від Європейського курсу Спільної сільськогосподарської політики Євросоюзу.

Зважаючи на фактичну відсутність системного бачення розвитку сільських територій, земельної реформи, створення політики забезпечення розвитку сільських товаровиробників-одноосібників, Міністерство аграрної політики та продовольства України було логічно ліквідоване.

Наголошуємо, що сільське господарство, як основа АПК, має особливу функцію в економіці. Без продуктів харчування, тобто продуктів переробки сільського господарства, не існує життя. Розвиток сільського господарства не може демонструвати дуже швидкі та величезні фінансові результати, бо має свою іншу логіку та місію, повагу до законів природи та роль у житті людини.

На жаль, в Україні керували великими агропромисловими формуваннями не аграрії, а фінансисти, бізнесмени, які будували господарську модель, засновану на швидкому обігу грошей і прибутковості. Звідси використання в сільському господарстві геномодифікованих організмів, стимуляторів і гормонів пришвидшеного зростання, тощо.

Через те, що продовольча безпека є однією зі складових економічної безпеки країни, а без створення сталої системи її забезпечення, унеможлиблюється забезпечення воєнної та енергетичної безпеки, в більшості розвинутих країн існує окреме аграрне міністерство, яке займається питаннями продовольчої безпеки держави, екологічної безпеки, здоров'ям населення тощо.

Вважаємо, що в трансформованому Міністерстві розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України мають бути відокремлені об'єднані функції регулювання сільського господарства, екології, безпеки життя та здоров'я. Підтримуємо думку, що нове Міністерство має просувати концепцію розвитку сільських територій та громад і контролюватися найвищим керівництвом держави з обговоренням важливих кроків (наприклад, земельної реформи) шляхом референдуму.

Література

1. Басюркіна Н.Й. Забезпечення продовольчої безпеки в умовах трансформації економіки України *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса, 2008. Вип. 29. С. 89-98.
2. Макаренко І. Ринок землі, дотації, послання новим кураторам

URL:<https://www.unn.com.ua/uk/exclusive/1824080-rinok-zemli-dotatsiyi-poslannya-novim-kuratoram-pro-scho-naostanok-govorit-ekskrivnik-likvidovanogo-minaprk-trofimtseva>. (дата звернення 13.09.2019).

3. Хворостяний В. Ліквідація Мінагрополітики – реакція ринку. URL:<https://agropolit.com/spetsproekty/611-likvidatsiya-minagropolitiki--reaktsiya-rinku>. (дата звернення: 30.08.2019).

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ В СЕГМЕНТІ B2C

Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій

Програми лояльності (ПЛ) впевнено увійшли в повсякденне життя сучасних українців. В перекладі з англійської «loyal» означає вірність, відданість до кого-небудь, чого-небудь.

В сучасній науковій літературі існують різні трактовки терміна «ПЛ». Так, Ю.С. Хомич стверджує, що ПЛ включають низку заходів, спрямованих на підвищення емоційної (добре відношення) і поведінкової (повторні покупки) лояльності покупця по відношенню до ринкової пропозиції постачальника товарів або послуг [1]. Лояльність споживачів «стратегічно відіграє роль конкурентної переваги підприємства, постає індикатором можливості здійснювати інноваційні перетворення не тільки у сфері виробництва, а й у сфері обслуговування» [2, с. 62]. Ю. В. Васін зазначає, що лояльність – це показник того, наскільки позитивним є відношення клієнтів до всього, що пов'язано з діяльністю компанії, продукцією і послугами, які вона пропонує, торговій марці, іміджу [3, с. 60].

В контексті ПЛ зазвичай розглядається клієнтська відданість до певного торговельного об'єкту, торговельної мережі, товарного бренду тощо. Особливої актуальності набуває впровадження ПЛ в торговельних мережах, оскільки це дозволяє створити клієнтську базу, у подальшому відслідковувати покупки та створювати адресні пропозиції.

Формування прихильності клієнтів достатньо складний та багатогранний процес. Слід зазначити, що ПЛ виступає одним із складових елементів системи відданості клієнта до певного ритейлу. Велике значення має також зручність розташування, асортимент, сервіс тощо. Основним критерієм ефективної роботи торговельної мережі стає те, що клієнт у будь-якому випадку робить покупки саме в її магазинах, навіть якщо для цього треба подолати певні перешкоди (додаткові витрати часу, грошей).

Сьогодні торговельні мережі пропонують різні варіанти ПЛ, умовно їх можна розділити на дисконтні та бонусні. Дисконтні програми втрачають свою популярність, оскільки в них менше виражений ефект залучення та утримання клієнтів. Бонусні, створюють більше можливостей до спонукання робити постійні покупки. Характерними ознаками ПЛ є назва, умови приєднання,

базові вигоди, додаткові вигоди, умови спрощення користування, умови обмеження користування, партнери.

Кожна ПЛ має свою унікальну назву, в якій намагаються передати основну концепцію. Наприклад, мережа супермаркетів «Сільпо» має ПЛ під назвою «Власний рахунок», «Таврія В» пропонує скористатися програмою «Клевер бонус». Назва ПЛ виступає опосередкованою характеристикою, деякі клієнти взагалі можуть не знати або не пам'ятати як називається ПЛ, навіть якщо вони використовують її кожен день. Більш вагомим є зміст матеріальних заохочень, що пропонує ПЛ.

Бар'єри, що стають на шляху залучення до ПЛ дедалі знижуються. Перш за все це пояснюється втратою ступеня корисності ПЛ та скороченням обсягу платоспроможного попиту. А в останні часи в якості умов приєднання взагалі практикуються варіанти символічної покупки.

Базові вигоди, що пропонують ритейли в основному спрямовані на накопичення балів на дисконтних картках з подальшою можливістю розплачуватися ними за покупки. Деякі мережі пропонують адресні заохочення, наприклад надають клієнту знижки у вигляді купонів саме на ті групи товарів, які він найчастіше купує.

Серед додаткових клієнтських вигод можуть бути знижки за довгий термін користування програмою, можливість отримання дисконту на певні товари при умові здійснення покупки вище встановленої суми грошей, прийняття участі в лотереях на розіграш призів тощо.

В останні часи широкого розповсюдження набувають інструменти для спрощення користування ПЛ, серед яких можна виділити використання QR кодів у якості дисконтної картки та додатків-месенджерів для розповсюдження інформації про поточні та майбутні акційні пропозиції.

Кожна ПЛ має також свої обмеження у використанні, так наприклад зазвичай бали не нараховуються на акційні товари, також деякі торговельні мережі для надання можливості користування ПЛ вимагають придбання товарів на певну грошову суму за певний проміжок часу.

Ще одним елементом матеріальних заохочень ПЛ можуть виступати партнерські програми. Наявність бонусної картки, емітентом якої виступила торговельна мережа, може давати додаткові знижки наприклад на АЗС, у фітнес-клубах, ресторанах та інших закладах-партнерах.

Не дивлячись на те, що ПЛ достатньо активно використовуються більшістю пересічних українців, залишаються й ті, хто з деяких причин не бажає приєднуватися до жодної з них. Серед основних причин відмови від користування ПЛ можна виділити: відсутність бажання надавати власну персональну інформацію, відсутність великої кількості покупок, незадоволення перевагами ПЛ тощо.

Література

1. Химич Ю. С. Повышение конкурентоспособности предприятия с помощью программ лояльности / Ю. С. Химич // Российское

предпринимательство. – 2011. – № 8. – С. 55-60.

2. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів / М. М. Іваннікова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 3. – С. 62–72.

3. Васин Ю. В. Эффективные программы лояльности: Как привлечь и удержать клиентов / Васин Ю. В. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 152 с.

ЩОДО ПИТАНЬ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ЗЕРНОТРЕЙДИНГОВИХ КОМПАНІЙ

Відоменко І.О., к.е.н., доцент, Гордієнко Л.Л., к.т.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Вступ. За офіційними даними Державної фіскальної служби України [1] в 2018/2019 маркетинговому році обсяг експорту зернових, зернобобових та борошна на світовий ринок склав рекордні 50,4 млн. тонн, що на 23,2 % (тобто, на 9,5 млн. тонн) більше, ніж минулого маркетингового року, коли експорт склав 40,9 млн. тонн. Стрімке зростання обсягів експорту зернових, висока конкурентність світового ринку зерна, а також процеси глобалізації ставлять перед зернотрейдинговими компаніями задачу оптимізації перевезення зерна, зокрема вимагають формування економічно-ефективних експортних партій, прискорення їх переробки в транспортних вузлах. У зв'язку з цим актуальною стає дослідницька проблема формування методологічних основ з управління операційною логістичною діяльністю зернотрейдингової компанії при взаємодії з виробниками зерна, лінійними елеваторами, залізничним транспортом, портово-термінальними комплексами і водним транспортом.

Матеріали і методи. Дослідженню проблем ефективності управління вантажними потоками в логістиці приділяється значна увага науковців, про що свідчать роботи Стока Дж., Ламберта Д., Лукінського В.С., Міротіна Л.Б., Моїсеєвої Н.К., Нікшича С.М., Новопісної Є.В., Шеховцевої Є.Ю., Щербакова В.В., Устенко М.А. [2-7] та інших. У роботах цих авторів розглядаються теоретичні основи управління ефективністю логістичних потоків підприємства. Незважаючи на всебічні дослідження проблем управління ефективністю логістичних потоків підприємства, майже відсутні науково-практичні розробки з питань оптимізації логістичних витрат зернотрейдингової компанії, що обумовлює мету даного дослідження – виявити основні чинники, які впливають на величину логістичних витрат зернотрейдингової компанії.

Результати дослідження. Виходячи з мети роботи, перш за все, необхідно визначитися з дефініцією «логістичні витрати». В роботах [2-6] наведені різноманітні формулювання даного терміну, що пояснюється багатогранністю логістичної діяльності, як одного з елементів управління підприємством, та метою досліджень цих науковців. Однак, на наш погляд, визначення, надане в роботі [7], є більш повним та обґрунтованими: «логістичні витрати – складова частина загальних витрат підприємства, що є витратами, які

супроводжують рух матеріального потоку, тобто формуються паралельно з ним, для виконання головної задачі функціонування логістичної системи – доставки товару в потрібне місце, в потрібній кількості, за певний термін і при заданому рівні витрат».

Таким чином, оптимізація логістичних витрат зернотрейдингової компанії передбачає вибір з усіх альтернативних варіантів використання ресурсів, пов'язаних з рухом зернового потоку від виробника зерна до водного транспорту, того варіанту, який дозволяє отримати найкращі результати в умовах, що склалися. На формування оптимальних логістичних витрат впливає ряд чинників зовнішнього та внутрішнього середовищ, основні з яких наведено в таблиці 1:

Таблиця 1 - Перелік основних чинників, що впливають на величину логістичних витрат

Зовнішні чинники	Внутрішні чинники
Вартість та складність процедури митного оформлення товару	Специфіка товару
Ставка кредитування	Просторове розміщення виробництва, постачальників, споживачів
Вартість логістичних та транспортних послуг	Час руху матеріального потоку у логістичній системі
Політичні чинники	Масштаби діяльності підприємства
Податкова політика	Виробничий процес
	Політика формування запасів

Розглянемо вплив наведених чинників на логістичні витрати зернотрейдингової компанії. Фактор «Вартість та складність процедури митного оформлення товару» значно збільшує логістичні витрати зернотрейдингової компанії, оскільки оформлення митних операцій в Україні потребує від експортерів зерна оформлення не тільки звичайних митних операцій документів, а й додаткових документів для кожного зерновозу (посвідчення щодо якості, протоколи безпеки та ветеринарні сертифікати).

Великі експортні партії зерна потребують залучення зернотрейдером і великих обігових коштів. Ставка кредитування в Україні є досить високою, тому найбільші зернотрейдери – це транснаціональні компанії, які мають доступ до більш «дешевих» світових кредитів.

Вартість логістичних та транспортних послуг в Україні постійно збільшується, що пов'язано зі зростанням цін на паливо. Крім того, введення обмеження на загальну вагу автотранспорту до 40 т також збільшило витрати на транспортування. Все це негативно впливає на загальні логістичні витрати українських зернотрейдерів

Політичні чинники суттєво впливають на витрати зернотрейдингової компанії. Так, наприклад, через блокування Російською Федерацією Маріупольського та Бердянського портів зернотрейдери вимушені були транспортувати зерно з Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганської та Харківської областей в порти Чорного моря і т.ін.

Податкова політика України має позитивний вплив на ефективність діяльності зернотрейдингових компаній, оскільки зернотрейдери, які здійснюють експортні операції, отримують повернення ПДВ від держави, тобто

мають економію у 20 % в порівнянні із внутрішніми споживачами зерна.

Внутрішній фактор «Специфіка товару»: товаром для зернотрейдингових компаній виступає зерно, яке досить легко транспортується насипом, однак потребує спеціальних умов при довгостроковому зберіганні, що викликає додаткові витрати.

Просторове розміщення виробництва, постачальників, споживачів, час руху матеріального потоку у логістичній системі та політика формування запасів - для кожного зернотрейдера цей фактор має оцінюватися індивідуально. Вплив факторів буде залежати від виду культур, з якими працює зернотрейдер, від наявності в його власності портових та лінійних елеваторів, автотранспорту та залізничних вагонів. Так, зернотрейдерам, на наш погляд, доцільно надавати перевагу роботи з тими культурами, які мають більшу врожайність та більші посівні площі, в областях, де розташовані лінійні елеватори зернотрейдера.

Відповідно, чим більші масштаби діяльності підприємства, тим менші його витрати. Найбільші українські експортери в 2018 році: НІБУЛОН - 13,7%, Кернел -9,9%, LouisDreyfusCompany – 9,0%, Bunge – 8,8%, Cargill – 8,3%, SOFCOAgriUkraine – 6,1%.

Фактор «Виробничий процес» має позитивний вплив для тих зернотрейдингових компаній, які мають власний земельний банк, оскільки їх витрати на формування експортної партії менші, що й демонструє компанія НІБУЛОН, зайнявши перше місце серед зернотрейдерів.

Висновки. Аналіз основних чинників, які впливають на величину логістичних витрат зернотрейдингової компанії, показав, що більшість основних зовнішніх чинників має негативний вплив на ефективність діяльності українських зернотрейдерів. В той же час внутрішні чинники зернотрейдер може трансформувати самостійно для оптимізації власних витрат. Слід зазначити, що, транснаціональні зернотрейдингові компанії, на відміну від вітчизняних, мають перевагу за факторами вартості кредитування та масштабами діяльності підприємства, однак вітчизняні мають можливість самостійно вирощувати зерно та мати конкурентоспроможні ціни на зовнішньому ринку.

Література

1. Офіційно: У 2018/2019 МР Україна експортувала рекордний обсяг зернових – 50,4 млн тонн [Міністерство аграрної політики та продовольства України] - <https://minagro.gov.ua/ua/news/oficijno-u-20182019-mr-ukrayina-eksportovala-rekordnu-kilkist-zerna-504-mln-tonn>
2. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой: [4 –е изд.] / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт: пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 797 с
3. Модели и методы теории логистики: [уч. пос. ред. В.С. Лукинского]. – СПб.: Питер, 2007.– 488с
4. Миротин Л.Б. Эффективность логистического управления: [уч. для вузов]/ Л.Б. Миротин. — М.: Экзамен, 2004. – 448 с.

5. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: [уч. пособие]./ Н.К. Моисеева. – М.: ИНФА-М, 2008. – 528 с.
6. Нікшич С.М. Об'єкти логістичних витрат промислових підприємств / С.М. Нікшич // Комунальное хозяйство городов. Серия: Экономические науки. – 2008. – №85. – С. 477–483.
7. Новопісна Є.В. Фактори формування логістичних витрат підприємства / Є.В. Новопісна // Управління проектами та Розвиток виробництва: Зб.наук.пр. - Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2009. - № 4 (32). - С. 123-129. - Режим доступу: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/32/09nevlvp.pdf>
8. ТОП-10 експортерів пшениці з України 2018 - Режим доступу: <https://ambarexport.ua/blog/top-10-exporters-of-wheat-from-ukraine-2018>

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ КАЗАХСТАНА, СОСТОЯНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ, АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Аймешева Ж.А, ст.преподаватель
Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана**

По данным комитета по инвестициям министерства индустрии и торговли в экономику Казахстана в 1993-2017 годах привлечено 24,5 млрд. долларов прямых зарубежных инвестиций. Основными инвесторами стали США, Великобритания, Италия, Республика Корея и Швейцария. В отраслевой структуре прямых иностранных инвестиций основную долю занимает горнодобывающая промышленность. Вместе с тем за последние пять лет в структуре иностранных инвестиций увеличивается доля обрабатывающей промышленности и других несырьевых отраслей. Казахские власти надеются через налоговые послабления привлечь инвесторов в перерабатывающую промышленность, которые пока неохотно вкладываются в нее, предпочитая добычу сырья.

Объем инвестиций в основной капитал экономики Казахстана в январе 2017 года составил 56,9 млрд. тенге.

В Астане в ходе переговоров был подписан протокол о создании совместного предприятия между НК «Казахстан инжиниринг» и компанией «Сингапур технолоджиз инжиниринг» (СТН). После подписания в ходе встречи с президентом СТН Тан Пхенг Хоком премьер-министр РК.

Казахстан заинтересован в привлечении в экономику страны новых технологий и нового менеджмента. В частности, в ближайшие годы республика намерена приступить к созданию первого национального спутника связи и вещания, поэтому опыт сингапурской компании в этой сфере оказался бы весьма полезен.

Поскольку сингапурский бизнес является достаточно консервативным и осторожным, приход серьезной сингапурской компании в РК говорит и о том большом внимании к нашей стране, которое проявляют в настоящее время

ведущие компании этого региона, и о привлекательности инвестиционного климата Казахстана, созданного в последние годы.

Наибольший потенциал для новых форм инвестиций имеет аэрокосмическая отрасль Казахстана. Конечно же, большую роль играют инвестиции в нефтегазовый сектор, добывающую и обрабатывающую промышленность. Фонд устойчивого развития «Казына».

Госфонд «Казына» образован в марте 2006 года и является управляющей компанией, созданной с целью диверсификации казахстанской экономики путем координации деятельности национальных институтов развития и реализации инвестиционных проектов в несырьевом секторе экономики.

В настоящее время в составе фонда семь институтов развития Казахстана: госбанк развития, инвестиционный и инновационный фонды, госкорпорация по страхованию экспортных кредитов и инвестиций, фонд развития малого предпринимательства, центр маркетингово - аналитических исследований и компания «Казинвест».

Начиная с 2007 года фондом «Казына» планируется расширение масштабов поддержки системообразующих проектов, что должно способствовать значительному росту обрабатывающих отраслей и созданию новых отраслей, диверсифицирующих экономику.

В настоящее время в Казахстане работают более 300 американских компаний. В Казахстане рассчитывают на поддержку Соединенными Штатами заявки официальной Астаны на пост председателя ОБСЕ, что будет оценено республикой как знак доверия к процессу демократизации в Казахстане.

Инвестиции АБР, ЕБРР. На сегодня АБР представил Казахстану для реализации девяти инвестиционных проектов, 12 займов на сумму более чем 500 млн. долларов. Среди них наиболее крупные - в области транспорта и аграрном секторе. Потенциальными сферами взаимоотношений были названы также энергетика, финансы и торговля.

Премьер-министр отметил, что позитивный опыт сотрудничества с банком позволит проработать наиболее эффективные формы реализации проектов в рамках закона РК «О концессии». Среди значимых крупных проектов было названо строительство автодороги Западная Европа - Западный Китай. По словам главы правительства, АБР мог бы стать интегратором этого проекта. Совместно с банком прорабатываются вопросы сотрудничества в рамках применения механизма государственно-частного партнерства, а также реализации проекта по строительству автодороги Западная Европа - Западный Китай.

Европейский банк реконструкции и развития профинансирует в Казахстане проекты на 700 млн. евро, в том числе 80 % инвестиций будет направлено в частный сектор. Среди проектов, которые будут финансироваться ЕБРР.

За все время работы в Казахстане ЕБРР профинансировал более восьмидесяти инвестиционных проектов. В настоящее время 73 % инвестиций направлено на финансирование частного сектора, 23% - займы правительству и

государственным предприятиям. Основная доля инвестиций ЕБРР в Казахстане приходится на банковский сектор, транспорт, связь, коммуникации.

Инвестиции в недропользование. В Казахстане в 2009 году объем инвестиций в недропользование увеличился на 17,5 % и составил 14,8 млрд, против 12,6 млрд в 2008 году, по данным Министерства энергетики и минеральных ресурсов.

Доля иностранных инвестиций сохранилась в объеме 80 %. От общего объема инвестиций в недропользование 83 % было направлено на добычу полезных ископаемых. Приоритетным направлением инвестирования остаются объекты углеводородного сырья, доля которых сохраняется на уровне 80 % от общего объема инвестиций

Инвестиции в нефтегазовую отрасль. Нефтегазовый сектор Казахстана вступает в новый этап своего развития, открывающий значительные перспективы страны, как крупнейшего производителя, экспортера нефти и газа в мире, что потребует значительных инвестиций в нефтегазовый сектор.

Объем инвестиций в освоение казахстанского сектора Каспийского моря в 2011-2015 годах ожидается на уровне 16,8 млрд.

Объем инвестиций в освоение казахстанского сектора Каспия составил 3,8 млрд. Согласно прогнозам объем инвестиций в освоение казахстанского сектора Каспия в 2006-2010 годах ожидается на уровне 12,9 млрд.

За последние пять лет среднегодовой рост иностранных инвестиций в нефтегазовый сектор Казахстана составил 31 %. Выступая на конференции KIOGE-2006, сообщил министр энергетики и минеральных ресурсов республики Казахстан. За последние десять двенадцать лет в Казахстане обеспечена свободная атмосфера ведения бизнеса нефтегазовой отрасли для любых компаний из разных стран мира.

Казахстан отдает приоритет тем компаниям, которые содействуют передаче в нашу страну высоких и энергосберегающих технологий, дружелюбны по отношению к окружающей среде и инвестирующих в развитие смежных отраслей и социальную инфраструктуру регионов.

В ходе реализации Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы в разрезе регионов был проведен мониторинг инвестиционных и инновационных проектов институтов развития, по которому можно судить о развитии регионов за последние годы.

Объем инвестиций в развитие производства на предприятиях обрабатывающей промышленности составил 10,7 млрд. тенге, на государственные институты развития направлено восемьдесят инновационных и инвестиционных проектов.

В Банк развития Казахстана направлено восемь проектов, из них три профинансировано: «Национальный инновационный фонд. Приняты обязательства по финансированию проектов, из них четыре - инновационных, одиннадцать проекты НИОКР и проект по созданию технологического бизнес - инкубатора. Общая стоимость проектов - 95,6 млрд. тенге.

Экономические реформы в Казахстане включают в качестве одного из

важнейших направлений развитие отечественной промышленности. В своем Послании народу Казахстана Президент Н. А. Назарбаев определил главную цель социально-экономической политики государства на долгосрочную перспективу. Она состоит в том, чтобы к 2030 году создать здоровую и процветающую экономику, способную решить демографические, экономические и социальные проблемы, поднять качество продукции и благосостояние каждого человека. В ходе трансформации социально-экономической системы, перевода ее на рыночные условия и принципы функционирования возникает потребность в изучении теории и практики инвестиционной деятельности с учетом зарубежного опыта и специфики казахстанской экономики. Сложность развития инвестиционной сферы в Республики Казахстан заключается в неприспособленности старой системы управления инвестициями к новым условиям хозяйствования.

В заключение следует сказать, что поддержка инвестиционного предпринимательства является одним из приоритетных направлений государственной научно-технической и экономической политики во всех странах с развитой рыночной экономикой.

В развитых западных странах разработаны пути и формы, с помощью которых осуществляется поддержка инвестиционного предпринимательства. Особый интерес представляет опыт таких стран, как США, Япония, Великобритания, Канада, Франция, Израиль, так как при всех особенностях практика решения экономических проблем в этих странах имеет общую основу - активное участие государства в проведении инвестиционной политики.

Привлечение и эффективное использование иностранных инвестиций в экономику РК является основой, одним из направлений взаимовыгодного экономического сотрудничества странами. С помощью иностранных инвестиций можно реально улучшить деформированную производственную структуру экономики Казахстана, создать новые высокотехнологические производства, модернизовать основные фонды и технически перевооружить многие предприятия, подготовить специалистов и рабочих, внедрить передовые достижения менеджмента, маркетинга и ноу-хау, наполнить внутренний рынок качественными товарами отечественного производства с одновременным увеличением объемов экспорта в зарубежные страны.

Среди стран Средней Азии Казахстан считается единственной страной, планомерно и эффективно продвигающейся вперед. За последние пять лет ВВП Казахстана увеличивается на 9-10 % в год, это один из лучших показателей в мире.

Чтобы наш инвестиционный климат стал более благоприятным, а Казахстан вышел в лидеры по объему и качеству привлеченных иностранных инвестиций, нам нужны политическая воля и реальные действия. Необходимо также проявить высочайшее мастерство в использовании инструментов, необходимых для привлечения как можно большего количества известных миру инвесторов. Требуется эффективное использование потока инвестиций направленных на создание новых производств и развитие обрабатывающего

сектора экономики, а также контроль властей за реализацией принципов по повышению прозрачности деятельности добывающих отраслей промышленности.

Возможное вступление в ВТО подтверждает заинтересованность государства в применении международных правил и практик. Приняты законодательные нормы, регулирующие и контролирующие работу финансового сектора, появляются новые законы, которые обеспечат повышение прозрачности в осуществлении управления акционерными компаниями. Также наблюдается прогресс в проведении реформ в сфере инфраструктуры.

Иностранные инвестиции рассматриваются как универсальное средство решения всех проблем, связанных с преодолением инвестиционного кризиса, и они должны сыграть роль достаточно сильного катализатора в инвестиционном процессе.

Литература

1. Стратегия «Казахстан - 2030»
2. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы.
3. Кенжегузин М., Додонов В. Экономические реформы в Казахстане: этапы, проблемы, итоги. Экономика и статистика. - Алматы, 2009 г.
4. Лаврушин И.О. Деньги. Кредит. Банки. - Финансы и статистика, 2009 г.
5. Мамыров Н.К., Ихданов Ж. Государственное регулирование экономики в условиях Казахстана (теория, опыт, проблемы) - Экономика 2006-2007 г.
6. Смаилов А., Шокаманов Ю. Экономика Республики Казахстан: состояние и перспективы роста. Экономика и статистика. - Алматы, 2008 г.
7. Современный бизнес в Казахстана: Проблемы, тенденции, перспективы, / под, ред. Б.И. Бектургановой. - 2009 г.

ФОРМИРОВАНИЕ КАЗАХСТАНСКОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

**Базарова Б.Т., м.э.н., ст.преподаватель
Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана**

В настоящее время в Казахстане темпы развития малого и среднего бизнеса не соответствуют темпам роста экономики. Это обусловлено тем, что перспективы и задачи развития малого и среднего предпринимательства рассматриваются только в контексте его собственных проблем, без взаимосвязи с общей системой целей и приоритетов развития государства на среднесрочную перспективу.

В этом отношении для Казахстана показателен опыт таких стран, как КНР, Венгрия, Латвия, добившиеся за последнее десятилетие весомых экономических и социальных результатов благодаря углублению государственной политики развития малого и среднего предпринимательства в русле стратегических приоритетов государства. Инструментом реализации этой

политики была разработана ими собственных, гибко адаптированных к местным условиям моделей развития малого и среднего предпринимательства.

Например, в Китае уже длительное время практикуется “многосубъектное управление”, т. е. созданы отраслевые органы управления и имеется специальный орган для согласования зарубежного сотрудничества малых и средних предприятий - Координационный центр зарубежного сотрудничества малых и средних предприятий Китая. Правительство КНР большое внимание уделяет подготовке управленческих кадров различных категорий для предприятий малого и среднего бизнеса, а также развитию системы технического новаторства через Фонд технологических инноваций для малых и средних предприятий. Специфика китайской модели заключается в развитии малого предпринимательства через государственные институты управления, при этом деятельность малых предприятий Китая направлена на решение задач государства.

В Венгрии был принят специальный Закон о развитии и поддержке малого бизнеса, который изначально определил различные малые формы хозяйствования: микро-, малые и средние предприятия. Такое многообразие форм позволяет более эффективно осуществлять отдельные меры содействия, определяя возможные ниши каждой из групп малых предприятий в развитии различных отраслей экономики. На малые и средние предприятия в Венгрии приходится 50% ВВП, 2/3 численности занятых в экономике, 20% экспорта и 99% общего числа предприятий.

Политика государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Венгрии опирается на мощную бюджетную “подпитку”. Венгерские предприниматели могут рассчитывать не только на целевые бюджетные субсидии, но и на значительные налоговые льготы. Действующее в стране законодательство выделяет 4 группы налоговых льгот: общие налоговые льготы, рассчитанные на стимулирование инвестиций; налоговые льготы, направленные на НИОКР; налоговые льготы, специально ориентированные на представителей малого и среднего бизнеса; региональные налоговые льготы. Малые предприятия могут воспользоваться как специальными, так и общими налоговыми льготами в области инвестиций и инноваций, что подчеркивает высокую степень интегрированности малых форм хозяйствования в общие процессы подъема экономики.

Важную роль предприятий в венгерской экономике обуславливает такой важный фактор, как разнообразные виды интеграции малого бизнеса в большие хозяйственно-кооперационные системы при лидерстве крупных предприятий высокого технологического уровня (“кластерная система”). Примером “кластерной системы” могут служить новые центры автомобильной промышленности в Венгрии, где ныне представлены многие мировые лидеры в этой отрасли, создающие на местах с участием венгерских предприятий достаточно крупные кооперационные вертикально интегрированные системы.

Специфика венгерской модели заключается в реализации принципа координации функций государственного управления экономикой. Это означает,

что при внесении изменений в действующие механизмы экономического регулирования обязательно представление заключения о том, как эти изменения скажутся на экономических показателях малого и среднего бизнеса. Законом предусмотрено активное вовлечение малых и средних предприятий и их организаций в процесс принятия государственных решений в области экономического регулирования, для чего предполагается усиление функций национального Совета по развитию предприятий.

В Латвии достигнуты довольно высокие темпы развития малого и среднего бизнеса - более 50% ВВП. На основе предложений Ассоциации малых и средних предприятий был сформирован и утвержден базовый документ, регулирующий деятельность малого и среднего бизнеса - Коммерческий закон. Законом определены конкретные виды коммерческой деятельности, при этом не всякая предпринимательская деятельность является коммерческой (закон не распространяется на индивидуальное сельскохозяйственное производство и ремесленничество). Закон предусматривает, что физическое лицо обязано зарегистрироваться как индивидуальный коммерсант в случае, если годовой оборот от хозяйственной деятельности превышает 330 тыс. долларов США, или оборудовано постоянное место для оказания услуг или продажи товаров, или приняты на работу как минимум пять работников. В случае, если ни один из этих показателей не превышен, физическое лицо может самостоятельно решать - регистрироваться в качестве индивидуального коммерсанта или нет. Зарегистрировав свою фирму, коммерсант обладает правами на ее защиту. В отношении налогов также выгоднее регистрироваться. Это дает возможность уменьшить подоходный налог и платежи обязательного социального страхования.

Специфика латвийской модели заключается в том, что руководство Латвии стремится подготовить своих предпринимателей к новым условиям ведения бизнеса, заключающимся в законодательном урегулировании всего процесса предпринимательской деятельности.

В контексте приведенной зарубежной практики, для Казахстана также представляется актуальной разработка собственной адаптированной к казахстанским условиям модели развития малого и среднего предпринимательства.

Существующий в Казахстане сектор малого и среднего предпринимательства представляет неоднородную массу и в реальности выглядит следующим образом. Если по организационно-правовой структуре предприниматели разделяются на юридические лица (малые и средние предприятия) и физические лица (индивидуальные предприниматели и крестьянские хозяйства), то с точки зрения условий, мотивации и целей их можно разделить на следующие группы.

Первая группа - это "микро" предприниматели, осуществляющие свою деятельность в основном в форме физического лица, в своем большинстве это индивидуальные предприниматели и семейные или крестьянские хозяйства. Занимаются традиционными видами деятельности - мелкосерийное и

индивидуальное производство товаров, ремесленничество, розничная торговля. Проведенное обследование индивидуальных предпринимателей показало, что 90% выпущенной ими продукции приходится на производство продуктов питания, 3,5% - на производство текстильной и швейной продукции и 3,1% - на производство древесины и деревянных изделий. Отличительными особенностями индивидуальных предпринимателей является то, что они не склонны к перемещению капитала в другие виды деятельности или регионы, заинтересованы в стабильности и не охотно идут на изменения, у них свой определенный круг потребителей. Гарантией существования такого типа предпринимателей выступают местные природные ресурсы, покупательная способность местного населения, предпочтения потребителей, традиционная специализация. Данный вид предпринимательства будет существовать всегда: крупные производители не смогут его вытеснить, так как ресурсы и спрос носят локальный и часто специфический характер.

В то же время следует признать, что несмотря на постоянное наращивание этой категорией предпринимателей производства сельскохозяйственной продукции, эта категория предпринимателей не способна обеспечить стране продовольственное благополучие, так как производство ведется здесь практически вручную и по самым примитивным технологиям. Специфика производства личных подсобных хозяйств состоит в том, что их поведение не определяется только рыночными условиями. У значительного числа личных подсобных хозяйств затраты труда и средств на ведение подсобного хозяйства больше, чем рыночная стоимость производимых продуктов.

Вторая группа - это “малые” предприниматели, осуществляющие свою деятельность в основном в форме юридического лица, их основная масса - это уже малые предприятия, занимающиеся одновременно разными видами деятельности (торговлей, производством различной продукции и др.). В условиях возрастающей конкуренции они вынуждены акцентировать свое внимание на диверсификации производства, заинтересованы в новшествах, использовании новых инструментов ведения бизнеса, совершенствовании маркетинговых технологий, но при этом они вкладывают капитал только в апробированный бизнес.

Третья группа - это “средние” предприниматели, осуществляющие свою деятельность в форме юридического лица, в большинстве своем это уже средние предприятия, у руководителей которых, как правило, высокие профессиональные навыки в сфере бизнеса. Это предприниматели новаторы, находящиеся в постоянном поиске инноваций и готовые рисковать. Они стремятся увеличить свои доходы за счет улучшения применяемых технологий и создания новых высокотехнологических производств.

Кроме того, существует категория предпринимателей “псевдомалого” бизнеса, имеющих место во всех вышеперечисленных группах. Мотивация деятельности предпринимателей “псевдомалого” бизнеса заключается в переводе активов на счета подставных “фирм однодневок” или существовании

исключительно из соображения минимизации налогов замаскированной материнской компании.

Также следует отметить, что все группы предпринимателей в большой степени подвержены переходу в “теневой бизнес”, что объясняется в основном несовершенством налоговой системы. Например, на предприятиях малого бизнеса распространено ведение двойной бухгалтерии, занижение численности работающих, что вызвано стремлением руководителей предприятий к уменьшению налогооблагаемой базы, для чего работники “выводятся за штат” и не попадают в данные официальной отчетности, а оплата труда производится за счет средств теневой экономики. Переходу предпринимателей в “теневой” бизнес также способствует наличие многочисленных административных барьеров, создаваемых со стороны государственных органов, обладающих контрольно-надзорными функциями. В сфере “теневой” экономики находится собственность большого количества индивидуальных предпринимателей, которая в основном нелегальна или полунелегальна, надлежащим образом не оформлена. Основной причиной этого является то, что в случае образования долгов у индивидуального предпринимателя, под угрозой окажется его личная собственность. В настоящее время сложилась ситуация, когда она не может быть капитализирована, продана или отдана в залог. Она выпадает из системы легального учета, и новых экономических отношений.

Специфика казахстанской модели заключается в следующем.

1. Учитывая разные условия, мотивации и цели предпринимателей, необходимо создание параллельно-последовательных уровней распределения государственной поддержки, через сегментацию сектора малого и среднего предпринимательства, при этом законодательно установив деление на микро-малые и средние предприятия, и определив соответственно систему мер по борьбе с “псевдомалым” и “теневым” бизнесом.

2. Создание системы мер (прямых и косвенных) по увеличению производительности труда и диверсификации производства индивидуального предпринимательства и переходу его в статус юридического лица.

3. Расширение практики применения принципов корпоративного управления с целью интегрирования малых и средних предприятий в хозяйственно-кооперационные системы при лидерстве крупных предприятий высокотехнологического уровня.

4. Государственная политика развития и поддержки малого и среднего предпринимательства направлена на осуществление отдельных мер поддержки для разных групп предпринимателей, определяя перспективы каждой из них в развитии различных отраслей экономики. Основное значение при этом уделяются активизации производственной и инновационной деятельности малых и средних предприятий.

5. Изменение действующего механизма экономического регулирования, который заключаться в обязательном представлении всеми центральными и местными исполнительными органами заключения о последствиях принимаемых ими решений для малого и среднего предпринимательства.

Главным условием для всех государственных органов при осуществлении отраслевой, региональной и международной политики является учет конкретных потребностей малого и среднего предпринимательства.

6. Предприниматели и их общественные организации должны активно вовлекаться в процесс принятия государственных решений в области экономического регулирования. В связи с этим отразены следующие шаги государства: 6 апреля 2010 года Национальная экономическая палата Казахстана «Союз Атамекен», форум предпринимателей Казахстана и торгово-промышленная палата (ТПП) утвердили единый координационный совет объединений предпринимателей.

На первом пленарном заседании совета предпринимателей при президенте РК 26 февраля 2010 года главой государства Назарбаевым Н.А. была озвучена необходимость образования в Казахстане единой организации предпринимателей. Эта организация должна выступить единой диалоговой площадкой, консолидирующей мнение практически всех предпринимателей республики.

Литература

1. Кодекс Республики Казахстан от 10 декабря 2008 года № 99-IV «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 17.04.2010 г.).
2. Государственная программа развития малого и среднего предпринимательства в Республики Казахстан на 2003-2005 годы.
3. Экспресс-информация № 05-04/ 129 от 14 апреля 2010 года/ сайт «Агентства РК по статистике» www.stat.kz.
4. Информация с сайта Фонда развития предпринимательства «Даму».

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ И ЦИФРОВОЙ КАЗАХСТАН

Копбулсынова Б.К. м.э.н., старший преподаватель
Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана

Госзакупки (государственные закупки) - это *закупки*, иными словами приобретение, товаров, услуг и работ для удовлетворения *государственных* нужд.

Такие *закупки* осуществляются на те средства налогоплательщиков, которые специально отбираются в тех или иных бюджетах и внебюджетных фондах, что и является главным фактором при отнесении закупочной деятельности субъектов гражданского права к сфере госзакупок в Казахстане.

Госзакупки должны осуществляться в соответствии со специально разработанными законодательством процедурами и правилами.

По казахстанскому законодательству, закупки органов местного самоуправления называются муниципальными, хотя разница между ними невелика, ведь и те, и другие осуществляются за счет общественных средств. К

тому же, как *государственные*, так и муниципальные *закупки* имеют одну цель – удовлетворить общественные потребности.

Государственные нужды (сокр. госнужды) - это потребности всех органов государственной власти в различных товарах, услугах и работах.

Соответственно, потребности органов местного самоуправления в товарах, услугах и работах, которые финансируются из местного бюджета, называются "муниципальными нуждами".

Соответственно Законодательство Республики Казахстан о государственных закупках основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из норм Гражданского кодекса Республики Казахстан, настоящего Закона и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан.

Если международным договором, ратифицированным Республикой Казахстан, установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, то применяются правила международного договора.

Осуществление государственных закупок в Республике Казахстан основывается на принципах:

1) оптимального и эффективного расходования денег, используемых для государственных закупок;

2) предоставления потенциальным поставщикам равных возможностей для участия в процедуре проведения государственных закупок, кроме случаев, предусмотренных настоящим Законом;

3) добросовестной конкуренции среди потенциальных поставщиков;

4) открытости и прозрачности процесса государственных закупок;

5) оказания поддержки отечественным производителям товаров, а также отечественным поставщикам работ и услуг в той мере, в которой это не противоречит международным договорам, ратифицированным Республикой Казахстан;

6) ответственности участников государственных закупок;

7) недопущения коррупционных проявлений;

8) приобретения инновационных и высокотехнологичных товаров, работ, услуг;

9) соблюдения прав на объекты интеллектуальной собственности, содержащиеся в закупаемых товарах.

Процесс государственных закупок в Республике Казахстан включает в себя:

1) разработку и утверждение годового плана государственных закупок (предварительного годового плана государственных закупок);

2) выбор поставщика и заключение с ним договора о государственных закупках;

3) исполнение договора о государственных закупках.

На основании соответствующего бюджета (плана развития) или индивидуального плана финансирования заказчик разрабатывает и утверждает годовой план государственных закупок в порядке и форме, определенных правилами осуществления государственных закупок.

В общем законодательство стран постоянно меняется и дополняется, это относится и к правилам осуществления госзакупок. С 1 июля 2019 года в Республике Казахстан изменились требования по госзакупкам.

Теперь, если Поставщик хочет участвовать в госзакупках, должен пройти проверку на Финансовую устойчивость. Это означает, что Поставщик будет проверяться на соответствие следующих условий:

- 1) доходы (оборотные средства) в течение последних 3 лет должны составлять не менее половины суммы, выделенной для госзакупки;
- 2) уплаченные налоги от доходов должны составлять не менее 3%;
- 3) стоимость основных средств в течение последних 3 лет должна составлять не менее 1/15 части суммы, выделенной для госзакупки;
- 4) фонд оплаты труда работников в течение последних 3 лет должен составлять не менее 1/15 части суммы, выделенной для госзакупки.

Данная информация будет извлекаться автоматически из информационных систем Комитета государственных доходов, которая будет проверяться веб-порталом перед подачей заявки на участие в конкурсе. Потенциальные поставщики, которые не будут отвечать вышеуказанных требованиям не смогут принимать участие в конкурсах.

Поправки по финансовой устойчивости вводятся в действие с 1 сентября 2019 года.

На первом этапе требования по финансовой устойчивости будут применяться только по госзакупкам в сфере строительства.

Ещё одним новшеством для потенциальных поставщиков стал Электронный депозитарий, который представляет собой электронную базу данных, содержащую сведения и документы, подтверждающие наличие опыта работы потенциальных поставщиков.

Таким образом, предоставление недостоверной информации по опыту работы теперь будет невозможно, а Заказчику это позволит избежать ныне допускаемых ошибок при подсчете условных скидок для определения победителя.

Сведения и документы, подтверждающие опыт работы, вносятся в электронный депозитарий потенциальными поставщиками в следующие сроки:

- 1) за предыдущие периоды (в течение последних десяти лет) не позднее 31 октября 2019 года;
- 2) за текущий год не позднее 31 декабря этого же года.

Также следует отметить, что ранее Приказом Министерства финансов Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 521 был утвержден Перечень товаров, работ, услуг, по которым государственные закупки осуществляются способом конкурса с предварительным квалификационным отбором (ПКО). Согласно данному перечню конкурс с ПКО проводится по следующим 5 (пяти) видам товаров, работ и услуг:

- 1) строительно-монтажные работы (вводится в действие 1 сентября 2019 года);
- 2) мебельная продукция (вводится в действие 1 июля 2019 года);

3) товары легкой промышленности (вводится в действие 1 июля 2019 года);

4) товары, относящиеся к категориям (согласно классификатору объектов информатизации) программного обеспечения и продукции электронной промышленности, включенным в реестр доверенного программного обеспечения и продукции электронной промышленности (вводится в действие 1 января 2020 года);

5) услуги по созданию и развитию объектов информатизации «электронного правительства» (вводится в действие 1 января 2020 года). (Табл.1)

Демпинг – это преднамеренное снижение цены на товар или услугу для вытеснения конкурентов. Для строительно-монтажных работ утверждена новая типовая форма договора. Для работ по проектированию утверждена отдельная типовая форма договора. Для иных видов работ, не связанных со строительством утверждена отдельная типовая форма договора.

Теперь Правилами по всем видам товаров, работ и услуг не разрешается предоставление цены заявки ниже цены, выделенной на конкурс более чем на 20% (за исключением работ нескольких видов работ).

В случае представления конкурсных ценовых предложений ниже 20% поставщики-победители должны вносить в виде обеспечения антидемпинговую сумму в размере равной сниженной сумме от минимальной допустимой цены, не признаваемой демпинговой.

Таблица 1. - Условия включения в ПКО:

п/п	Наименование товаров, работ, услуг	Условия включения в Перечень	Примечание
1	Строительно-монтажные работы	Являться финансово устойчивым	Соответствие потенциального поставщика предъявляемому требованию определяется веб-порталом автоматически в порядке, определенным Правилами
	Мебельная продукция	Наличие Индустриального сертификата, выданного НПП РК «Атамекен» производителю товаров мебельной промышленности	Соответствие потенциального поставщика предъявляемому требованию определяется веб-порталом автоматически на основе данных НПП РК «Атамекен»
	Товары легкой промышленности	Наличие Индустриального сертификата, выданного НПП РК «Атамекен» производителю товаров легкой промышленности	Соответствие потенциального поставщика предъявляемому требованию определяется веб-порталом автоматически на основе данных НПП РК «Атамекен»

п/п	Наименование товаров, работ, услуг	Условия включения в Перечень	Примечание
	Товары, относящиеся к категориям (согласно классификатора объектов информатизации) программного обеспечения и продукции электронной промышленности, включенным в реестр доверенного программного обеспечения и продукции электронной промышленности	Нахождение товара потенциального поставщика в реестре доверенного программного обеспечения и продукции электронной промышленности, формируемого уполномоченным органом в сфере обеспечения информационной безопасности	Соответствие потенциального поставщика предъявляемому требованию определяется веб-порталом автоматически на основе данных уполномоченного органа в сфере обеспечения информационной безопасности, формирующего реестр доверенного программного обеспечения и продукции электронной промышленности
	Услуги по созданию и развитию объектов информатизации	Наличие соответствующего Индустриального сертификата, выданного НПП РК «Атамекен»	Соответствие потенциального поставщика предъявляемому требованию определяется веб-порталом автоматически на основе данных НПП РК «Атамекен»

Здесь же следует отметить, что вводятся антидемпинговые меры и на товары, чего ранее в Правилах никогда не было.

Также в Республике Казахстан существует веб-портал государственных закупок (goszakup.gov.kz) – это государственная информационная система, позволяющая проводить государственные закупки в режиме реального времени.

Портал обеспечивает публикацию информации о потребностях заказчиков на поставку товаров, работ, услуг, их консолидацию, проведение закупочных процедур, определение поставщика, заключение электронных договоров и их исполнение.

В Республике Казахстан введена государственная программа «Цифровой Казахстан» – прогрессивное развитие цифровой экосистемы для достижения устойчивого экономического роста, повышения конкурентоспособности экономики и нации, улучшения качества жизни населения.

Проекты программы направлены:

- На разработку, внедрение и развитие цифровых технологий в ключевых отраслях экономики страны.
- На расширение инфокоммуникационной инфраструктуры, которая предоставит казахстанцам повсеместный широкополосный доступ к интернету и мобильную связь 4G (в будущем 5G).
- На улучшение качества и увеличение количества госуслуг, предоставляемых онлайн. Это позволит снизить бюрократию и коррупцию, а также сделать госорганы более эффективными и открытыми.

- На создание новых возможностей и благоприятных условий для предпринимателей посредством активного содействия в развитии электронной коммерции.
- На повышение общей цифровой грамотности населения, которая будет способствовать развитию отечественного IT-сектора, а также повысит качество образования и здравоохранения в Казахстане.

Таким образом веб-портал государственных закупок помогает реализовать государственную программу «Цифровой Казахстан», а также решает множество проблем по участию в госзакупках участников малого и среднего бизнеса.

Литература

1. Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана от 2 сентября 2019 года <http://www.akorda.kz>
2. Вайпан, В.А. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд. Комментарий и практика применения закона / В.А. Вайпан. - М: Юстицинформ, 2017
3. Коняев, С. Государственные закупки. Участвуем и побеждаем / С. Коняев. - М: Рид Групп, 2016.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Лукашенко Н.О., н.с.

Юрченко Н.С., м.н.с.

Інститут продовольчих ресурсів НААН

Харчова промисловість є однією з найбільш динамічних соціально розвинених галузей, в якій виробництво спрямовано безпосередньо на задоволення потреб широких верств населення. Водночас вона є найуразливішою до найменших коливань попиту на ринку продовольства. Враховуючи стрімкі зміни технологій та зростання вимог споживачів до якості харчової продукції, в глобальному виробництві продовольства відбуваються істотні трансформації. Дослідження потенціалу розвитку глобальної харчової промисловості та обґрунтування резервів підвищення її ефективності є надзвичайно актуальним з точки зору ідентифікації її стратегічних орієнтацій, які сприятимуть національній, регіональній та глобальній співпраці з метою формування ефективних політичних і управлінських рішень у сфері досягнення продовольчої безпеки [1].

Глобальний ринок продовольства включає в себе значну кількість галузевих ринків харчових продуктів зі своїми особливостями, ґрунтовне дослідження яких може сприяти міжнародній диверсифікації та відкриттю ринкових ніш для вітчизняних виробників.

Для України, зокрема для усіх галузей харчової промисловості, в

нестабільних соціально-економічних умовах особливо важливо періодично здійснювати розробку довгострокових стратегій подолання кризових явищ і подальшого зростання національної економіки. Найважливішою характеристикою стратегічних засад щодо розв'язання складних проблем розвитку певної галузі у сучасних умовах є цілеспрямоване визначення скоординованої системи дій і ресурсів необхідних для вирішення наявних проблем та досягнення успіху.

Для аргументованого прикладу, розглянемо стратегічні орієнтири розвитку декількох галузей харчової промисловості [2].

Цукрова галузь. Метою реалізації стратегії у цукровій галузі безумовно є здійснення модернізації, автоматизації та диверсифікації виробничих процесів у цукровій галузі на рівні світових лідерів виробництва, підвищення частки експорту цукру в загальному обсязі виробництва вітчизняних підприємств. Потужності діючих цукрових заводів становлять 3,7 тис. т переробки цукрових буряків на добу, а їх завантаженість – лише 47%. Незважаючи на зростання інвестицій у середньому по галузі, коефіцієнт спрацювання основних засобів на окремих цукрових заводах досягає 80%. Разом з тим безпосередньо у галузі відсутні стабільні джерела фінансування для модернізації виробничих процесів.

За останні 10 років обсяги експорту цукру збільшились у 6 разів - до 617 тис. т. Зросла також частка експорту у виробництві до 30,2%, що змінило рентабельність цукрових заводів з негативної на позитивну (6%). Насичення внутрішнього ринку власною продукцією сприяло зниженню обсягів імпорту в 13 разів - до 7 тис. т. у 2017 р.

За оптимістичним прогнозом до 2030 р. передбачається:

- ✚ зростання обсягів виробництва цукру до 3700 тис. т на рік, тобто в 1,8 раза, що потребує розширення посівних площ цукрових буряків в 1,2 раза та підвищення виходу цукру з 1 га в 1,5 раза;

- ✚ забезпечення споживчого попиту на внутрішньому ринку на рівні 1400 тис.т;

- ✚ збільшення експорту цукру до 2200 тис. т, що становитиме 60% його виробництва;

- ✚ забезпечення виробництва біоенергетичних продуктів через комплексну переробку на цукрових заводах цукросировини з виробництвом, окрім цукру, біоетанолу й завдяки цьому підвищення вдвічі доданої вартості від переробки цукрових буряків (у розрахунку на 1 га).

Молочна галузь. Проведеним дослідженням встановлено, що головне завдання стратегії розвитку молокопереробної галузі полягає у виробництві молока і молочних продуктів відповідно до європейських стандартів за якістю і обсягами, враховуючи при цьому потреби вітчизняного ринку та кон'юнктуру на світовому ринку.

На сьогодні існує тенденція, яка вже нині стримує подальший розвиток молокопереробної галузі, безпосередньо пов'язана із сільськогосподарським виробництвом молока-сировини, обсяги якого порівняно із 2001 р. зменшились в 1,3 раза – до 10,3 млн. т. Водночас упродовж останніх років середній

показник споживання населенням України молока та молочних продуктів (у перерахунку на молоко) не перевищував 210 кг/особу в рік, що майже удвічі менше від науково обгрунтованого рівня. Основні обсяги молока-сировини (близько 74%), переважно незадовільної якості, виробляють господарства населення. Це спонукає молокопереробні підприємства віддавати перевагу сільськогосподарським підприємствам. Можливості експорту вітчизняної молочної продукції обмежує невідповідність національних стандартів якості молока-сировини західним аналогам. Тому квоти на безмитний експорт молочних продуктів до Євросоюзу, повною мірою не реалізуються.

За оптимістичним прогнозом до 2030 р. передбачається досягти:

- + зростання обсягів виробництва молока-сировини на 46% (до 15,1 млн. т.);
- + збільшення фонду споживання на 48% (до 12,6 млн. т), відповідно довести споживання на одну особу в рік до 300 кг молочної продукції у перерахунку на молоко;
- + підвищення експорту молочної продукції у перерахунку на молоко-утричі (до 2,48 млн. т.)

Подальші ринкові трансформаційні перетворення в харчовій промисловості необхідно здійснювати, враховуючи пріоритетні напрями економічного розвитку: особливості територіального розміщення сировинних ресурсів, оновлення матеріально-технічної бази, модернізація основного капіталу виробництва, наявність інвестицій та інновацій для збільшення обсягів випуску конкурентоспроможної, експортно-перспективної продукції й розширення її асортименту, що дасть можливість задовольнити потреби як вітчизняного продовольчого ринку, так і сформувані експортний потенціал.

Література

1. Сичевський М.П. Харчова промисловість як основа продовольчої безпеки та розвитку держави.- К.:Аграр. Наука, 2019.-388 с.
2. Сичевський М.П., Юзефович А.Е., Коваленко О.В. Стратегія зростання Харчова промисловість України - 2030 (передумови і перспективи).- К.: Аграр. Наука, 2019.- 32 с.

СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Карпінська Г.В., к.е.н., с.н.с.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Сучасний стан вітчизняних промислових підприємств не відповідає світовим тенденціям глобалізації та конкурентоспроможності. Питома вага високо - та середньо-технологічних галузей у промисловості України залишається набагато нижчою, ніж у розвинутих країнах Західної Європи. Капіталовкладення не супроводжуються адекватною технологічною модернізацією та структурною перебудовою підприємств промисловості,

обсяги виробництва високотехнологічної продукції залишаються вкрай низькими. У зв'язку з цим, проблема збалансованого розвитку підприємств промисловості залишається досі актуальною.

Сучасний стан, перспективи та проблеми управління і розвитку промислових підприємств досить ґрунтовно висвітлені у працях відомих вітчизняних учених, таких як: Геєць В.М. [1], Буркинський Б.В. [2], Бутенко А.І. [3], Мардаровський Ф.З. [4] та ін. Засади збалансованого розвитку як економічної категорії та практичних аспектів управління збалансованим розвитком досліджені в працях закордонних та вітчизняних науковців Х. Биннер [5], Ст. Бір [6], С.В.Коверєга [7], Н.Г. Белопольського Н.Г., Кузьміної О.В. [8] та ін. Про те, питання визначення сутнісних характеристик збалансованого розвитку у науковій літературі є незавершеними.

Аналіз літературних джерел дозволив уточнити категорію «збалансований розвиток промислового підприємства» та визначити його сутнісні характеристики. Так, зокрема: збалансований розвиток промислового підприємства, як соціально-економічної системи це є послідовна зміна станів системи, кожен з яких не гірший порівняно з попереднім, при збереженні власної цілісності і збалансованості задля забезпечення безперервності розширеного відтворення з метою отримання конкурентних переваг. Сутнісні характеристики збалансованого розвитку промислового підприємства, як соціально-економічної системи – це є головні, визначальні процеси, що зумовлені системними зв'язками зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та тенденціями їх розвитку та повинні здійснюватися, або здійснюються суб'єктами системи (власниками, менеджерами, фахівцями, працівниками) для забезпечення розширеного відтворювального процесу системи.

За результатами аналізу літературних джерел можна виділити наступні сутнісні характеристики збалансованого розвитку промислового підприємства:

1. Збалансований розвиток підприємства - це процес узгодження основних фаз його відтворювального процесу. При цьому під узгодженням основних фаз відтворювального процесу розуміється така організація виробничого процесу при якій забезпечується безперервність та ритмічність матеріально-технічного забезпечення, безперервності та ритмічності виробництва, безперервності та ритмічності збуту та споживання продукції.

Рівень безперервності відтворювального процесу може характеризувати коефіцієнт безперервності, який визначається:

$$K_b = 1 - \frac{T_p}{T_{\Sigma}} \quad 1$$

де T_p – тривалість перерв у циклі відтворення;

T_{Σ} – тривалість відтворювального циклу (тривалість виробничого циклу та тривалість перерв).

$$T_p = T_{мтз} + T_v + T_{зс} + T_{дз} \quad 2$$

де $T_{мтз}$ – тривалість перерви від моменту одержання плану (заказу) виробництва до запуску виробничого процесу;

Тв - перерви у процесі виробництва у робочий час;

Тзс - тривалість непередбаченої за технологією виробництва перерви від моменту здачі продукції на склад до моменту її відвантаження споживачеві;

Тдз - тривалість дебіторської заборгованості за реалізовану продукцію, що не була своєчасно погашена.

Рівень ритмічності відтворювального процесу можна охарактеризувати коефіцієнтом ритмічності, який показує відповідність фактичного обсягу виробленої або реалізованої продукції, або отриманого прибутку і відповідного планового завдання. При визначенні цього показника можуть враховуватись, як від'ємні відхилення, так і позитивні (перевиконання).

$$K_p = 1 - \frac{\Delta П}{Ппл} \quad 3$$

де $\Delta П$ - недовиконання (перевиконання) плану;

Ппл – планове завдання.

2. Збалансований розвиток промислового підприємства – це процес поліпшення існуючого стану підприємства шляхом використання його внутрішніх, явних, незаангажованих в бізнес-процеси, доступних трудових, матеріальних, фінансових та інноваційних резервів.

При цьому під матеріальними резервами збалансованого розвитку розуміється наявні, незаангажовані матеріальні ресурси у процесах матеріально-технічного забезпечення, виробництва та збуту товарів (робіт, послуг).

Під фінансовими резервами збалансованого розвитку розуміється наявні, незаангажовані власні та залучені фінансові ресурси підприємства (прибуток, амортизація, грошові інвестиції)

Під трудовими резервами збалансованого розвитку розуміється наявні та потенційні трудові ресурси встановленої якості (вік, професійно-кваліфікаційні навички, фізичні можливості) та кількості.

Під інноваційними резервами збалансованого розвитку розуміється наявні науково-технічні ресурси, які задіяні (або можуть бути задіяні) в інноваційній діяльності підприємства, що сприятимуть оновленню основних виробничих фондів, технології виробництва і управління, продукції, що виробляється та кадрового фонду підприємства (права на комерційні позначення, права на об'єкти промислової власності, виробниче устаткування, пов'язане з технологічними інноваціями, авторські права та суміжні з ним права, чисельність працівників, зайнятих в інноваційній сфері, чисельність інженерно-технічних працівників і дослідників із науковим ступенем та т.ін.)

3. Збалансований розвиток підприємства - це творчий процес поліпшення існуючого стану підприємства на інноваційних засадах, який здійснюється фахівцями підприємства з високим рівнем професійної підготовки для забезпечення оновлення основних виробничих фондів, техніки та технології виробництва і управління, продукції та кадрового фонду.

При цьому під оновленням основних виробничих фондів розуміється реконструкція, модернізація, заміна та поповнення фізично чи морально

застарілих засобів праці якісно новими, прогресивнішими.

Оновлення технології управління представляє собою – застосування сучасних, удосконалених методів прийняття управлінських рішень, методів управління(засобів впливу на колектив або окремих робітників), методів та засобів обробки інформації.

Оновлення кадрового фонду - приведення у відповідність кількісного, вікового та якісного (кваліфікації, знань та вмінь) складу робітників до потреб організації.

4. Збалансований розвиток підприємства - це процес узгодження діяльності суб'єктів соціально-економічної системи підприємства (власників, менеджменту, персоналу) з дією об'єктивних економічних явищ, економічних законів і закономірностей та законів суспільного розвитку для нівелювання дисбалансів, що виникають під впливом зовнішнього оточення підприємства з метою забезпечення розширеного відтворення.

Практична діяльність суб'єктів соціально-економічних систем і зокрема підприємств повинна бути узгоджена з дією об'єктивних економічних явищ, законів і закономірностей, законів суспільного розвитку. Суб'єкти соціально-економічних систем не можуть входити в протиріччя з діючими об'єктивними законами. Необхідно розуміти, що в умовах ринкової економіки діють основні економічні закони і закони суспільного розвитку, так як сам ринок є одним з елементів відтворювального процесу, на якому реалізуються відносини попиту і пропозиції та реалізується середа споживання.

Будь-яка соціально-економічна система прагне до стабільного стану і хоче уникнути хаосу. Однак закони діалектики свідчать про протилежне становище. Стабільність не може існувати сама по собі, без хаосу і кризи. Стабільний стан і криза — постійні антагонізми в розвитку будь-якої системи. Тобто, криза— об'єктивне явище в соціально-економічній системі, в основі функціонування і розвитку якої лежить керівна діяльність людини. В економічній теорії досліджено і зроблено висновок — щоб запобігти кризі, потрібно ефективно управляти соціально-економічною системою, що не можливо без нівелювання дисбалансів в системі з метою забезпечення розширеного відтворювального процесу.

При цьому під дисбалансами розуміється невідповідність розподілу матеріальних, фінансових, трудових та інноваційних ресурсів підприємства вимогам забезпечення безперервності та ритмічності розширеного відтворення.

5. Збалансований розвиток підприємства - це процес узгодження індивідуальних та колективних інтересів суб'єктів соціально-економічної системи(власників, менеджерів, фахівців, працівників) та інтересів суспільства.

В основі створення та функціонування будь-якої соціально-економічної системи лежать потреби та інтереси її соціумів. Узгодження інтересів усі часи є однією з основних теоретичних і практичних проблем удосконалення управління соціально-економічними системами. Різноманіття інтересів, відмінність особистісних характеристик викликає постійну необхідність удосконалення мотиваційних моделей для отримання необхідних результатів

виробництва. Відсутність узгодженості інтересів призводить до зниження відповідальності як окремих робітників, так і колективу у цілому і як, правило до зниження ефективності виробництва.

Література

1. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
2. Соціально-економічний розвиток Українського Причорномор'я: виклики і можливості: монографія / [Буркинський Б.В. та ін.]; за наук. ред. Буркинського; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2016. – 810с.
3. Бутенко А.І. Концептуальні підходи до мотивації в інноваційній діяльності підприємства [Електронний ресурс] / А.І. Бутенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. - №1 (17). – С. 283-289. Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n1.html>
4. Мардаровський Ф.З., Кузьминов А.В., Орлов В.Н. Технология и культура управления в отрасли связи / Под ред. Ф.З. Мардаровского. – Одесса: ИПРЕЕИ НАН Украины. – 2000. -268с.
5. Binner H.F. Organisations- und Unternehmensmanagement / H.F. Binner. – München : Hanser, 1998.
6. Beer S. Beyond Dispute : The Invention of Team Syntegrity / S. Beer. – London : Wiley, 1994. – 380 p
7. Коверга С.В. Моделі та методи прийняття рішень у сфері управління збалансованим розвитком промислових підприємств // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2016. - № 1. – С.144-156
8. Белопольський М.Г., Кузьміна О.В. Обґрунтування стратегії збалансованого розвитку промислових підприємств // Вісник Дніпропетровського університету. – 2016. – Вип. 6. – С.23-33

ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ ДОСВІД

**Соловей А.О., к.і.н., доцент, Ботіка Т.С., к.і.н., ст. викладач,
Мамроцька О.А., к.і.н., ст. викладач
Одеська національна академія харчових технологій**

Сучасне суспільство постійно прагне до поліпшення рівня умов життя, яке може забезпечити тільки стійкий економічний розвиток. Проте, спостереження науковців показують, що довготривале економічне зростання не є рівномірним, а постійно змінюється періодами нестабільності [1]. Глобалізація світової економіки несе в собі серйозні непорозуміння та загострення протиріч між різними системами. Дослідник Б. Гаврилишин стверджує: «Глобалізація, яка стала можливою завдяки швидкому прогресу телекомунікацій, комп'ютеризації і транспорту, є вирішальним фактором економічних співвідношень між країнами, робить їх економічно

співзалежними» [2]. Саме у цій площині виділяються політичні, економічні та фінансові кризи.

Світова економіка – це живий організм, в якому періоди стабілізації змінюються гострими проблемами. Явище економічної кризи спеціалісти поєднують з економічним бунтом, хоча саме останнє нерідко виступає передумовою першого. Всі наведені наукові причини пояснюють виникнення економічних криз з різних сторін. Як правило, глобальні кризи спричиняють так званий дзеркальний ефект, коли труднощі в одних країнах відображаються на становищі інших. Як висока температура в організмі людини заважає нормальній життєдіяльності, так і криза здатна вражати всю економічну систему світу.

Існують різні точки зору щодо аналізу природи виникнення криз. Протягом тривалого часу над цими аспектами працювала велика кількість зарубіжних і вітчизняних вчених. Науковий підхід щодо з'ясування причин виникнення економічних криз пов'язаний з представниками класичної школи політичної економії. Цим питанням займався видатний англійський економіст Д. Рікардо, на думку якого головна причина кризи полягала у нерівномірності та несправедливості у розподілі багатств. Дж. Кейнс запропонував спосіб уникати кризи дією закону психології. Швейцарський економіст та історик, один із засновників політичної економії С. де Сісмонді пояснював кризи недоспоживанням народних мас, невідповідністю між виробництвом і споживанням. Як стверджував К. Маркс, кризи – це суперечність між виробництвом і споживанням. Український економіст М. Туган-Барановський причину виникнення криз вбачав у диспропорції між рухом заощаджень та інвестицій у галузях, що виробляють засоби виробництва [3].

Всесвітньо відомий промисловець Г. Форд у своїй праці «Моє життя та робота» прийшов до висновку, що надмірна переоцінка грошей і використання їх як товару рано чи пізно призведе до руйнівних наслідків. Адже основу успішної економіки формують дві головні складові: по-перше, виробництво необхідних товарів; по-друге, купівельна спроможність споживачів. Загрозу Г. Форд вбачав у надмірній «роздутості» фінансового сектору. Не випадково він максимально уникав кредитування свого підприємства, чим дуже розчарував тодішніх банкірів.

Сучасна українська дослідниця О. Орловська явище кризи пояснює складними соціально-економічними та філософськими аспектами. Вона виділяє як позитивні, так і негативні наслідки криз для економік країн. За всю світову історію становлення та розвитку світового індустріального суспільства відомі багато криз, які виникали з різних причин [4]. Особливо бурхливим на світові фінансові кризи було ХХ ст. Велику роль у цьому відіграли як Перша, так і Друга світові війни, які перетворили на руїни економіки багатьох країн.

Що стосується природи економічних криз в Україні, то, здебільшого, вона обумовлена її непростим минулим. Причини кризових явищ в економіці України за часи незалежності, можна поділити на наступні: перша – причини, що перейшли в українську економіку із розпадом Радянського Союзу; друга –

необдумана соціальна-економічна політика владних інституцій; третя пролягає у необхідності трансформації національної економіки.

Діагноз української економіки – недооцінка власних ресурсів і нераціональне їх використання. Україна останнім часом докладає значних зусиль, щоб подолати кризу, яка має системний характер, позбутися наслідків колоніального минулого і сформувати соціально-економічну модель, засновану на інституті приватної власності. Для цього їй доводиться повністю вибудовувати нову ринкову інфраструктуру. Крім того, Україна перебуває під впливом зовнішніх факторів.

Україна як нова європейська держава, що перебуває на етапі переходу від системи традиційно-консервативного індустріалізму до системи інформаційної економіки та соціально справедливого суспільства, має особливий історичний шанс на прискорений соціально-економічний розвиток. Цей шанс – в інтелектуалізації розвитку, реалізації інноваційних стратегій, переході до сталого розвитку [5]. Головним стратегічним напрямом українського прориву у світову систему ХХІ ст. є виробництво і реалізація нових знань на глобальних ринках. Проблема міжнародної конкурентоспроможності України у світі може бути вирішена лише через інтелектуалізацію соціально-економічного розвитку. Незважаючи на кризові явища перехідного етапу державотворення Україна зможе забезпечити прискорений та якісний розвиток.

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що кризи характерні для всіх типів сучасних економічних систем, але їх прояви в кожній із них суттєво відрізняються. Дана проблематика є актуальною та важливою, що обумовлює подальші наукові дослідження.

Література

1. Дзюбик С.Д., Ривак О.С. Основи економічної теорії: навч. посібник / С.Д. Дзюбик, О.С. Ривак. – К.: Знання, 2006. – 481 с.
2. Соколенко С.І. Глобалізація і економіка України / С.І. Соколенко. – К.: Логос, 1999. – 566 с.
3. Карвацка Н.С. Світові економічні кризи: причини виникнення, наслідки, інструментарій розвитку / Н.С. Карвацка // Вісник Хмельницького національного університету. – № 2. – Т. 2, 2011. – С. 53 – 61.
4. Орловська О.В. Світові економічні кризи: причини виникнення, наслідки та шляхи подолання / О.В. Орловська // Збірник наук.-техн. праць. – Львів, 2015. – С. 197 – 202.
5. Скоцик В. Як нам жити в епоху змін? / В. Скоцик. – К.: Самміт-книга, 2017. – 176 с.

ЗЕМЕЛЬНЕ ПИТАННЯ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ

Шишко О.Г., к.і.н., доцент, Орлова В.О., к.ю.н., ст. викладач
Одеська національна академія харчових технологій

У 13-й статті Конституції України зафіксовано, що «земля, її надра, атмосферне повітря, водні та інші природні ресурси, які знаходяться в межах території України, природні ресурси її континентального шельфу, виключної (морської) економічної зони є об'єктами права власності Українського народу». Стаття 14-та Основного Закону України гарантує право власності на землю, яке «набувається і реалізується громадянами, юридичними особами та державою виключно відповідно до закону» [4, с. 5-6]. Земельний кодекс України, фіксуючи положення про те, що «земля – основне національне багатство», визначає суть земельних відносин, які є суспільними відносинами щодо «володіння, користування і розпорядження землею» [3].

У той же час до нині в Україні відсутній ринок землі, із 2001 р. діє мораторій на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення. Іншими словами власники земельних паїв не мають змоги вільно розпоряджатися своєю власністю. Щоб розблокувати це питання, щоб розпочати процес запровадження повноцінного ринку землі Президент України Володимир Зеленський звернувся до Верховної Ради України з пропозицією підготувати законопроект та прийняти до кінця 2019 р. Закон України, який би скасував мораторій та відкрив дорогу до ринку землі. Кабінет Міністрів підготував відповідний законопроект та направив його на розгляд до Верховної Ради України. Отже, вірогідно, починаючи з жовтня 2020 р. в Україні розпочнеться радикальна земельна реформа. У зв'язку з цим виникає питання: чому в Україні, яка славиться у всьому світі своїми чорноземами, до нині не було врегульовано земельні відносини відповідно до ринкових засад?

Відповідь на це питання криється у тій спадщині, яку отримало українське селянство та все суспільство від радянського періоду в історії України. Колишні колгоспники у 90-тих роках ХХ ст. отримали земельні наділи після розпаювання колгоспних земель. Власне самі колгоспи існували на основі колективної форми власності, а їх діяльність жорстко контролювалася органами єдиної в радянські часи комуністичної партії. Програмні засади цієї партії категорично забороняли приватну власність. Ця заборона означала, що селянство позбавлялося права бути власником землі та вільно розпоряджатися результатами своєї праці й було перетворене на сільських пролетаріїв.

Відправною точкою цих процесів став декрет про землю, який було прийнято 27 жовтня 1917 р. на II-му Всеросійському з'їзді рад та який проголошував тезу про те, що приватна власність на землю скасовується назавжди. Владислав Верстюк наголошував, що «в історії революції не було більш популістського акту, ніж декрет про землю, і одночасно документа такої безпрецедентної деструктивної сили» [2, с. 561]. Руйнівна сила цього декрету, зокрема, полягала у тому, що селяни, отримавши землю, були позбавлені права не тільки вільно розпоряджатися землею, а й розпоряджатися результатами своєї праці та вільно продавати збіжжя на ринку.

В Україні імплементація цього постулату відбулась у Конституції УСРР, яка була прийнята на III-му Всеукраїнському з'їзді рад 6-го березня 1919 р. та у якій було зафіксовано положення про те, що УСРР «проводить у життя заходи,

що безпосередньо спрямовані на знищення нинішнього економічного устрою та проявляються у скасуванні приватної власності на землю та на всі інші засоби виробництва» [6, с. 129].

Якими мали бути такі «заходи» засвідчили рішення III з'їзду КП(б)У, який відбувся на початку березня 1919 р. Так, у постанові з'їзду «Про земельну політику» найголовнішим завданням моменту вважався перехід від одноосібного господарства до товариського, колективного, а одноосібне землеробство характеризувалося як «тимчасове й відживаюче». Відповідно, ставилося завдання створити на основі поміщицьких земель якнайбільше радгоспів та колгоспів.

Отже, практичні заходи радянської влади у сфері земельних відносин полягали не в тому, щоб поділити поміщицьку землю та передати її селянам, а в тому, щоб на основі поміщицького землеволодіння створити колективні господарства або комуни для спільного обробітку землі. У цьому питанні інтереси цієї влади розходилися з інтересами селянства, яке прагнуло стати повноправним власником колишньої поміщицької землі. Результатом такої невідповідності інтересів стала запекла та кровопролитна боротьба між цією владою та селянством. Зокрема, в Одеському та Тираспольському повітах у липні 1919 р. вибухнуло потужне антибільшовицьке Придністровське повстання, ядро якого склали німці-колоністи та у якому взяли участь селяни інших національностей [10].

Опір селянства комунам був настільки сильним, що частина членів КП(б)У відверто почала займати позицію їх неприйнятності для України. Свідченням цьому стала одна з публікацій у київській газеті «Більшовик» у лютому 1920 р., у якій чітко була сформульована теза про те, що «наша партія більшовиків-комуністів проти будь-яких радянських господарств, а ті партії, які будуть агітувати за комуни та радянські господарства, не знають потреб селян, вони їм вороги» [1].

Відповідно у першій половині 1920 р. радянська влада змушена була зробити паузу у запровадженні колективних форм обробітку землі. Але вже у другій половині 1920 р. ця влада не тільки повернулася до практики створення комун та артільей на основі поміщицьких земель, а й оголосила кампанію ліквідації куркульства як класу. На практиці це означало, що у заможних селян почали відбирати не тільки захоплену ними поміщицьку землю, але і взагалі надлишки землі, наділяючи нею безземельних та малоземельних селян.

Зокрема, у резолюції 1-го Всеукраїнського з'їзду комітетів незаможних селян, який відбувся у листопаді 1920 р., наголошувалось на тому, що «куркульське господарство має бути ліквідовано так само, як і поміщицьке, а земля у куркуля вся повинна бути відібрана, його будинок використаний для громадських потреб, а сам куркуль повинен бути вигнаний із села, як поміщик був вигнаний із свого маєтку» [7, с. 78]. Отже, у заможних селян почали відбирати не тільки землю, а й худобу, у т. ч. племінну, коней та сільськогосподарський реманент [8, с. 366]. Вже навесні 1921 р. з'ясувалося, що ця худоба або загинула, або була виснажена, а отриману землю незаможні

селяни чомусь не могли обробляти. Так само мізерною виявилась на кінець 1920 р. кількість колгоспів в Україні, яка не дотягувала й до однієї тисячі. Продуктивність цих господарств теж була низькою, адже їх утворювала лише незначна частина найбіднішого селянства та сільськогосподарського пролетаріату [9, с. 76].

У той же комуністична партія, яка своє повновладдя приховувала за терміном радянська влада, не збиралась відмовлятися від своїх програмних засад у аграрній сфері. Свідченням цьому стала постанова 5-го Всеукраїнського з'їзду рад «Про закріплення користування землею», яка була прийнята 3-го березня 1921 р. У цій постанові була закріплена норма про те, що «у тих волостях і селах, де зараз вже закінчено відбирання зайвої землі у куркулів і розділено колишні приватні землі, а також у напрямі соціалістичного земельного устрою зроблено відвід для Радянських Господарств, цукрових заводів та інших державних господарств і відведений волосний земельний фонд – закріпити на дев'ять років користування земельними ділянками за тими трудовими господарствами, які їх обробляють» [5, с. 93]. Причому у постанові наголошувалось, що ці норми не поширюються на тих господарів, які «згідно Радянських законів позбавлялися права користуватися землею за участь у контрреволюційних виступах, зокрема за бандитизм та злісне дезертирство та за інші точно вказані у законі випадки».

Та найбільш суттєвою нормою цієї постанови було застереження про те, що закріплення земельних ділянок за господарствами мало бути таким, щоб у майбутньому давало змогу «перейти до колективних форм користування землею».

Таким чином, ця постанова остаточно закріпила на довгі десятиліття правову норму, яка наділяла селян правом лише користування землею і позбавляла їх права бути її повноцінними власниками та господарями з правом розпоряджатися як землею, так і результатами своєї праці. Та найбільш жахливим наслідком аграрної політики РКП(б)-КП(б)У, активна фаза якої розпочалась у 1920 р., стало відлучення селян від землі, перетворення їх з господарів на сільських пролетаріїв.

Література

1. Більшовик (Київ). – 1920. – 28 лютого.
2. Верстюк В. Ф. Селянство в теорії і політиці більшовизму / В. Ф. Верстюк // Історія українського селянства. – Т. 1. – К.: Наукова думка, 2006. – С. 555-575.
3. Земельний кодекс України (із змінами) // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 3-4, ст. 27.
4. Конституція України. – К.: Українська правнича фундація, 1996. – 55 с.
5. Постанова 5-го Всеукраїнського з'їзду Рад «Про закріплення користування землею» // Збір законів і розпоряджень Робітничо-селянського уряду України. – 1921, 15 лютого-3 березня. – Ч. III. – С. 93.
6. Слюсаренко А. Г., Томенко М. В. Історія української конституції / А. Г. Слюсаренко, М. В. Томенко. – К.: Т-во “Знання” України, 1993. – 190 с.

7. Комітети незаможних селян України (1920-1933): Збірник документів і матеріалів. – К., 1968.

8. Супруненко Н. И. Очерки истории гражданской войны и иностранной военной интервенции на Украине (1918-1920) / Н. И. Супруненко. – М.: Наука, 1966. – 455 с.

9. Чмыга А. Ф. Колхозное движение на Украине (1917-1929 гг.). Очерки истории / А. Ф. Чмыга. – М.: Изд-во Московского университета, 1974. – 320 с.

СОЦІОГУМАНІТАРНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ЗНАННЯ

**Лар'яновський І. С., к. ф. н., ст. викладач
Одеська національна академія харчових технологій**

Відомо, що методологічними принципами оцінювання класичного та некласичного знання є раціональність, істинність, доказовість, релевантність, логічна простота тощо [3, с. 12-12, 115-119, 213-214, 301-302, 345-346; 6, с. 169-170]. Ці принципи, у тому або іншому тлумаченні, визнаються світовою науковою громадою в якості беззаперечних «внутрішніх» цінностей наукового знання [1, с. 179-187]. Але в наш час на розвиток науки та наукомісткої технології з не меншою силою починають впливати і так названі «зовнішні» цінності, що, як за правило, фактами підтверджені бути не можуть і тому зберігають апріорний, «зовнішній» щодо наукового досвіду статус [4, с. 125-131]. Серед них особливо слід відзначити філософсько-світоглядні, морально-етичні, естетичні, соціально-економічні цінності. Їхня методологічна роль у постнекласичному науково-технічному процесі стрімко зростає [7, с. 184-294].

Постнекласичне науково-технічне знання маніфестує власну цінність у формі конструктивного буття, тобто буття істинно-належного, нормативного, еволюційно-креативного. Це потребує нетрадиційного, позаутилітарного підходу до оцінювання знання та інжинірингу, оскільки шукана оцінка має бути не лише певною скалярною величиною, що дозволяє лише вказувати на оцінюване науково-технічне знання – в залежності від визначеної кількісної величини, – як на цінне, малоцінне або надзвичайно цінне. На відміну від останнього, у комплексному соціогуманітарному оцінюванні необхідно з'ясувати – яким насправді є характер еволюційної перспективи, що її надає культурі та соціуму оцінюване постнекласичне науково-технічне знання. Та, окрім цього, мати на увазі, що спростування постнекласичного науково-технічного знання не знищує його базову цінність – якщо, звичайно, воно цією цінністю володіло, – оскільки загальнозначущий соціокультурний інваріант, що був маніфестований цим знанням, не усувається подальшим науково-технічним розвитком, а стає елементом нового, більш потужного, більш глибокого, більш місткого соціокультурного інваріанту. Подібні інваріанти ми визначаємо як інтегральні цінності знання.

В основу запропонованого нами підходу покладено ідею комплексного

філософсько-аксіологічного аналізу науково-технічного знання. Процедура названого аналізу повинна передбачати виявлення ціннісно-нормативного «ядра» аналізованого знання та його подальшу багатогранну інтерпретацію через застосування в якості методологічного засобу інтегральної філософської концепції цінності [2, с. 37-42]. Аксіологічний аналіз науково-технічного знання на основі інтегральної концепції цінності має бути не чим іншим, як своєрідним «тестуванням» оцінюваного знання щодо його принципової еволюційної новизни та наявності у цьому знанні позитивно-креативного соціокультурного потенціалу.

У відповідності до останнього, задля релевантного проведення соціогуманітарного аналізу постнекласичного знання необхідно розширити процедуру його оцінювання до масштабів філософсько-гуманітарної інтерпретації, яка має здійснюватись в багатовимірному значеннєвому просторі загальнолюдських інтегральних цінностей. Тобто, сучасний оцінний аналіз знання повинен бути комплексним та передбачати – в якості системотворчого нормативного принципу – застосування певної інтегральної цінності. І якщо у царині наукомісткого інжинірингу розпочати діяти саме так, тобто супроводжувати конструювання, експлуатацію, модернізацію та утилізацію соціотехнічних систем перманентним експертним оцінним аналізом, то подібний інжиніринг вже в найближчій перспективі буде трансформовано у стійкий, ціннісно-орієнтований, позаутилітарний, ноосферогенетичний еволюційний процес.

Одночасно з цим, у самому науково-технічному знанні необхідно визначити принципи постнекласичного планування та ціннісно-орієнтованої оптимізації високотехнологічної інженерно-технічної діяльності [5, с. 31-55, 94-114]. Ці принципи, у свою чергу, мають бути корелятивні новітнім інженерним підходам щодо конструювання, експлуатації та утилізації складноорганізованих соціотехнічних комплексів як відкритих систем, що еволюціонують. Притім, таким чином, щоб в якості творчо-дієвих елементів подібних комплексів були б у змозі себе упредметнити масштабні цінності нової історичної епохи. Йдеться про цінності ноосферогенезису, що за змістом та еволюційною спрямованістю є соціокультурними інваріантами надвеликої місткості, які, цілком ймовірно, здатні надати антикризовим стратегіям управління науково-технічною діяльністю геокосмічної перспективи.

Експертне оцінювання науково-технічного знання доцільно розпочинати з експлікації та артикуляції найбільш масштабних, інтегральних цінностей, що маніфестовані цим знанням, причому розгортати зміст експлікованих цінностей слід у щонайширшому – глобальному соціокультурному контексті. Тим самим, експертний аналіз науково-технічного знання має перетворитися на філософсько-інтегративну реконструкцію постнекласичних цінностей, яку повинно проводити з урахуванням притаманної їм екзистенціальної змістовності та багатоаспектної функціональності. Останнє потребує перенесення «фокусу» оцінного аналізу з одержаних науково-технічних результатів та створених високотехнологічних артефактів на глибинні

інваріанти оцінюваного знання. Саме такий аналіз слід покласти в основу розширених, позаекономічних експертиз постнекласичної наукової та інженерно-технічної діяльності, яких ця діяльність сьогодні конче потребує. Результати соціогуманітарного експертного оцінювання доцільно використовувати для коригування та оптимізації науково-технічної політики, а також для своєчасної ідентифікації цінностей нової епохи, що мають генетичні витоки в царині постнекласичного знання та наукомісткого інжинірингу.

Висновки:

1. Для новітнього етапу розвитку науки та техніки характерним є формування значущих кореляцій між соціокультурними цінностями та когнітивними цінностями. Це означає, що соціокультурні цінності вже неможливо елімінувати із сучасного науково-технічного знання без спотворення самого цього знання. Остання обставина потребує від методологів та технічних експертів формування філософсько-інтегративного бачення постнекласичної наукової та інженерно-технічної діяльності як ціннісно-акцентованого соціокультурного процесу.

2. Дійсно цінний постнекласичний науково-технічний результат то є не що інше, як актуалізація виявленої у творчому зусиллі людини еволюційної буттєвої потенції та, через це, необоротне нарощування наукомісткої інноваційної складності технологічних систем. Таким чином, інноваційний постнекласичний інжиніринг, що відповідний принципам функціонування цих систем, доцільно розглядати як специфічну фазу надбіологічного продовження еволюції живого на Землі, що базує себе на використанні високотехнологічних артефактів в якості штучно-природних субстратів.

3. Системотехнічна інженерна діяльність, а також відповідне їй постнекласичне наукове знання потребують критично-конструктивного міждисциплінарного експертного розгляду, основою якого саме й має стати соціогуманітарне оцінювання. Під час проведення означеного оцінювання слід, у першу чергу, аналізувати соціокультурні ландшафти інноваційної мутагенності науково-технічного знання, що їх продукує постнекласичний інжиніринг, та з'ясовувати еволюційний характер та креативний потенціал конкретних форм запроваджуваної науково-технічної політики.

Література

- 1.Ивин А.А. Аксиология / А.А.Ивин. – М.: ВШ, 2006. – 390 с.
2. Лар'яновський І. С. Інтегральний аксіологічний підхід до оцінки науково-технічної діяльності / І. С. Лар'яновський // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2016. – №3. – С. 37-42.
- 3.Мамчур Е.А. Образы науки в современной культуре / Е.А. Мамчур. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2008. – 400 с.
- 4.Мелков Ю.А. Факт в постнеклассической науке: [монография] / Ю. А. Мелков. – К.: Издатель ПАРАПАН, 2004. – 224 с.
5. Стасинопулос П. Проектирование систем как единого целого: Интегральный подход к проектированию для устойчивого развития / Питер Стасинопулос,

Майкл Х. Смит, Карлсон Харгроувс, Черил Деша; [пер. с англ.]. – М.: Эксмо, 2012. – 288 с.

6. Томпсон М. Философия науки / Мел Томпсон; [пер. с англ.]. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 304 с.

7. Этнос науки / [Демин Н.В., Огурцов А.П., Порус В.Н., Степин В.С. и др.]; РАН: Ин-т философии. – М.: Academia, 2008. – 544 с.

РУШІЙНІ СИЛИ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

Петракова Є. Р., к.п.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Механізм відбору вданих концептів соціального життя створюється і цілеспрямовано змінюється людьми, що здійснюють регламентацію всієї сукупності функцій, форм, методів, важелів і стимулів соціального управління, щоб досягти найбільшої його ефективності в даних конкретно- історичних умовах. Суспільство як складна, багатоцільова соціальна система вимагає, щоб механізм управління забезпечував чітку взаємодію всіх його підсистем і рішення поставлених перед ним завдань. З цієї позиції у загальному механізмі управління виділяють економічний, організаційний та соціально-культурний механізм, основу взаємозалежного функціонування яких складають вимоги системи об'єктивних законів соціального розвитку і управління.

Австрійський філософ Л. фон Мізес, який розглядав проблеми економіки розкрив дію механізму соціального управління в західноєвропейському соціокультурному дискурсі: «Діюча людина прагне виправити незадовільний стан справ і досягти більш задовільного. Вона уявляє собі умови, які краще їй підходять, а її діяльність направлена на те, щоб досягти бажаного стану. Мотивом, який спонукає людину діяти, завжди виступає деяке занепокоєння. У людини, повністю задоволеної станом своїх справ, не буде стимулі до змін. У неї не буде ні бажань, ні жадань; вона буде абсолютно щасливою... Але щоб примусити людину діяти, простого занепокоєння і уявлення про задовільний стан не достатньо. Необхідна третя умова: очікування, що цілеспрямована поведінка здатна усунути чи щонайменше пом'якшити відчуття занепокоєння. Якщо ця умова не виконується, то будь-яка дія неможлива... Будь-яка існуюча структура суспільства є продуктом попередньо продуманих ідеологій. В суспільстві можуть виникнути нові ідеології і витіснити старі, тим самим трансформували суспільну систему. Однак суспільство завжди є творінням ідеологій, які передують йому в часі і логічно. Діяльність завжди направляється ідеями; вона реалізує те, що спланувало мислення» [1, с. 178].

Соціальне управління включає два основних підкласи – управління індивідуальною діяльністю людини і управління колективною діяльністю людей. Найважливішими видами соціального управління є адміністративно-державне (політичне) управління, управління соціально-культурною сферою

(духовним виробництвом), управління матеріальним виробництвом. Люди як головна продуктивна сила пізнають і використовують закони природи і суспільства в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних і духовних благ. Об'єктами вивчення при цьому виступають соціальні системи, а предметом – система управління різними сферами суспільства та областями організації соціального життя. Наприклад, управління суспільним виробництвом включає процеси управління народним господарством, галуззю, регіоном, об'єднанням, підприємством, а також управління усередині кожної соціально-економічної системи.

Український дослідник А. Карась наводить міркування Дж. Макліна про те, що спроможність до дії в суспільстві обумовлюється соціокультурними «зразками» поведінки групи, яка має назву «чеснота». Їх неминучою засадою є реалізована попередньо «комунітарна» свобода. Щоб пояснити дану категорію А. Карась звертається до концепції громадянського суспільства, яке культивує в соціумі «відповідальну дію». Ця дія виявляє себе в оволодінні речами, знаннями і вартостями і обмежується соціально-юридичним законом найбільш повно розробленим І. Кантом. Як бачимо, дослідники вбачають в західноєвропейському феномені громадянського суспільства суб'єкта ССУ. Даний суб'єкт справив відчутний вплив на розвиток СУ в Західній Європі. Саме під тиском громадянського суспільства відбувались численні адміністративні реформи, які були направлені на подолання недоліків публічних служб, підвищення ефективності державного апарату, його адаптації до управління швидкозмінними соціально-економічними відносинами. Діяльність громадського суспільства сприяла згуртуванню західноєвропейських соціумів на основі загальнолюдських, професіональних, національних і соціальних цінностей [2, с. 53-54].

Л. фон Мізес, якого ми вже згадували, глибоко дослідив проблему впливу на суспільство. Він дійшов висновку, що кардинальні зміни в цьому процесі відбулися за останні двісті років і були пов'язані зі швидким розвитком економічної теорії. В попередній період всі соціальні проблеми, на його думку, розглядалися як етичні. Вважалося, що для досягнення ідеального суспільства необхідні добрі правителі і добродішні громадяни. Внаслідок прогресу капіталізму в західних країнах ситуація кардинально змінилась і на даний виклик відповіла економічна теорія. Вчений констатував: «Відкриття невідворотності взаємозалежності ринкових явищ змінило цю думку. Збитим з пантелику людям довелося пристосовуватись до нового погляду на суспільство. Вони з приголомшенням дізналися, що людська дія може розглядатись не як добра чи погана, чесна чи нечесна, справедлива чи не справедлива. Суспільному життю притаманна регулярність явищ, яку людина повинна враховувати в своїй діяльності, якщо вона прагне досягти успіху. Марно ставитись до подій суспільного життя з позицій цензора, який щось схвалює, або не схвалює у відповідності до досить довільних стандартів і суб'єктивних оцінок. Необхідно вивчати закони людської діяльності і суспільного співробітництва, як фізик вивчає закони природи. Револьюційне перетворення

людської діяльності і суспільного співробітництва в об'єкт науки про дані залежності замість нормативного опису мало величезні наслідки як для пізнання і філософії, так і для суспільної діяльності [1, с. 6].

В усіх країнах Західної Європи ССУ ґрунтується на концепції отримала «нового публічного управління» - державного менеджменту. Головними його принципами визнано, на думку українських дослідників А. В. Решетніченко, О. Б. Кіреєвої: «1) децентралізацію - організація діяльності (керівництво) відбувається шляхом постановки завдань, а не виконанням функцій і встановлених правил; 2) результативність - акцент швидше на наслідках діяльності, ніж на процесах, а відтак, капітал вкладається в результати, а не в наміри; 3) інтенсивну орієнтацію на споживача - підвищення якості надання послуг, можливості вибору на конкурентній основі та посилення довіри до влади з боку приватного сектора і суспільства; 4) досягнення змін шляхом пошуку інновацій та запровадження принципів бізнесу в управлінні державними справами, включаючи аутсорсинг та зовнішні контракти; 5) зниження державних видатків, підвищення спроможності держави до розвитку та реалізації політики, поліпшення виконання державою функцій роботодавця та заохочення підприємницького заробітку» [3, с. 24-25]. Під впливом управлінської революції в Західній Європі закони і принципи соціального наукового управління міцно увійшли у життя всіх суб'єктів управління, перш за все держав.

Практика Німеччини, Швеції та інших європейських країн показує, що соціальна орієнтованість економіки вимагає доповнення системою заходів, що забезпечують партнерську співпрацю найманих працівників, які представлені профспілками, з роботодавцями. Таке партнерство здійснюється постійно, на двосторонній основі, переважно у формі укладення колективних договорів та угод, що регулюють соціально-трудова відносини. Специфічним видом соціального партнерства є трипартізм (тобто складений з трьох частин): до звичайних партнерів - працівників і роботодавців - приєднуються і представники держави - органів виконавчої влади та місцевого самоврядування. Ця співпраця може здійснюватися як регулярно, так і нерегулярно - лише у випадках загострення соціальної ситуації в галузі, регіоні або країні в цілому.

Унітарні уряди Західної Європи і їх центральна адміністрація значно більше впливають на повсякденне життя громадян, ніж федеративні. Багато унітарних держави мають національні поліцейські сили і суворий контроль над місцевою поліцією. Зазвичай в цих країнах існує єдина судова система, працівники якої призначаються центральною адміністрацією. Більшість унітарних європейських держав мають сьогодні бюрократію, структуровану за французьким зразком.

Таким чином, можна зробити висновок, що в країнах Західної Європи існують механізми соціальних змін, управління суспільством та окремими індивідами, які враховують принципи соціального управління, природу людини та закони соціального буття.

Література

1. Мизес Л. / Человеческая деятельность: трактат по экономической теории [пер. с англ. А. В. Куряева] // Людвиг фон Мизес. – Челябинск: Социум, 2005. – 878 с.
2. Карась А. Філософія громадянського суспільства в класичних теоріях і неklasичних інтерпретаціях: Монографія. – Київ; Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 520 с.
3. Решетніченко А. В., Кіреєва О. Б. та ін. Базові засади соціального розвитку: наук. розробка / авт. кол. : А. В. Решетніченко, О. Б. Кіреєва та ін. – К. : НАДУ, 2012. – 52 с.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОМАНДНОГО ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНОМУ УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Черкаський А.В. к.і.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Вступ. Постійні зміни внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування і розвитку сучасних організацій висувають нові вимоги до технологій організаційного управління. В умовах зниження ефективності традиційних адміністративних методів управлінського впливу різко зростає потреба в пошуку і знаходженні нових та у зміні старих управлінських ресурсів. Одним з таких ресурсів є командне лідерство, потенціал якого в сучасних умовах залишається недооціненим[1].

Проблема використання командного лідерства для досягнення організаційних цілей є однією з найбільш актуальних, враховуючи все зростаючу роль особи в системах управління, особливо - в малому і середньому бізнесі. У психології управління наявність лідерства, і тих, хто його використовує - лідерів, визнається умовою життєздатності ділових організацій. Без визнаних лідерів неможливе нормальне функціонування жодної організації [6].

Виклад основних результатів дослідження. Керівництво і лідерство є видами ролей, яким приділяється пильна увага в сучасній науці. Існує широкий діапазон дослідження керівництва-підпорядкування і лідерства-ведіння. Розглядаються такі питання, як: функції керівника і лідера, чинники і механізми висунення індивіда в позицію лідера, вплив керівництва і лідерства на різні групові процеси і феномени і так далі. На початок 1980-х рр. загальне число робіт з цієї тематики в зарубіжній науці перевищувало 7 000 [7, с.334]. Специфіка традиційного вітчизняного підходу до лідерства полягає в чіткому розділенні двох феноменів: керівництво і лідерство. Відповідно, і вивчалися ці феномени найчастіше нарізно. У зарубіжній літературі ці слова вживаються як синоніми. Однією з найбільш важливих і принципових відмінностей робіт вітчизняних авторів від зарубіжних колег є включення системи стосунків "лідер - послідовники" в ширший соціальний контекст. Наслідком такого підходу

стала орієнтованість досліджень на реальні групи.

Проблемі організаційного лідерства присвятили дослідження представники багатьох наукових напрямів. Першими, хто на початку двадцятого століття приділили увагу цьому феномену, були представники персоналістського підходу (Ф. Гальтон, Н. К. Михайлівський, Г. Лебон, Г. Тард). Результатом роботи дослідників стали персоналістські теорії, або теорії рис. Причиною наукової неспроможності цього підходу стало те, що його послідовникам не вдалося чітко і однозначно визначити загальний перелік лідерських рис; багато дослідників повністю спростовували один одного.

На зміну теорії рис прийшли ситуативні теорії лідерства. Представники цього підходу (Р. Стогділ, Дж. Хемблін, Т. Парсонс) доводили, що ситуація, що змінюється, формує лідера, а не якісь особливі, властиві йому, якості. Тобто, в різних конкретних ситуаціях групового життя виділяються окремі члени групи, які перевершують інших принаймні в якійсь одній якості, але оскільки саме ця якість виявляється необхідною в цій ситуації, людина, що володіє нею, стає лідером.

Третім напрямом на шляху розвитку теорій лідерства стало злиття раніше протилежних підходів - персоналістського і ситуативного. В результаті виникли особистісно-ситуативні (системні, синтетичні) теорії. Зараз вони є найбільш поширеними. Практично усі автори погоджуються з тим, що будь-яка теорія повинна брати до уваги взаємодію між ситуацією і особою лідера, і що "управлінський стиль є частково функцією положення, частково - функцією особистості" [2, с. 187].

Наступною групою теорій лідерства є мотиваційні. Представники мотиваційних теорій (Т. Мітчел, Р. Хауз, С. Еванс) доводять, що ефективність лідера залежить від його дії на мотивацію послідовників, на їх здатність до продуктивного виконання завдання, і на задоволення, що відчувається ними в процесі роботи. Помітне місце серед досліджень проблеми лідерства займають теорії обміну і трансактного аналізу. У рамках цього напрямку працювали Дж. Хоманс, Дж. Марч, Г. Саймон, Г. Келлі, К. Джорджей, Э. Берн, Д. Грені. Вони розглядають лідера як людину, що відчуває потреби і бажання своїх послідовників і пропонує їм способи їх здійснення. Тут акцент робиться на емоційній стороні процесу. Окремо слід вказати дослідників, що займалися розробкою проблеми стилю лідерства. Передусім це К. Левін, якого по праву вважають першопроходцем у вивченні стилів лідерства.

Серед моделей лідерства, що представляють, на наш погляд, найбільший інтерес з точки зору командного управління, необхідно назвати функціональну і трансформаційну моделі лідерства. Зупинимось на них детальніше. Так, С. Заккаро, у рамках функціонального підходу відмічає, що в певних обставинах ефективність команди може бути визначена як функція специфічних дій керівника [11]. Саме обставини, в яких знаходиться команда, підказують керівникові доцільні дії, здатні привести до успіху, і утримують його від недоцільних рішень [5, с. 494].

Трансформаційне лідерство посилює мотивацію, моральний дух і

продуктивність послідовників за допомогою різних механізмів. У цій моделі лідер є зразком для наслідування для його послідовників. При цьому лідер повинен виявляти слабкі і сильні сторони у своїх послідовників і ставити їм завдання, які можуть оптимізувати їх роботу. Джеймс Бернс (1978) уперше ввів поняття трансформаційного керівництва в його дослідженні політичних лідерів, але цей термін нині використовується і в організаційній психології. За словами Бернса, трансформаційне керівництво є процесом, в якому "лідери і послідовники допомагають один одному, щоб перейти до більш високих рівнів морального духу і мотивації"[9].

Таким чином, більшість традиційних моделей лідерства, розглянутих вище, припускали, що влада знаходиться в руках вищого керівництва. Але сучасний акцент на командній роботі має під собою зовсім іншу концепцію, а саме наділ повноваженнями. Ефективна та команда, яка в змозі узяти на себе відповідальність за виконання завдання і може приймати власні рішення. Завдання керівника команди в даному випадку полягає в тому, щоб полегшити ці процеси у рамках усієї організації. Але саме команда сама організовує себе так, щоб завдання виконувалися найефективніше[8, с.102].

Один з найдоступніших описів сучасного підходу до командного лідерства запропонували Катценбах і Сміт (1993), які визначили шість принципів командного лідерства.

Хороші командні лідери:

1. Зберігають і підтримують значущість і сенс призначення, цілей і підходу команди.
2. Формують відданість членів команди і віру в себе.
3. Зміцнюють різноманітність і рівень навичок в команді.
4. Управляють стосунками з тими, хто не входить в команду. Усувають перешкоди на шляху команди.
5. Створюють можливості для інших членів команди.
6. Виконують реальну роботу[10].

Ці принципи дозволяють лідерові команди сформувати і зберегти сильне почуття соціальної ідентифікації у членів команди, підвищити самоповагу і згуртованість серед них.

Сьогодні темпи НТП обумовлюють високий динамізм в інноваційній сфері виробництва на промислових підприємствах. І цей процес торкається практично усіх рівнів як оперативного, так і перспективно-стратегічного управління в реально існуючій виробничій діяльності цих підприємств. Виробничий керівник зобов'язаний бути лідером для своїх підлеглих не лише "за посадою", але і лідером в ширшому сенсі - повним лідером, що означає бути лідером "за посадою" бути лідером "по суті" стати лідером "по продуктивності управління".

Висновки. Управлінська команда як суб'єкт управління забезпечує найкращу адаптацію організацій до соціальних умов, що міняються;

- Наявність командного лідера, сформовані стосунки довіри до нього з боку інших членів команди є необхідними соціальними ознаками ефективної

управлінської команди;

- Командний лідер діє в команді, щоб забезпечити ясність і напрям її роботи. Керівник команди працює за її межами, забезпечуючи доступність ресурсів і встановлюючи цілі

- Наділ повноваженнями є важливим поняттям в командній роботі. Це філософія управління, яка припускає самостійне ухвалення рішень, що стосуються роботи, членами команди

- Принципи командного лідерства використовують основні психологічні механізми соціальної ідентифікації, заохочуючи згуртованість серед членів групи, формуючи почуття професіоналізму і колективної відповідальності.

- Керівництву сучасних організацій необхідно максимально усунути усі управлінські процеси, які викликають затримки в передачі інформації або впровадженні реформ. Командний підхід, отже, вимагає підходу делегування повноважень. Без радикальної переорієнтації традиційного стилю управління він приречений на невдачу [4, с.87].

- Ускладнення трудових функцій, необхідність швидкої адаптації в сучасних умовах вимагають формування у керівників креативного мислення і інноваційних підходів, поповнення своїх знань і умінь, в глибокому їх аналізі і творчому застосуванні в практичній діяльності[3].

Література

1. Агеева И.Н., Котлик С.В., Савенко И.И. и др. Искусство управления. Учебное пособие. Под общ. ред. проф. Егорова Б.В. и проф. Ангелова Г.В.: Одесса, КП ОГТ, 2011. – 619с.
2. Вудкок М., Фрэнсис Д. Раскрепощённый менеджер: Пер. с англ. М.: Дело, 1991. – 320с.
3. Гриневецкий С.Р., Левчук В.В., Ангелов Г.В. и др. Развитие личности современного менеджера. Учебное пособие. Под общ. ред. проф. Ангелова Г.В. и Гриневецкого С.Р.: Одесса, КП ОГТ, 2008. – 344с.
4. Карякин А.М. Командная работа: основы теории и практики / А.М. Карякин. — Иваново: ОМТ МИБИ, 2003. – 136 с.
5. Кричевский Р.Л. Психология лидерства: Учебное пособие / Р.Л. Кричевский. - М.: Статут, 2007.–542с.
6. Ладанов И. Д. Практический менеджмент (психотехники управления и сотрудничества) / И. Д. Ладанов. – М.: Элита, 1995. - 491 с.
7. Сидоренков А.В. Социальная психология малых групп / А.В. Сидоренков. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 381с.
8. Хейз Ники Успех – один на всех: Основные аспекты эффективного руководства командой / Пер. с англ. – Днепр: Баланс Бизнес Букс, 2005 – 240с.
9. Burns, J.M. (1978) Leadership. New York. Harper & Row.
10. Katzenbach, J.R. and Smith, D.K. (1993) The Wisdom of Teams: Creating the High-performance Organization, Harvard Business School Press, Boston, Mass.
11. Zaccaro S., Rittman A. & Maks M. Team Leadership // TheLeadership Quarterly. 2001. Vol. 12.

КУЛЬТУРА ІНЖЕНЕРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ХХІ СТОЛІТТІ

Мельник Ю.М., к.ф.н., доцент; Тодорова С.М., к.ф.н., доцент,
Шевченко Г.А., к. ф.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Будучи включеною у якості головного елемента в соціотехнічну систему, саме людина приводить техніку у рух, є джерелом її функціонування та розвитку. Зростання системності техніки, під якою ми розуміємо сукупність знарядь праці та технологічних процесів, які історично розвиваються і за допомогою яких люди перетворюють природу, не веде до зменшення зв'язуючої ролі людини. Але технічний прогрес змінює системо-утворюючі функції людини у техніці, остання постає особливим середовищем буття людини, нав'язує їй ритми функціонування, естетичні образи і т.д.

У зв'язку з цим у житті сучасного суспільства інженерна діяльність відіграє визначну роль. Проблеми практичного використання, втілення наукових знань, підвищення ефективності наукових досліджень висувають інженерну діяльність на авансцену сучасної культури, яка розуміється у якості характеристики людини, визначаючої рівень її розвитку, засобів самовиразу в діяльності, творчості.

Розвиток культури інженерної діяльності передбачає усвідомлення суті, цілей, завдань і перспектив розвитку техногенної цивілізації-соціального буття культури. Духовним ядром техногенної цивілізації, яка базується на науково-технічному прогресі як засобі розв'язання соціальних проблем, є дві домінантні культурні цінності – гуманізм і раціональність, об'єднання яких детермінувало виникнення науки як засобу раціонального усвідомлення і оволодіння світом. Саме у техніці людина втілила та примножила свої творчі здібності, знайшла основу буття в світі.

Якщо на першому етапі індустріального виробництва характерною була проблема пристосування людини до машини, на другому етапі (у ХХ сторіччі) домінувала інженерна проблема пристосування машини до людини з урахуванням її психічних та фізичних потреб і можливостей, то сьогодні приходить усвідомлення необхідності у процесі вирішення інженерно-проектних завдань розглядати систему «людина – машина» як цілісний феномен культури. У зв'язку з цим змінюється і поняття технології, і парадигма інженерної діяльності: являючи собою цілеспрямовану зміну соціально-організаційних структур, остання спирається на нове поняття технології – не як науки про послідовність технічних процесів, а як сукупність принципів, які створюють техносферу, стан якої визначається і вже досягнутою технологією, і різними чинниками та процесами; як сукупності усіх видів інформації, потрібних для виробництва техніки; як наукового забезпечення усіх виробничих, економічних, соціально-психологічних і культурно-духовних процесів, пов'язаних з діяльністю по виробництву продукту.

Таким чином, культура сучасної інженерної діяльності базується на цілісному сприйнятті системи «людина – машина», де провідна роль

відводиться людині, соціокультурному змісту діяльності.

Рух «вгору» від науково-технічної раціональності до істинно гуманної інженерної діяльності є можливим лише за умови свідомого розвитку гуманістичного світогляду, орієнтації сучасного інженера на діяльність, яка створює продукт для задоволення не тільки матеріальних, але й духовно-психічних потреб людей як вищої цінності та мети у будь-якій діяльності.

Сучасне розуміння культури інженерної діяльності в усіх цивілізованих країнах базується на розумінні того факту, що прагнення до вузькопрофесійної, технічної підготовки інженерів являє собою серйозну небезпеку для суспільства. Суть інженерної діяльності полягає в єдності двох базисних центрів – гуманітарного і технічного. Абсолютизація ролі другого призводить до технічного утилітаризму без урахування культурного, психологічного, соціального чинників, а зниження якості технічної освіти породжує непрофесійність.

У сучасній системотехніці висунуто принцип єдності та взаємопроникнення двох начал інженерії – гуманітарного і технічного, і базисом цього принципу є гармонізація єдності культури та технології, їхньої взаємодії як джерела соціального прогресу. Культура в усьому її багатстві та невичерпаності проявів виступає якісною стороною того соціального простору, в якому розгортається інженерна діяльність. Оскільки технологія постає як процес упорядкування, алгоритмізації свідомо спрямованої діяльності, то культура, визначаючи цілісну систему знань, моральних і духовних цінностей, складає основу тієї свідомості, яка не тільки віддзеркалює, але й вторить світ. Ось чому однобічна «технологізація» майбутнього інженера призведе до деградації та бездуховності інженерної діяльності.

У такому світлі виникає питання про зміст і обсяг того гуманітарного знання, яке забезпечить гармонійний розвиток та гуманну спрямованість майбутнього інженера. Навчання основам гуманітарного знання, на наш погляд, повинне проводитися по двох напрямках:

- якісному, тобто формуванню гуманістичних цінностей, які і стануть тими базисними принципами, на яких буде організовувати свою діяльність майбутній інженер;
- кількісному, тобто оволодінню знаннями гуманітарних наук.

При такому підході стає очевидним, що культура гуманної інженерної діяльності повинна «вирощуватися», її розвиток і становлення потрібно свідомо спрямовувати; засвоєння прикладного знання без методологічного фундаменту є схитним та схильним до деформацій у бік відходу від істинно гуманістичного змісту інженерної діяльності. Людина повинна «зростати» своєю психологією та етичними якостями до того часу, коли їй можна довірити займатися інженерною діяльністю.

При такому підході стає очевидним факт органічної єдності у мислєдіяльності інженера гуманітарного та спеціально-технічного знання, і хоча формуються ці знання в навчанні окремо, але в інженерній діяльності сплаваються воедино. Ця єдність закладається в основу розроблюваної моделі

сучасного інженера вченими у різних країнах.

Гуманітарні знання для сучасного інженера не самоціль, але – засіб досягнення повноцінного результату інженерної діяльності з урахуванням усього комплексу соціальних, антропологічних та техніко-технологічних чинників. Таким чином, сучасний інженер повинен стати соціоінженером, тобто технічним спеціалістом, здатним усвідомлювати та управляти соціально-психологічною компонентою в техніко-технологічній діяльності, так як будь-який технічний пристрій, виробництво функціонує у першу чергу завдяки злагодженій роботі людей. Ось чому випускник технічного вишу як суб'єкт сучасної інженерної діяльності повинен бути не лише хорошим «технарем», а й мати необхідну соціально-психологічну кваліфікацію.

Культура інженерної діяльності характеризується системною єдністю теоретичних (соціально-психологічних і природно-технічних) знань з постійним розвитком природних здібностей та накопичених у практичному досвіді навичок, вмінь оцінювати ситуацію, виробляти оперативні та оптимальні рішення і цілеспрямовано втілювати їх у життя.

В умовах революції соціальних швидкостей ХХІ сторіччя, яка розуміється як процес, який осягає усі боки суспільного буття, процес формування нової генерації інженерів являє собою поступову виробку такого нового світогляду, таких цінностей та моделей поведінки, які адекватні швидкостям технологічно детермінованих процесів. Формування нового покоління інженерів передбачає утворення осіб, здатних розвивати і творчо удосконалювати сьогоденний інноваційний соціальний цикл на шляху входження в громадянське суспільство.

Учбові заклади сучасної України як європейської держави, маючи значний науковий, освітній та культурний потенціал, охоплюючи значну частину молоді, повинні стати не тільки трансляторами, але й активними творцями нових культурних цінностей у контексті загальнолюдської системи. Загальноєвропейський процес культурного розвитку передбачає розробку програми змін у вищій освіті в ХХІ сторіччі, де вказано такі стратегічні напрямки реформування: більша адаптованість освіти до змін у соціально-економічних реаліях та потреб суспільства; перехід до масового безперервного навчання; кореляція попиту на ринку праці з кількістю фахівців; виділення соціально-економічних, екологічних та культурних проблем як домінантних напрямків наукових досліджень.

Література

1. Енгельмейер П.К. Завдання філософії техніки // Бюлетень політичного суспільства, 1913. - № 2. – С. 113.
2. Макаренко А.С. Твори в семи томах Т. 1. – С. 559.

ПРО ВПЛИВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ НА СИСТЕМУ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НА ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**Колеснік В.І., к.е.н., доцент, Вігуржинська С.Ю., к.е.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій**

Як відомо, підприємства харчової промисловості являються у наш непростий час фундаментом продовольчої безпеки країни та важливою складовою підвищення конкурентоздатності економіки України в світі. Тому дуже важливим є питання відповідності кадрового, технічного та технологічного потенціалу харчової промисловості вимогам науково-технічного прогресу, прискорення якого зараз відчувається у більшості розвинених країн.

Проте, основна частина діючого зарозпромислового обладнання - застарілі машини та апарати, які ніяк не відповідають сучасним вимогам. Низький рівень автоматизації та комп'ютеризації негативно впливає на продуктивність праці, яка є ще одним показником, за яким вітчизняна промисловість значно поступається промисловості країн з розвинутою економікою. Разом з тим, останнім часом спостерігається істотна модернізація технічної бази більшості підприємств галузі: обладнання, змонтоване за радянських часів, замінюється сучасним, як виготовленим на заводах України, так і поставленим зарубіжними виробниками і спільним підприємствами. Надалі без прискореної технічної реконструкції галузі, що враховує всі сучасні науково-технічні досягнення, вихід на рівень економічно розвинених країн неможливий.

Тому вже сьогодні керівництву та фахівцям спочатку ведучих, а подалі і більшості підприємств харчової промисловості слід прогнозувати ті зміни, які пов'язані з технічним оновленням галузі. Зокрема у першу чергу потрібно відзначити такі зміни у характері праці персоналу підприємств, як помітне зростання частки колективної праці порівняно з індивідуальною, а також те, що праця основних категорій працюючих стає ще надалі більш творчою. Розглянемо, як зазначені зміни вплинуть на систему стимулювання праці харчових підприємств.

По перше, колективний характер праці значної частини персоналу підприємства зумовлює комплексне використання як звичайної тарифної, так і безтарифної систем оплати праці. Безтарифну систему оплати праці характеризує залежність заробітку кожного працівника від результатів спільної роботи всього колективу, тому застосування даної системи оплати праці доцільно там, де існує необхідність в створенні зацікавленості трудового колективу в ефективності результату спільної праці та колективної відповідальності за цей результат. Сучасні підходи до вирішення проблеми оплати праці також припускають відмову від традиційних погодинної системи або оплати згідно з коефіцієнтом складності з заміною їх оплатою праці, що включає базову ставку і додаткові стимулюючі виплати (бонуси), які залежать від індивідуальних досягнень та/ або ступеня ефективності роботи всієї компанії.

По друге, слід максимально підвищити рівень оплати тих працівників, які

на творчих засадах вирішують, або допомагають вирішенню найважливіших для підприємства задач, причому у першу чергу тих, які пов'язані з інноваціями.

Передбачається, що завдяки застосуванню безтарифної системи та збільшенню частки стимулюючих виплат у загальному фонді оплати праці можна досягти значного збільшення трудової активності працівників і, як наслідок, істотного зростання продуктивності праці та ефективності роботи підприємства.

Література

1. Гулий І.С. Обладнання підприємств переробної і харчової промисловості. К. Нова книга. 2001, - 576с.
2. Акіліна О. В. Економіка праці та соціально-трудова відносини : навчальний посібник / О. В. Акіліна, Л. М. Ільч. – К. : Алерта, 2010. – 734с.
3. <http://studall.org/all-32412.html>

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Абдрахманова А.Е.

Ст.преподаватель Западно-Казахстанского аграрно-технического университета им.Жангир хана

Аннотация

В статье рассмотрены основные особенности организации и ведения бухгалтерского учета на малых и средних предприятиях в соответствии с действующим законодательством.

Ключевые слова: малый бизнес, малое предприятие, среднее предприятие, бухгалтерский учет, субъект малого предпринимательства, бухгалтерская отчетность.

При организации бухгалтерского учета субъектами малого предпринимательства, которые являются юридическими лицами по законодательству республики Казахстан, следует руководствоваться едиными методологическими основами и правилами, установленными законом РК от 28.02.2007 № 234 «О бухгалтерском учете», Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в республике Казахстан, утвержденным приказом Минфина РК Закона РК от 28 февраля 2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» регламентирует, какими Стандартами бухгалтерского учета и финансовой отчетности необходимо руководствоваться тем или иным субъектам бизнеса.

Критерии отнесения субъектов частного предпринимательства к определенным категориям установлены Законом РК от 31 января 2006 года № 124-III «О частном предпринимательстве».

Закона РК от 28 февраля 2007 года № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» может применять как НСФО, так и МСФО для МСБ или МСФО.

Вместе с тем, субъектам малого бизнеса приемлемее применять НСФО, так как данный Стандарт является максимально упрощенным по сравнению с МСФО для МСБ или МСФО.

В результате своей деятельности любое предприятие осуществляет какие-либо хозяйственные операции, принимает те или иные решения. Практически каждое такое действие находит отражение в бухгалтерском учете.

Бухгалтерская отчетность представляет собой совокупность данных, характеризующих результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия за отчетный период, полученных из данных бухгалтерского и других видов учета. Она представляет собой средство управления предприятием и одновременно метод обобщения и представления информации о хозяйственной деятельности.

Отчетность выполняет важную функциональную роль в системе экономической информации. Она интегрирует информацию всех видов учета и представляется в виде таблиц, удобных для восприятия информации объектами хозяйствования.

Методологически и организационно отчетность является неотъемлемым элементом всей системы бухгалтерского учета и выступает завершающим этапом учетного процесса, что обуславливает органическое единство формирующихся в ней показателей с первичной документацией и учетными регистрами.

Информация о хозяйственных операциях, произведенных экономическим субъектом за определенный период времени, обобщается в соответствующих учетных регистрах и из них переносится в сгруппированном виде в бухгалтерскую отчетность. Такая процедура обобщения учетной информации необходима, в первую очередь, самому предприятию и связана с необходимостью уточнения, а в ряде случаев и корректировки дальнейшего курса финансово-хозяйственной деятельности конкретного предприятия.

Поэтому бухгалтерская отчетность должна выявлять любые факты, содержание которых может оказать влияние на оценку пользователями информации о состоянии собственности, финансовой ситуации, прибылей и убытков.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть существующую базу нормативно-правового регулирования хозяйственной деятельности малого предпринимательства;
- ознакомиться с особенностями ведения бухгалтерского учета;
- изучить структуру бухгалтерской отчетности субъектов малого бизнеса;
- получить представление о существующей МСФО в сфере малого предпринимательства и проследить связь с отечественным законодательством.

В настоящее время в целях бухгалтерского учета и налогообложения малые предприятия можно разделить на следующие категории:

- предприятия, переведенные на единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности;
- предприятия, перешедшие на упрощенную систему налогообложения,

учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства;

- предприятия, применяющие патентную систему налогообложения;

Малое предприятие само выбирает форму бухгалтерского учета исходя из потребностей своего производства и управления, их сложности и численности работников. При этом малое предприятие может приспособливать применяемые учетные регистры к специфике своей работы при соблюдении основных принципов ведения учета.

Малые предприятия для ведения бухгалтерского учета могут использовать следующие принципы:

1. Учетная политика должна обеспечивать рациональное ведение бухгалтерского учета исходя из условий хозяйствования и величины организации.

2. Для ведения бухгалтерского учета субъект малого предпринимательства может сократить количество синтетических счетов в применяемом им рабочем плане счетов бухгалтерского учета.

Литература

1. О бухгалтерском учете. Закон РК от 28.02.2007 № 234
2. Закон РК от 31 января 2006 года № 124-III «О частном предпринимательстве»
3. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 31 марта 2015 года № 241 “О внесении изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету”

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Ступницька Т.М., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Волонтьор М.А., Місюра М.О., Черноізіумська К.В.,
магістри 2 року навчання спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій**

В сучасних умовах функціонування підприємств все більшого значення набуває визначення їх реального фінансового стану. З цією метою використовується фінансовий аналіз. Фінансовий аналіз передбачає оцінку фінансового стану підприємства на підставі форм його фінансової звітності.

Сутність фінансового аналізу полягає у спеціальній обробці даних, що характеризують різні аспекти фінансового стану та діяльності підприємства з метою розробки ефективних управлінських рішень, направлених на підтримку або удосконалення існуючого фінансового стану суб'єкта господарювання.

За допомогою фінансового аналізу можна оцінити такі аспекти діяльності підприємства, як: його фінансовий та майновий стан; ступінь його фінансової стійкості, платоспроможності та кредитоспроможності; оцінюють ймовірність банкрутства підприємства; можливість погашення зобов'язань

(підприємницький ризик та його ступінь); потребу у використанні додаткових джерел фінансування; фінансові результати діяльності, показники рентабельності та прибутковості підприємства; здатність до нарощування капіталу; ступінь раціональності використання позикових коштів та ефективність діяльності підприємства в цілому з можливістю прогнозування перспектив його діяльності та багато інших аспектів.

Мета фінансового аналізу диференціюється за користувачами, які зацікавлені у його результатах (табл.1).

До основних методів фінансового аналізу, що широко застосовуються в практичній діяльності відносяться [1]:

– горизонтальний аналіз – у процесі аналізу визначають абсолютні та відносні зміни величин різних статей балансу за звітний період;

Таблиця 1 – Мета фінансового аналізу залежно від користувачів, зацікавлених у його результатах*

Користувачі	Внесок партнерської групи	Компенсація, яку вимагають	Мета фінансового аналізу
Власники	Власний капітал	Дивіденди	Фінансові результати та фінансова стійкість підприємства
Кредитори	Позиковий капітал	Відсотки	Ліквідність (платоспроможність), спроможність підприємства мобілізувати грошові кошти для сплати боргів
Керівники (адміністрація)	Знання справи та вміння керувати	Оплата праці й частина прибутку понад оклад	Уся інформація, корисна для управління
Персонал (службовці)	Виконання робіт згідно з розподілом праці	Заробітна плата, премії та соціальні умови	Фінансові результати підприємства та його ліквідність
Постачальники	Постачання засобів і предметів праці	Договірна ціна	Фінансовий стан, ліквідність
Покупці (клієнти)	Збут продукції, товарів, робіт, послуг	Договірна ціна	Фінансовий стан і стан запасів готової продукції та товарів
Податкова адміністрація	Послуги держави	Сплата податків повністю та в строк	Фінансові результати підприємства
Фінансові аналітики	Знання справи та вміння аналізувати	Договірна ціна	Уся інформація, корисна для фінансового аналізу
Аудитори	Знання справи та вміння аналізувати	Договірна ціна	Уся інформація, корисна для фінансового аналізу з метою отримання аудиторських доказів

*складено авторами з використанням джерел [2]

– вертикальний аналіз – полягає в розрахунку частки окремих статей у валюті балансу, тобто вивчення структури балансу на початок і кінець періоду;

– коефіцієнтний аналіз – застосовується для розрахунку рівня і динаміки відносних показників фінансового стану;

– факторний аналіз – за його допомогою виявляються причини зміни абсолютних і відносних фінансових показників, і розраховується вплив факторів на зміну фінансових показників.

Широко розповсюдженим в сучасних умовах є проведення фінансового аналізу за періодами: попередній, поточний (оперативний) та прогнозний (перспективний).

В сучасних умовах фінансові аналітики у своїй діяльності використовують фінансовий аналіз, також він застосовується для оцінки бізнесу, при проведенні аудиторських перевірок, як загальних, так й тематичних, використовуються показники фінансового аналізу на макро- й мікро рівнях, тощо.

Якість фінансового аналізу залежить від багатьох чинників: достовірності даних фінансової звітності, застосованої методики аналізу, компетенції спеціаліста, що виконує цю роботу. Доцільно відзначити, що методика та інструментарій фінансового аналізу в сучасних умовах змінюється за допомогою нових прийомів і способів, які враховують такі чинники, як тимчасова цінність коштів, вплив рівня інфляції, тощо. Також реформування обліку в Україні у відповідності до міжнародних стандартів призводить до змін форм фінансової звітності (як інформаційної бази фінансового аналізу) так й до зміни змісту, прийомів та способів фінансового аналізу.

За результатами проведеного аналізу керівництво підприємства приймає стратегічні управлінські рішення (щодо зміни напрямів діяльності підприємства, структурного перебудування підприємства та інших заходів щодо подолання кризового стану тощо).

Таким чином, розглянуті аспекти та основні методи фінансового аналізу, його мета в залежності від груп зацікавлених користувачів та особливості використання фінансового аналізу в сучасних умовах. Визначено, що методика та інструментарій фінансового аналізу, а також його інформаційної база зазнають змін, що викликано реформуванням бухгалтерського обліку в Україні та вимогами сучасних умов функціонування підприємств за допомогою нових прийомів і способів, що призводить до зміни змісту, прийомів та способів фінансового аналізу.

Література

1. Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна Н.М. Економічний аналіз (практикум): навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006», 2015. 326 с.

2. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Білик М. Д. та ін. [Електронний ресурс]. URL: http://www.srinest.com/book_1316.html (дата звернення 5.09.2019р.)

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

**Брюшкова Н.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики
Анікієнко Ю.О., магістр факультету менеджменту, маркетингу і логістики
Одеська національна академія харчових технологій**

Основною задачею будь-якого суб'єкту господарювання в сучасних економічних умовах є забезпечення конкурентоспроможності своєї діяльності. Високу конкурентоспроможність може забезпечити лише ефективне управління рухом фінансових ресурсів (капіталу) підприємства. Для ефективного управління фінансовими ресурсами необхідно використовувати методологію, прийоми та методи такого управління.

Фінансовий менеджмент - процес розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів організації [1].

Фінансовий менеджмент є невід'ємною частиною загальної системи менеджменту на підприємстві, та є формою управління фінансуванням підприємницької діяльності в цілому.

Основною метою фінансового менеджменту є зростання ринкової вартості підприємства в поточному та майбутніх періодах, а також забезпечення добробуту його власників, шляхом оптимального розподілу та використання фінансових ресурсів з урахуванням всіх можливих ризиків. Ця мета нерозривно пов'язана з основною метою управління організацією в цілому і реалізується з нею в єдиних процедурах.

Взагалі, поняття системи управління підприємством досить складне, та має багато варіантів визначень. Система управління підприємством – це упорядкована сукупність взаємозв'язаних елементів (підсистем), які відрізняються функціональними цілями, діють автономно, але спрямовані на досягнення загальної мети підприємства [2].

Ефективність системи управління підприємством залежить від ефективності функціонування її підсистем (економічної, матеріально-технічної, виробничо-технологічної, соціально-психологічної, організаційно-інформаційної, маркетингової).

Управління фінансами, як однією з підсистем управління підприємством, проявляється в найефективнішому розподілі фінансових ресурсів. Фінансова політика визначає вибір і розробку способів і критеріїв оцінки ефектів, ефективності та доцільності фінансових операцій і використання фінансових ресурсів.

До завдань фінансового менеджменту входять управління рівнем цін, відповідно, прибутком компанії, її витратами, а також величиною і періодичністю позитивних і негативних грошових потоків.

Отже, основними завданнями фінансового менеджменту є:

1. Пошук джерел і способів фінансування діяльності організації для забезпечення необхідного рівня та структури її активів.

2. Забезпечення ефективного використання фінансових ресурсів в діяльності організації.

3. Оптимізація грошового обігу.

4. Мінімізація рівня фінансового ризику.

5. Забезпечення фінансової стійкості та стабільності організації в процесі її розвитку.

Складність формування і функціонування системи управління фінансовою діяльністю організації визначається неоднорідністю її складових елементів, впливом на неї факторів зовнішнього середовища, а також внутрішніх чинників, зокрема, якістю фінансового менеджменту організації, рівнем ризиків, інтересами власників.

При цьому система менеджменту фінансів вимагає постійного вдосконалення з метою її адаптації до нових для фірми умов. Це стосується методів аналізу, які повинні ускладнюватися в міру розвитку компанії. Те ж саме відноситься до прийняття управлінських рішень. Залежно від виникаючої ситуації менеджери повинні приймати ті чи інші рішення, що дозволяють подолати негативні тенденції. Важливо розуміти, що будь-який аналіз повинен мати комплексний характер, зачіпати як динаміку показників, так і їх структуру. Рішення ж повинні прийматися оперативно, з урахуванням їх впливу на всі аспекти діяльності компанії, а також в рамках реалізації єдиної стратегії.

Отже, у підсумку можна сказати, що фінансовий менеджмент займає провідну роль у системі управління підприємством, адже саме завдяки успішній реалізації фінансової стратегії з'являється можливість досягти основної мети існування підприємства і забезпечити його сталий розвиток в майбутньому.

Література

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. К.: Ника-Центр, 1999. 528 с.
7. Хміль Ф.І. Практикум з менеджменту організацій: навчальний посібник/ Львів: Магнолія 2006, 2011. 333 с.

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЯХ ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ

**Козак К.Б., к.е.н, доцент кафедри менеджменту і логістики
Мироненко Б.В., магістр спец. 281. «Публічне управління і адміністрування»
Одеська національна академія харчових технологій**

Трансформаційні зміни в соціальній, економічній, політичній, трудових сферах України актуалізують проблематику управління персоналом публічних організацій в невизначеному кризовому середовищі. [1] Основна мета управління персоналом в організаціях публічної сфери передбачає цілеспрямовані дії керівництва з забезпечення соціального захисту його

працівників, створення належних умов для ефективного використання та розвитку трудового потенціалу кожного працівника організації у кризовому стані сучасного середовища.

Так, кризу управління персоналом можна розглядати як декілька наукових категорій, що відрізняються між собою змістом та мають свої характерні особливості (рис. 1).

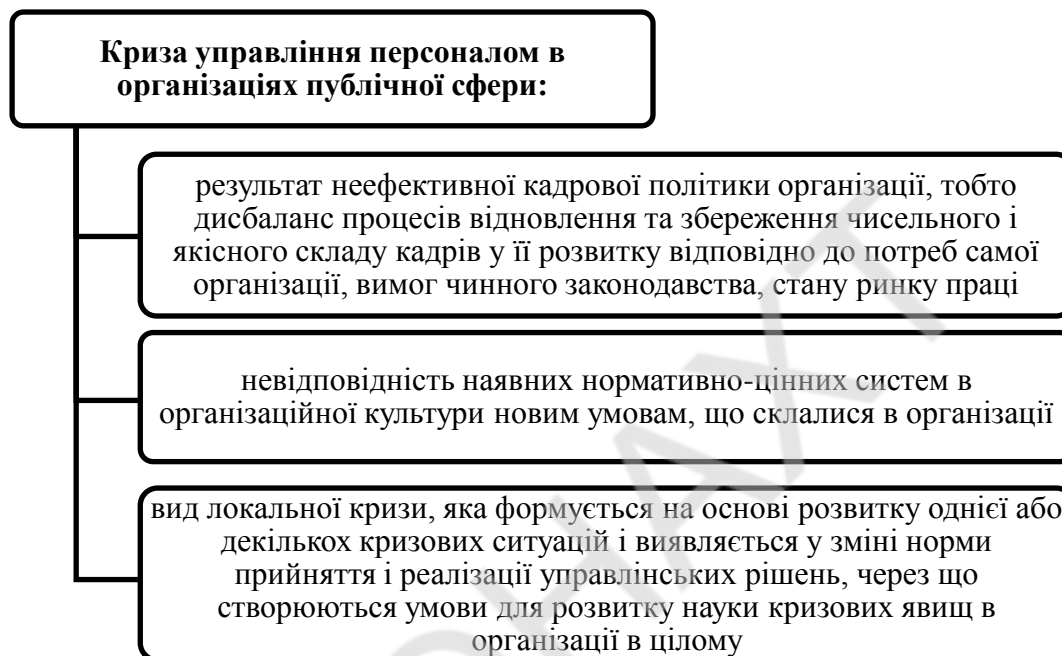


Рис. 1. Характеристика поняття «криза управління персоналом»*

*розроблено автором на основі джерела [4]

Антикризове управління персоналом в сучасних умовах покликане врахувати цілий спектр питань адаптації співробітника до зовнішніх і внутрішніх умов функціонування і розвитку публічної організації. Антикризове управління персоналом передбачає не лише формальну організацію роботи з персоналом (планування, відбір, підбір, розстановку), але і сукупність чинників соціально-психологічного, етичного характеру – демократичний стиль управління, дбайливе відношення до потреб людини, врахування її індивідуальних особливостей. Особлива увага повинна приділятися проблемам взаємодії керівників організації з профспілками і службою зайнятості, забезпечення безпеки персоналу. [3] Антикризове управління персоналом в організаціях публічної сфери передбачає вирішення наступного кола управлінських завдань (таблиця 1).

Так, криза персоналу визначає невідповідність діяльності персоналу новим умовам, що виникли у процесі розвитку публічної організації. Основними симптомами можуть бути почастищення конфліктів, скорочення кількості робочих годин (змін) та наявність надлишкового персоналу, зростання плинності кадрів, збільшення кількості неявок на роботу, погіршення продуктивності праці, ігнорування керівника, вказівок керівництва, погіршення дисципліни [2].

Зміст управлінських завдань, що постають при антикризовому управлінні персоналом в організаціях публічної сфери*

№ з/п	Зміст управлінського завдання
1	Зниження соціально-психологічної напруги в колективі, антистресова підготовка персоналу до подолання кризового періоду.
2	Проведення організаційно-кадрового аудиту (оцінка кадрового потенціалу).
3	Реструктуризація наявного кадрового потенціалу: оптимізація чисельності персоналу, звільнення або переміщення між підрозділами.
4	Забезпечення соціального захисту та працевлаштування працівників, що вивільнюються (звільнюються).
5	Вибір методу керівництва персоналом (визначення типу поведінки керівників у кризовій ситуації).
6	Проведення відкритих та прозорих конкурсів на посади з врахуванням незалежності органів відбору кандидатів
7	Організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу організації.
8	Мобілізація кадрового потенціалу на розв'язання завдань переборення опору нововведенням та змінам публічної політики.

*розроблено авторами на основі джерела [5]

Як видно з наведеного у таблиці 1 переліку, антикризове управління персоналом в організаціях публічної сфери спрямоване на розв'язання здебільшого традиційних завдань управління персоналом (визначення потреби в персоналі; залучення, відбір та вивільнення персоналу; оцінка персоналу; ротация та навчання персоналу; мотивація та стимулювання праці), методичні принципи та рекомендації по розв'язанню яких викладені в чисельних спеціалізованих виданнях. Однак реалізація цих завдань відбувається в особливих умовах - обмеженість (дефіцитність) фінансових ресурсів, масове скорочення персоналу, згортання державних соціальних програм, висока ступінь соціально-психологічної напруги в колективі, жорстке часове обмеження - це і обумовлює доцільність застосування антикризових завдань в публічній сфері управління. [6]

Усі перераховані вище кадрові питання щодо управління персоналом в організаціях публічної сфери з огляду на специфіку управління та кризові явища необхідно вирішувати якнайшвидше, при цьому чітко дотримуючись законодавства щодо трудових відносин у публічній сфері [2].

Література

1. Кован С.Е., Мокрова Л.П., Ряховская А.Н. Теория антикризисного управления предприятием. – М.: Изд-во «КноРус», 2009. – 160 с.
2. Круглова Н.Ю. Антикризисное управление. – М.: Изд-во «КноРус», 2009. – 512 с.
3. Бродский Б.Е. Антикризисное управление. – М.: Омега-Л, 2009. – 432 с.
4. Митин А.Н. Антикризисное управление персоналом организации / А.Н. Митин, А. Э. Федорова, Ю. А. Токарева, А. В. Овчинников. – СПб.: Питер, 2005. – 272 с.
5. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. Вид. 2-ге, виправл. і доп. — Київ: Центр навчальної літератури, 2015. – 504 с.
6. Шапиро С.А. Управление человеческими ресурсами. – М.: ГроссМедиа,

2005. — 300 с.

7. Конспект лекцій «Управління персоналом», Козак К. Б., 2017. – 64 с.

ПРОБЛЕМЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

**Егорова-Гудкова Т.И., к.э.н., доцент, Тихонина Л.С., студ. II курса магистратуры
экономико-правового факультета ОНУ имени И.И.Мечникова**

Агропромышленная сфера, на сегодняшний день является приоритетной для Украины. У нее высокий потенциал для производства, продуктов питания и развития сельского хозяйства. Прекрасные климатические условия, чернозёмы, которыми обладает Украина, обеспечивают стабильные урожаи, что является основой для производства продовольствия. Кроме собственного обеспечения продукцией АПК Украины частично снабжаются рынки Европы, Азии и арабских стран.

Государство должно формировать мультивекторную политику в сфере продовольственной безопасности, комплекс мер, призванных системно и эффективно решать задачи развития не только производства, хранения и переработки, внешней торговли, но и справедливого распределения основных продуктов питания, а также социального развития сельской местности.

Оценка уровня продовольственной безопасности определяется такими важными факторами как:

1. Доступность продуктов питания в любой точке страны, в любое время, с возможностью выбора ассортимента.
2. Экономическая доступность продукции для всех слоев населения, не зависимо от уровня доходов.
3. Качественное производства продукции, которое не может нанести прямой вред организму человека и повлечь за собой неблагоприятные последствия.
4. Надежность, то есть способность национальной продовольственной системы минимизировать влияние сезонных, погодных и иных колебаний на снабжение продовольствием населения всех регионов страны

Продовольственная безопасность - одна из самых важных составляющих национальной безопасности страны. От ее уровня зависит благосостояние проживающего в ней населения и его качество жизни.

К проблемам продовольственной безопасности относятся:

5. Ухудшение состояния и отсутствие достаточного финансирования агропромышленного сектора.
6. Несоответствие стандартам и не удовлетворённость качеством готовой продукции
7. Отмена закона об обязательной сертификации продовольствия
8. Неконтролируемый, в отдельных случаях, состав готовой продукции, а так же отсутствие контроля за качеством технологического оборудования. [1]

Так же нужно учесть, что потенциал земель на территории Украины еще недостаточно изучен и раскрыт. И первоочередной является необходимость его изучения. Только тогда можно говорить о внедрении новых технологий и решении перспективных задач развития АПК.

Продовольственная независимость имеет место тогда, когда государство обеспечивает себя продуктами и сырьём собственного производства. При этом необходимость в импорте продукции АПК минимизируется.

Для достижения этой цели необходимо:

1. Инвестирование в агрохозяйственный сектор.
2. Контроль за применяемым технологическим оборудованием и соблюдением рецептур и технологий производства.
3. Внесение закона об обязательной стандартизации и сертификации готовой продукции.
4. Обеспечение системного и качественного образования специалистов для сферы АПК. [2]

Реализация этих задач послужат началом для восстановления потенциала перспективнейшего сектора экономики Украины.

Первоочередное значение имеет инвестирование - сегодня сфера АПК является одной из малочисленных инвестиционно привлекательных в Украине.

Заинтересованность государства в этом вопросе должна быть высокой, поскольку за счёт роста АПК - развивается внутренний рынок, что повышает стабильность и устойчивость экономики в условиях макроэкономических диспропорций. Значимость государственного регулирования в обеспечении продовольственной безопасности государства обуславливается задачами формирования необходимых условий устойчивого роста производства в агропромышленном секторе экономики и обеспечительных функций с целью нейтрализации угрозы продовольственной зависимости государства от других стран. [3]

Также, стоит отметить, что при целевой ориентации на системное развитие АПК и обеспечение продовольственной безопасности - Украина значительно улучшит экономические результаты на внутреннем рынке и имеет большие шансы стать лидером в мире не только по экспорту зерна, но и пищевой продукции более глубокой переработки, увеличив долю своего влияния влиять на мировые тенденции потребления продуктов питания.

Литература

1. Закон Украины «Об основах национальной безопасности Украины» от 19.06.2003г. № 964 – IV. - <http://www.nbuv.gov.ua/law/03>.
2. 3/Доклад «Сельское хозяйство Украины в 2011 году». Официальный сайт Государственный комитет статистики Украины <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. 4.Юрченко, В. В. Продовольственная безопасность как условие устойчивого развития агропромышленного комплекса Украина [Электронный ресурс]. - www.nbuv.gov.ua

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ПРИКЛАДІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПЕРША ПРИВАТНА БРОВАРНЯ»

Агеєва І. М., к.е.н., доцент, Тимчук Ю. М., магістр
Одеська національна академія харчових технологій

Формування стратегії ціноутворення - один з найбільш значущих аспектів функціонування підприємства у ринковому середовищі.

Стратегія ціноутворення являє собою обґрунтований вибір з кількох можливих варіантів ціни такого, який сприяв би найбільш ефективному вирішенню завдань, що стоять перед підприємством у поточному та довгостроковому періодах.

Аналіз досвіду розробки цінових стратегій в країнах з розвиненими ринковими відносинами свідчить про серйозний підхід до прийняття цінових рішень. Практика показує, що грамотно сформована цінова стратегія є однією із головних складових комерційного успіху фірми, забезпечення її конкурентоздатності.

Успіх і результативність цінової стратегії залежать від того, наскільки правильно з самого початку був організований процес її створення. Для розробників цінової стратегії необхідно складання схем і відповідних тестів.

На першому етапі формування цінової стратегії – при зборі первинної інформації робота ведеться у п'яти напрямках: оцінка витрат, уточнення фінансових цілей фірми, виявлення потенційних покупців, уточнення маркетингової стратегії, виявлення потенційних конкурентів.

Другий етап розробки стратегії – це стратегічний аналіз. Він проводиться також у п'яти напрямках: фінансовий аналіз, сегментний аналіз ринку, аналіз конкуренції, оцінка зовнішніх факторів, оцінка ролі державного регулювання.

На третьому етапі створення здійснюється підготовка проекту цінової стратегії.

Процес розробки дозволяє об'єднати зусилля усіх підрозділів фірми для досягнення ключових цілей – забезпечення конкурентоздатності і умов для виживання. Це можливо при раціональному використанні інформації.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Перша приватна броварня» на українському ринку пивобезалкогольних напоїв вже 15 років і входить в четвірку лідерів пивного ринку України. Продукція компанії представлена в усіх регіонах України, а також експортується майже до десяти країн світу. Асортимент продукції є досить широким і представлений такими торговими марками як «Бочкове», «Закарпатське оригінальне», «Свіжий розлив», «Галицька корона», «Stare misto», «Heineken», «Тетерів», «Oettinger», «Pubst blue gibbon», «Крушовіце», «Авторське», «Чорне», «Безалкогольне», «Перша варка» та інші.

На сьогоднішній день ТОВ «Перша приватна броварня» займає 12,6 % ринку за обсягом продукції і 13,1 % у грошовому вираженні.

Для проведення аналітики щодо конкурентів і уподобань споживачів

компанія використовує не лише власні джерела, а й інформацію від глобальної компанії-вимірювача Nielsen Holdings PLC.

Над створенням цінової стратегії в компанії працюють відділи торгового та бренд маркетингу, фінансовий та відділ планування.

Основним заходом цінової стратегії є проведення цінових активностей. Оскільки ТОВ «Перша приватна броварня» виготовляють продукцію, обсяги продажу якої залежать від сезонності, то основні цінові активності припадають на літній період для максимізації обсягів продажу та зимній, щоб уникнути великих залишків товару на складах та збитку.

Щоб уникнути помилок при проведенні промо відділом торгового маркетингу порівнюються обсяги продажів на період проведення акції та період без акції по кожній товарній одиниці з різним відсотком знижки та розраховується показник uplift щоб зрозуміти покриваються витрати на акцію чи в них немає сенсу. Цей показник розраховується як різниця між прогнозами вірогідності покупки: якщо запропонувати покупцю знижку м якщо не надавати її. За допомогою uplift також допомагаю запланувати і вчасно запропонувати акції та особливі ціни для тих мереж, яким вони вигідні.

Для того, щоб розрахунки показника працювали, в першу чергу потрібно зібрати дані, сформувати групу мереж схожих між собою по ряду показників. Тобто, якщо в одну групу додати національні мережі разом з дрібними, то значення uplift не дасть для компанії достовірної інформації.

Таке прогнозування корисне, перш за все, для великих компаній, які давно існують на ринку і вже мають відповідну базу клієнтів.

Таким чином можна сказати, що правильно розроблена цінова стратегія є засобом управління, який дозволяє формувати обсяги прибутку компанії, на який впливають як внутрішні так і зовнішні фактори.

Література

1. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление: Полный курс MBA. - 3-е изд. - М.: Эксмо, 2008. – 467 с. - ISSN 0132-1552
2. Герасименко В.В. Эффективное ценообразование [Текст] : учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: Финстатинформ , 2009. - 387 с. - ISBN 978-5-238-01500-2
3. Модель Uplift: как компании решают давать скидку или нет – Валерий Бабушкин – Режим доступа: www.robo-hunter.com

REFLECTIONS ON THE REGIONAL COMPETITIVENESS IN THE BLACK SEA BASIN-STUDY ON CEREAL MARKET

Voicilas D.M., Assoc.prof.dr., Senior researcher
Romanian Academy-Institute of Agricultural Economics
Certan I., Senior researcher
University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine of Bucharest

INTRODUCTION AND OBJECTIVES

In the last years, the international cereal market had a dynamic evolution. By present paper we would like to show the effects of EU enlargement and globalization on regional trade, influences on agrifood products' competitiveness, with special attention on the Romanian agrifood trade with cereals. The objectives of the paper are to provide a coherent picture of actual and future competitiveness of the cereal market, at regional level, in the Black Sea Basin. We focus on the competitiveness of the cereals from the EU countries, also the Balkan region, face-to-face with other countries from Black Sea Basin, like Ukraine, Russia, or Kazakhstan. The countries we have in view from the Balkan area are mainly Romania and Bulgaria as important producers.



Figure 1. Black Sea Basin

Source: enviroGRIDS

Recently, the cereal market from Romania was confronted with a tough competition from the products originating in the main cereal producing countries, especially from the Black Sea Basin, also countries from European Union, especially producers from Old Member States, but not exclusively. For instance, the main competitors for Romania, from the Black Sea Basin are Ukraine, Russia, and Kazakhstan having in view their productions, yields and trade with cereals in the last decades, as we show in Figure 2.

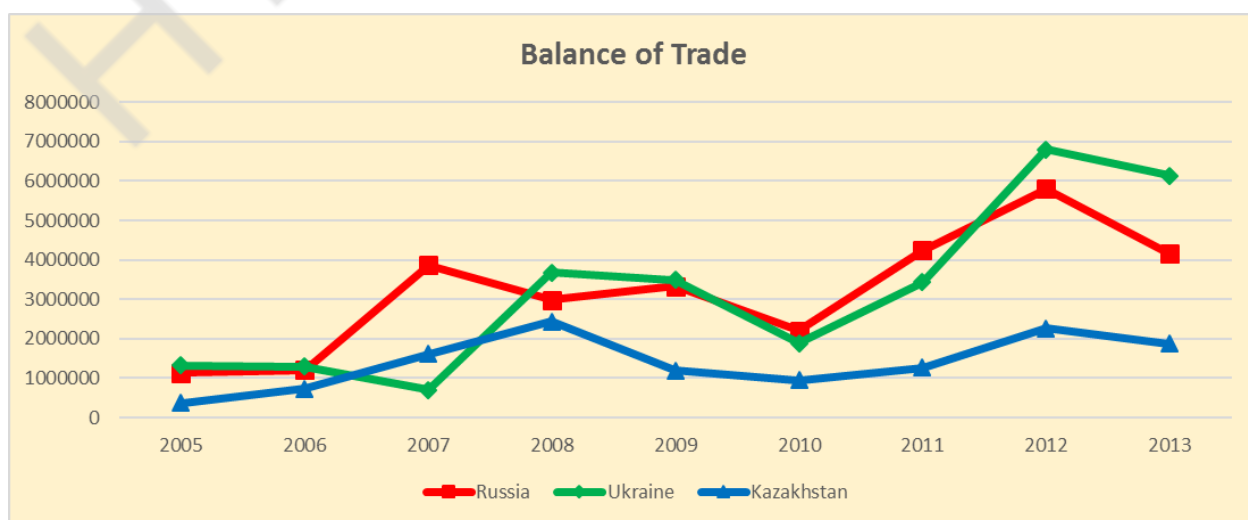


Figure 2. Cereals balance of trade in Russia, Ukraine, Kazakhstan (Thou.USD)

Source: FAO Database

This is the reason why in Balkan region, Romania and especially its ports like Constanta and Braila became important key players in the Black Sea Basin and a bridge between EU and other countries. These give us many arguments to study the evolutions of the market itself and its characteristics.

MATERIALS AND METHODS

The applied methodology contained a statistical comparative analysis based on the trade flows, dynamics of areas, yields, productions, etc. Also, we use qualitative analysis based on interviews and opinion of experts in the field. Mainly, we compared the evolution of the Romanian cereal production, area and trade with countries from the Black Sea Basin. The analysis compressed period from SAPARD program implementation (2002), through EU accession (2007) to nowadays. We analysed long series of data provided by the National Institute of Statistics from Romania, Ministry of Agriculture and Rural Development, EUROSTAT and FAO. Besides these, we utilised information from media, declaration or interviews published in press, by officials from administration or business. Also, the study follows the previous research done by authors since 2013.

RESULTS

The results of the study show that, the Romanian cereal market has had positive evolutions underlined by the size of the internal production, consumption and trade. In the same time, the evolution forced to export the excess of production.

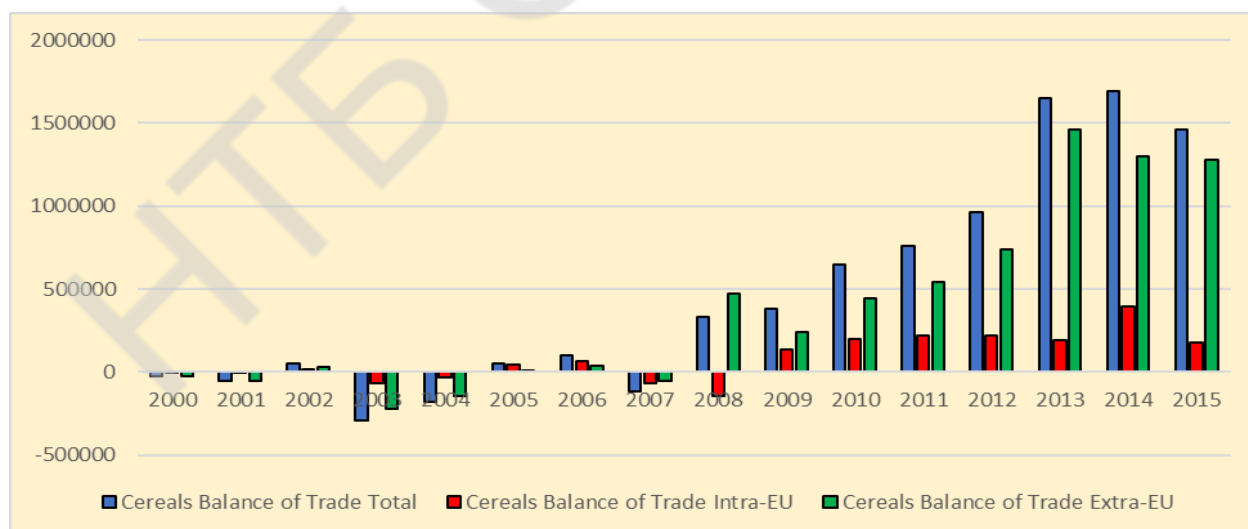


Figure 3. Romanian cereals balance of trade (Thou. EUR)

Source: INS Romania

Another issue to be considered in this analysis is still the lack of storage facilities, even if the building process of these constructions accelerated in the last years. The situation was evident for a long period of time due to the high record yields. In this regard, the most attractive destinations seem to be Black Sea and

Mediterranean countries due to considerable savings over the transport costs. Meanwhile, the yields are highly dependent of weather conditions especially in the Romanian countryside with severe draughts (South, South-East or East). That could be diminished through the renovation of the irrigation systems. All these were possible because of the CAPs and national programs.

CONCLUSIONS

The above-mentioned ideas lead us to the main conclusion that the EU accession has had a positive impact on the cereal chain actors from Romania and influenced the dynamics of the region including the Black Sea Basin. The results open new discussions about the role of the cereal sector in Romanian economy and its influence at regional level. Also, the analysis suggests the ways of development in the context of high level of competitiveness among EU countries and other countries in the world.

Key words: Competitiveness, Cereals, Romania, Regional analysis, Black Sea Basin

REFERENCES

1. European Commission (1999a). *Territorial competitiveness - Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience*, “Rural Innovation” Dossier n° 6 - LEADER European Observatory, December 1999, from <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-en/biblio/compet/intro.htm>
2. EUROSTAT Database (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>)
3. Gavrilăscu, C., Voicilaș, D.M. (2014). *Competitiveness of the Romanian agri-food trade and the new agricultural policies*, in Kowalski, A., Wigier, M., Bulkovska, M. (editors), *The new EU agricultural policy – continuation or revolution?*, Institute of Agricultural and Food Economics Research Institute, Warsaw, Poland, No. 99.1: 95-106.
4. INS, (2011). *Producția vegetală la principalele culturi în anul 2010*, ISSN: 1842-0575, ISSN-L: 1842-0575 (Based on Eurostat New Cronos Data)
5. INS Database (*tempo on-line*, www.insse.ro)
6. Thomson, N. & Ward, N., (2005). *Rural Areas and Regional Competitiveness* (Report to Local Government Rural Network), Centre for Rural Economy Research (ISBN 1 903964 23 7)
7. Voicilaș, D.M. (2013). *Gains and losses of Romanian agri-food products on EU intra-trade market*, in Popescu, G., Istudor, N., Boboc, D. (editors), *Proceedings of the 2-nd International Conference “Competitiveness of agro-food and environmental economy” (CAFEE’13)*, Bucharest, pp. 401-409. (http://www.cafee.ase.ro/?page_id=202) [2014 04 28]
8. Voicilaș, D.M. (2014). *Cereal market in Romania-regional competitiveness*, in *Proceedings of the 5th Conference “Agrarian economy and rural development-Realities and perspectives for Romania”*, Research Institute for Agricultural Economy and Rural Development, ISSN 2285–6803, ISSN-L 2285–6803, Ed. ASE,

ALTERNATIVES FOR CASH CROPS IN A SMALL FARM

Ion Certan, Dinu Toma Adrian

University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine Bucharest

Abstract. The main purpose of this research is to find alternative approach towards cost optimization of high value added crops.

Authors focused on maintenance, logistics, storage and sales costs optimization in order to ensure a continue supply for each stage of production cycle for berries and edible rose.

Data were collected from the researchers conducted in the Didactic Experimental Field of University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine of Bucharest, production entities, whole and retail sellers and were processed through Life Cycle Cost Assessment (LCCA).

Key words: cost optimization, efficiency, organic rose, value chain management, real economy

The horticultural sector is of strategic importance for agriculture and for the 500 million European consumers. It represents almost 17% of the value of the final European Union (EU) agricultural production and targets about 1 million farms specialized in horticulture, fruit and citrus which contribute to the conservation of the environment, to the economic growth and to the creation of jobs throughout the EU [1]. Approximately 1.3 million hectares of land in the EU, out of which 138 thousand in Romania, were cultivated in 2017 by fruit trees, representing about 1% of the area used in agriculture. Over one third of the total area cultivated with fruit trees in the EU were apple orchards (37%), one fifth were oranges (20%), peaches (15%), mandarins (11%), pears (8%), apricots (6%)) and lemons (5%). In Romania almost 121 thousand hectares or 87% were plums and apple orchards, 65100 ha (47%) and 55500 (40%) respectively. In terms of yield more than half of total fruit production were apples (348, 4 thousand tones) followed by plums (270, 0 thousand tones). On the other hand about 60 % of plums and apple orchards are older than 25 years.

Despite the considerable potential, the yields in the Romanian agriculture, including in the horticultural sector, are modest, which indicates a use of the production factors well below the optimum values. Exploited appropriately, the existing potential allows for more productive employment, thus contributing to real progress in reducing rural poverty and eliminating income disparities from those in urban areas. As a result, the premises of economic growth, the efficient management of financial resources and the creation of a positive trade balance are created. [3]

Thus, the reorganization of the system of fruit production and exploitation is the priority objective of the National Program for Rural Development (PNDR) 2014-2020 as well for strategy at sectorial level [2], in order to use efficiently the particular

pedo-climatic conditions of the country, together with the improvement of the socio-economic level of the rural areas.

The competitiveness of fruit products must be associated with the sustainability of their production. The fruit chain contributes to ensuring the food safety and security of the population, so it is necessary to have a consolidated system that works regardless of the fluctuations of the various factors that influence it. For our country, the interdependence of the industry-agriculture, in a period when the industry is conditioned in its development and by the expensive imports of raw materials and energy, transforms the horticultural sector into a real base for economic growth. The horticultural sector also contributes to ensuring the food security and safety of the population, which will work regardless of the fluctuations of the various factors that influence it.

The short food chain of capitalization of fruit production implies a shortening of the circuit, by eliminating the intermediaries. Thus, the producer, immediately after harvesting, goes with the production directly to the market. In the Romanian market, there is a high concentration of capitalization and sale of consumer goods through supermarkets and hypermarkets, which is why the local producer receives quite difficult access, due to the production stability and the low quality. In our country, the storage of fruits under controlled regime is done for a small part of the production, the main causes being the lack of the infrastructure and the qualified personnel, the high costs with their maintenance in deposits at certain parameters of temperature, humidity, etc. These costs could be significantly reduced if an integrated association is established on the flow of a product recovery chain, both directly and through storing technologies. Better integration of agri-food producers in the market and value chain is necessary. For small producers, the focus should be on stimulating the association and improving access to investment loans, while for large players it is necessary to invest in modernization to meet EU requirements, as well as to increase competitiveness on the international market.

The newly amended National Plan for Rural Development 2014 – 2020 encourages the production of high value added crops assuring a lot of facilities (subsidies, investment funds etc.) to whole value chain. These facilities shifted the interest from tradition cash crops (wheat, corn, sunflower etc.) towards walnuts, berries, edible rose etc. that could be seen in the structure of arable land usage.

Berries represents the most known alternative for cash crops. Its industrial cultivation in Romania starts in 1958 with 1 hectare that cover over 250 ha in 1989 but ending with less than 30 ha in 2000. After 2008, the number of plantations and the total acreage in Romania increased, reaching 650 ha in 2015. The spreading of the blueberry highbush culture was made mainly in pre-mountain regions of Romania: Transilvania, Muntenia and Maramures. These regions account for more than 80% of the total area occupied by blueberry.

Taking into consideration the demand of blueberry fruit on the national and international market, the large areas with high favorability for highbush blueberry cultivation (especially in the submountain regions), we anticipate total acreage to increase to 298 over 1,000 ha by 2019.

Another option could be organic edible rose. The technology brought new innovative elements and methods such as using the ameliorative species to improve the soil biological activity, climbing edible rose varieties with fragrance and repeated flowering, innovative pruning system, mulch variants etc. The technology applied registered an increase in petal production from 20-200% depending on the cultivated organic edible rose variety comparing to the traditional ones. This growth allows farmers to choose the most appropriate edible rose varieties in order to get a bigger profit.

Within the last three years researchers from the center for the study of quality food products held a lot of laboratory and field experiments that covered life cycle of berries and rose production. The necessity of the field experiment was caused by development of a technology for blueberry and organic edible rose crop and the main question was, besides the qualitative and health issues, if it was economically competitive in regards to existing traditional ways of growing.

From the processor point of view, the biggest losses are linked to transport costs, especially on the collecting phase due to relatively small scale farmers.

The final products are „sale friendly” as do not need many specific conditions of storing, transporting and maintenance on the sellers level that make it very attractable for exporters.

As a conclusion, be considering opportune to continue the research to evaluate the impact of the newly high value added crops in the market. We consider that blueberry and edible rose could be a highly added value crop through usage of recognized national or regional brands.

Meanwhile the processing industry could be developer as a result of farmers' cooperation for process and/or sale of blueberry and edible rose petals products.

Bibliography

1. National Plan for Rural Development 2014 – 2020, Monitorul Oficial nr.7, 2017, Bucharest, Romania
2. A. Asănică, A. Bădescu and C. Bădescu, Blueberries in Romania: past, present and future perspective, Acta Hort. 1180. ISHS 2017. DOI 10.17660/ActaHortic.2017.1180.39 Proc. XI International Vaccinium Symposium Ed.: J.W. Olmstead
3. strategie-legume-fructe-2018-2020.pdf
4. <https://www.revistafermierului.ro/romania-agricola/horticultura/item/3766-anunt-eurostat-cifre-imbucuratoare-cu-privire-la-suprafata-cu-pomi-fructiferi-a-romaniei.html>
5. http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/potentialul_productiv_al_plantatiilor_pomicole_si_viticole_in_anul_2017_0.pdf

ГРУЗИИ

**Борис Чичинадзе,
Доктор экономических наук,
Лектор Кутаисского (Грузия) Государственного
Университета им. Ак. Церетели,
Член научного общества экономистов Грузии,
Член научного совета журнала
„Бизнес и Законодательство”**

Со дня обретения страной независимости (1991 год) по сей день для Центральной власти Грузии одной из важнейших проблем снова остается принятия соответствующих законодательных механизмов регулирования с целью улучшения социально-экономического положения самоуправлений.

Многokrатно были приняты попытки увеличения бюджетной независимости самоуправлений, но и это не помогло достигнуть поставленной цели. Несмотря на то, что бюджетная независимость самоуправлений гарантирована конституцией Грузии и другими законодательствами, в реальной жизни наблюдается совсем другое положение, а именно: самоуправления испытывают хронический дефицит собственных бюджетных доходов. Положение усугубляется еще и тем, что самоуправления обладают определенного типа эксклюзивными (собственными) правами и обязанностями, исполнение которых является компетенцией только самоуправлений тогда как собственные бюджетные доходы самоуправлений недостаточны для исполнения этих эксклюзивных обязательств. Исходя из сложившегося положения для того, чтобы не происходил хронический рост невыполненных обязательств, центральная власть систематически перечисляет самоуправлениям трансферы (помощь разного вида подобия).

Итак, исходя из сложившегося положения следует отметить, что собственные бюджетные доходы самоуправлений не состоят в корреляции с исполняемыми ими обязательствами. Структура доходов, предусмотренных для самоуправлений Грузии регулируется законом «О бюджетном кодексе».

Вышеуказанный закон Грузии определяет правило перечисления в бюджет самоуправлений процентного отчисления от действующих налогов и сборов. Важно отметить, что в Грузии из шести действующих общих государственных налогов только налог на имущество в 100 %-ом размере перечисляется в бюджет самоуправлений (см. приложение №1)

Также важно отметить, что с 1 января 2019 года в самоуправления Грузии перечисляется 19 % от налоговых сборов прибавочной стоимости в масштабах всей страны. Указанные 19% в самоуправлениях распределяются с учетом численности населения, протяженности дорог и учетом других критериев. Анализ бюджета самоуправлений Грузии показывает что в общем бюджете доля собственных доходов самоуправлений (налог на имущество и др) составляет 15-20%, что является очень мизерна и значительно отстает от средних европейских показателей (35-40%).

Таблица 1 - Распределение процентных отчислений от действующих налогов в бюджете самоуправлений

№	наименование налогов	процентное отчисление	отчисление в бюджете самоуправлений	примечание
1	Подоходный налог	5 %, 20 %	0 %	
2	Налог на прибыль	15 %	0 %	
3	Налог на добавленную стоимость	18 %	19 %	с 1 января 2019 года перечисляется в бюджетах самоуправлений
4	Акцизный налог	по усмотрению дифференцированного акцизного товара	0 %	
5	Налог на импорт	0 %, 5 %, 12 %	0 %	
6	Налог на имущество	1 %	100 %	

Именно дефицит собственных бюджетных доходов является причиной того, что самоуправления не производят финансирования соответствующих муниципальных активов для улучшения местного социально-экономического положения, почти ничего не предпринимают для создания новых рабочих мест, для привлечения местных и иностранных инвестиций, создания совместных иностранных предприятий в аспекте «частного и общественного сотрудничества», а также в направлении развития местной «зеленой экономики».

Ввиду несовершенного законодательства в самоуправлениях фактически невозможен поиск разного типа статистической информации, такой как:

- а) количество производимых товаров и единиц обслуживания;
- б) количество входящих и выходящих инвестиций в самоуправлениях;
- в) определение реального уровня безработицы;
- г) определение платежного базиса арендованного имущества;
- д) другие значительные направления.

Исходя из хронического недостатка собственных бюджетных доходов в самоуправлениях Грузии, центральная власть в срочном порядке должна осуществить:

- а) фискальную и политическую децентрализацию;
- б) внесение изменений в «Кодекс о бюджете» с целью увеличения местных доходов;
- в) обеспечить рост компетенций самоуправлений в направлении развития «частного и общественного» сотрудничества;
- г) обеспечить рост компетенций в направлении развития поиска статистической информации;
- д) четкое разграничение компетенций между Центром и самоуправлениями.

В том случае если в ближайшей перспективе со стороны Центральной

власти не будут сделаны действенные шаги для обеспечения роста собственных бюджетных доходов самоуправлений, то социально - экономическое положение в самоуправлениях еще более усложнится, что в будущем создаст значительные проблемы в области политической и экономической стабильности страны.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ І ІННОВАЦІЇ

Лагодієнко В.В., д.е.н., професор
Голодонюк О.М., старший викладач
Мільчева В.В., аспірант
Одеська національна академія харчових технологій

Для того, щоб побудувати організацію, здатну продовжувати свою діяльність в довгостроковій перспективі, важливо зрозуміти ключову роль основної частини (визначення та вимірювання) організації в рамках інноваційного процесу. Інноваційний процес є дуже складним та багатовимірним, оскільки багато факторів взаємодіють, щоб зробити можливим існування цього процесу. Як правило, організації, які розпоряджаються необхідними ресурсами, сильною мотивацією до інновацій та організаційним кліматом, який дозволяє та заохочує появу інноваційних ідей, – швидко та успішно сприятимуть впровадженню інновації.

Таким чином, здатність до інновацій представляє здатність постійно вносити знання та ідеї в нові продукти, процеси та системи, як на користь організації, так і акціонерів.

Можливість розробки нових ідей та впровадження інновацій стали пріоритетом для багатьох організацій. Інтенсивна глобальна конкуренція та технологічний розвиток зробили інновації джерелом конкурентної переваги. Визначення інновацій викликало інтерес як для дослідників, так і для власників підприємств різних галузей. Вважається, що спосіб визначення інновацій всередині організації надалі визначатиме, які заходи будуть проходити в межах компанії, а які – за рахунок аутсорсингу. Вчені та представники різних галузей застосовували різний підхід із багатьох перспектив щодо визначення інновацій, включаючи радикальні або поступові зміни в продукції, процесах та ринках.

Визначення інновацій описує їх ступінь та характер у певній організації. На інновації, як результат інноваційного процесу, сильно впливає те, як організації визначають поняття інновації. Цей факт підкреслює ряд критичних наслідків для організацій та створює новий порядок управління інноваціями. Деякі особливості інновацій змінюються залежно від розглянутої організації, оскільки деякі організаційні характеристики змінюються залежно від типу розглянутих нововведень. Ці особливості називаються вторинними характеристиками інновацій [1].

Сумісність є чудовим прикладом, оскільки одне нововведення може суттєво відрізнятись з точки зору придатності для різних організацій. Складність, відносна перевага або витрати – це кілька характеристик, які

можуть суттєво відрізнятися від однієї організації до іншої.

Основними характеристиками інновацій є такі, які не змінюються незалежно від організації, тісно пов'язані з промисловим контекстом, в якому відбувається інновація.

Інші автори [2; 3] визначили інші особливості інновацій, такі як: масштабність та її вплив на компетенції фірм, прагнучи дослідити відмінності між інкрементальними та радикальними інноваціями.

Визначають ще одну характеристику інновацій, а саме – фактор, що посилює або знищує компетенцію [4]. Нововведення, що стимулює організаторські здібності, призводить до вдосконалення цих навичок та ноу-хау організації. Більше того, нововведення, яке гальмує прояв навичок, негативно впливає на ці пункти. Ця особливість укорінена в особливостях кожної організації. Отже, будь-яке нововведення може бути стимулом для компанії та перешкодою для іншої.

Багато існуючих досліджень детермінант інновацій спрямовані на виявлення конкретних характеристик фірми, які могли б вплинути на процес інновацій та / або впливу на навколишнє середовище. Дослідження виявили структурні фактори, характерні для великих фірм. Небагато досліджень розглянули наслідки стратегічної орієнтації, навчання та гнучкості.

Внутрішні та зовнішні фактори можуть мати прямий вплив на організаційну інновацію за кількістю прийнятих нововведень. Внутрішні фактори – орієнтація на ринок, політика навчання та технологій – спрямовані на покращення інноваційної поведінки фірми. Зовнішні фактори (концентрація в галузі та перешкоди для вступу) безпосередньо впливають на ставлення організації до інновацій або шляхом гальмування або стимулювання пов'язаної з цим роботи.

Організаційна інновація – це одновимірне явище. Воно підкреслює тенденцію компаній ініціювати та/або впроваджувати різні види інновацій: технологічні, адміністративні, продуктові та процесуальні. Цю концепцію можна розглядати з різних точок зору в рамках організаційної бази – технологічної точки зору, поведінкової перспективи та у світлі продукту.

У літературі в галузі інновацій показано зв'язок між стратегічною орієнтацією – орієнтацією на ринок, орієнтацією на навчання та на технологічну політику – та організаційними інноваціями.

Інновацій не вистачало у моделях, пов'язаних із орієнтацією на ринок, література про ринкову орієнтацію порівняно нещодавно почала визнавати вплив на інновації. Фірми, орієнтовані на ринок, є більш інноваційними, оскільки вони більш чуйно реагують на зміни, що відбуваються у потребах клієнтів. Сильна інтенсивність ринкової орієнтації відображає глибоке розуміння потреб клієнтів та конкурентної ситуації. Таким же чином, Nerver і Slater (1994) показують, що компанія, яку очолює ринок, може передбачати потреби, що розвиваються, і може реагувати, продаючи інноваційні продукти. Наполегливість у задоволенні потреб та бажань споживачів, які постійно змінюються, є джерелом інновацій.

На економічний прогрес продовжує сильно впливати розвиток та впровадження інновацій організаціями. Дослідження впровадження та розповсюдження інновацій проводяться на макроекономічному рівні, спираючись на зв'язки, встановлені між різними суб'єктами. Деякі автори підтримують думку про те, що розповсюдження та впровадження інновації сильно взаємопов'язані (Hislop, 1997).

«Процес дифузії передбачає поширення інновацій серед своїх потенційних послідовників» [5]. Спосіб сприйняття відповідних нововведень впливає на розповсюдження, пошук інформації та підготовку інновацій. Організаційна структура також містить виміри, які впливають на ймовірність інновацій. Різні стадії становлення проходять до самого становлення, а подальше прийняття вимагає також інших кроків, таких як тестування та модифікація / адаптація. На ці фази впливають різні набори змінних.

На початковій стадії процесу прийняття формуються переконання та уявлення, які потім можуть спричинити сприятливе або несприятливе ставлення на етапі переконання, відповідно до поведінкового наміру на стадії прийняття рішень. На етапі підтвердження особа, яка приймає рішення, приймає поведінку, яку можуть супроводжувати зміни у ставленні через намагання зменшити когнітивний ефект дисонансу, спричинений прийняттям інновацій.

На етапі підтвердження, якщо попередні очікування не збігаються з економічним, організаційним та поведінковим рівнем реальних результатів інновацій, той, хто приймає рішення, намагатиметься усунути дисонанс, змінивши своє ставлення, дії чи навіть знання. Також на цьому етапі інновація може бути дещо змінена, щоб відповідати потребам та організаційній структурі, відповідно, структура організації може змінюватися залежно від прийнятої інновації.

Процес впровадження інновацій з його п'ятьма етапами був важливим елементом у дослідженнях щодо розповсюдження та впровадження інновацій. Важливим є також хронологічний порядок інноваційного процесу.

Отже, можна зробити висновок, що сфера інновацій дуже широка. Можливість розробки нових ідей та інновацій стала пріоритетом для багатьох організацій. Інтенсивна глобальна конкуренція та технологічний розвиток зробили інновації джерелом конкурентної переваги.

Здатність компанії висувати ідею більш високої вартості може бути джерелом конкурентної переваги і являє собою причину, через яку замовник може обрати одну компанію на шкоду іншій.

Компанії, які можуть створити конкурентну перевагу, здатні покращити свою діяльність завдяки набутому досвіду, набутому знанню, яке з часом може стати джерелом відмінних компетенцій на ринку.

Література

1. Downs, G.W., Mohr, L.B., (1976), Conceptual issues in the study of innovation, Administrative Science Quarterly, No.21

2. Damanpour, F., (1991), Organizational Innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators, Academy of management journal, Vol.34/ No.3
3. Dewar, R.D., Dutton, J.E., (1986), The adoption of radical and incremental innovations, Management Science, Vol.11/ No.32
4. Tushman, M.L., (2002), A structural approach to assessing innovation: construct development of innovation locus, type and characteristics, Management Science, Vol.48/ No.9
5. Drury, D.H., Farhoomand, A., (1999), Innovation Diffusion and Implementation, International Journal of Innovation Management, Vol.3/ No.2

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Гриза А.С., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – діяльність суб'єкта господарської діяльності України та такого ж самого іноземного суб'єкта, побудованої на взаємовідносинах між ними як на території України, так і за її межами. ЗЕД – це комплекс міжнародних торговельних операцій, які спрямовані на утворення проведення і регулювання процесу обміну товарами та послугами.

Зовнішньоекономічна діяльність здійснюється на рівні виробничих структур, таких як: фірми, організації, підприємства і т.д., з самостійним підбором іноземного контрагенту, який має певний товарний асортимент для експортно-імпортової укладу, який встановлює ціни и вартість контракту, розмір та часові рамки відвантаження і виступають часткою виробничо-комерційної діяльності як з внутрішніми, так і з закордонними партнерами.

Зовнішньоекономічна діяльність – один з важливіших векторів росту у багатьох сьгоднішніх державах та виступає джерелом товарів, які не країна не здатна виробляти самостійно, а також частково у видобутку прибутку від експортно-імпортової діяльності.

Сьгодні існує два стримуючі розвиток зовнішньоекономічної діяльності в Україні вектори: внутрішній та зовнішній. Під «внутрішнім» вектором, йдеться мова про питання державного рівня.

Питання збільшення продуктивності зовнішньоекономічної діяльності країни перебувають у винятковому сенсі і все це через питання всередині держави: явним дисбалансом структури країни є перехід до ринкової механізму господарювання; велика енерго- та ресурсоемність ділянок національної економіки; національне виробництво знаходиться на низькому рівні серед конкурентів; відсутній інноваційний розвиток, зруйновані технічний та технологічний, індустриальний потенціал, тощо.

Також до важливих проблем та труднощів розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні, можна виділити наступні пункти:

- у порівнянні з іншими країнами неефективне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, яке тягне за собою проблематику узгодження різноманітних питань у міністерствах, відомствах, місцевих адміністраціях та враховує велике марнування часу та намагань суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- нестабільна законодавча база та право в цілому;
- економічний та політичний дисбаланс держави, який виступає основним посередником процвітання інтернаціональних відносин, зв'язків, зовнішньоторговельної політики, так який потребує системного розгляду, тому що зовнішньоекономічна діяльність – це структурний елемент загальнодержавних механізмів.

Основне угруповання зовнішніх чинників, стримуючих розвиток зовнішньоекономічної діяльності фірм є: фінансово-економічні, інституційні та політичні фактори. Утворення економічної взаємодії і її умов на інтернаціональному рівні вирішується комплексним впливом різних факторів, таких як: результат глобальної фінансово-економічної кризи 2008–2010 рр.; велика конкуренція на світовому ринку; перешкоди на вхід на ринки процвітаючих країн; певне ділення сфер та зон дії на країну та підготовленість ведучих підприємств світу.

Через малу інвестиційну привабливість та несприятливе інвестиційне положення країна не може прийняти достатню кількість фінансових ресурсів для підвищення рівня компаній, установку сучасних технологій, технічного переоснащення, наукових досліджень, застосування інновацій. Також, для багатьох видів занять характерний великий час окупності інвестицій, не дуже приємна динаміка цін, процеси інфляції тощо.

Для вирішення питань проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності треба переглянути державну політику щодо допомоги національним виробникам збільшити їх експортний потенціал та усунути імпортозаміщення в усіх його видах. Треба збільшити процент готового продукту в експорті, та зменшити частку екологічно-шкідливої, продуктам, які не відповідають вимогам, та популярних у вживанні товарів в імпорті.

Головні способи підвищення рівня зовнішньоекономічної діяльності компаній – зробити вигідні економічні умови для росту кількості виробництва вітчизняних продуктів та констатингу за рахунок удосконалення господарства, впровадження новітніх технологій, підвищення науково-технічного ресурсу, установа систем кредитування коштів, які знаходяться в обігу розробника, збільшення проценту механізації та автоматизації на виробництві, залучення до керування підприємствами висококваліфікованих фахівців.

Література

1. Тардаскина Т.М., Пінчук Т.А. Навчальний посібник Зовнішньоекономічна Діяльність. Одеса 2015. 121 с.
2. Черчик Лариса Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. 2015. 6 с.

3. Санду В.М., Галушка Є.О. Проблеми та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України // Чернівецький торгівельно-економічний інститут КНТЕУ. Чернівці. URL: http://globalnauka.com/naukova_ukraina/2490.html (дата звернення: 29.09.2019).

PRIORITIES OF CONSUMERS OF EDUCATIONAL SERVICES AT LECTURES AT UNIVERSITIES IN ASIA, EUROPE AND NORTH AMERICA

Edgar J. Saucedo Acosta¹, Srećko Goić², Marta Latkowska³, Walery Okulicz-Kozaryn⁴
 Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz¹, Mexico
 University of Split², Croatia
 County College of Morris³, USA
 Pedagogical University of Krakow⁴, Poland

Introduction

The aim of the study was to assess priorities of consumers of educational services at lectures at universities in Asia, Europe and North America.

This goal stems from a purely economic issue: «In what way to study at lectures to invest: in auditory or visual?». On the other hand, our goal is related to the management system and answers the question: «How to reform the higher education system?».

The study was supported by the East European research group (Azerbaijan, Belarus, Poland, Serbia, Ukraine).

Materials and methods

The study covered one country in Asia (Kazakhstan), two countries in Europe (Croatia and Ukraine), two countries in North America (Mexico and the USA) in January 2018-September 2019. Several groups of students in selected countries were selected as the object of the study.

The main research methods were literature review, survey and statistical processing of survey results [1]. Six groups of students were interviewed (table).

Table-characteristics of respondents

№	Specialty	Number	Form of training	University
Asia				
1	Translation business, bachelor study	10	full-time	Baishev University, Aktobe, Kazakhstan [2]
2	Pedagogy and psychology, bachelor study	11	full-time	
	in total:	21	-	-
Europe				
3	Accounting and audit, bachelor study	10	full-time	Odessa national Academy of food technologies, Ukraine [3]
4	Project management, bachelor study	18	full-time	University in Split, Croatia
	in total:	28	-	-
North America				

5	Environmental and ecological economics, master study	6	full-time	Universidad Veracruzana, Mexico
6	Engineering science, bachelor study	4	full-time	County College of Morris, the USA
	in total:	10	-	-
	in the sum:	59	-	-

Source: Own survey

Thus, there were 59 respondents who took part in the survey. There are 11 groups of respondents. The main question discussed in the paper was:

- What way of learning at lectures do I prefer?

There were three possible answers:

1. The teacher has a presentation, and I write with a slide show.
2. The teacher slowly dictates, and I write.
3. The teacher quickly says, and I write.

The first answer refers to the visual way of learning at lectures. The second and third answers refer to the auditory way of learning at lectures.

Results

According to the results of questionnaire processing, there are three figures showing the proportion of students who prefer the auditory method of lectures and the visual method of lectures.

Figure. 1 - Preferences of Asian students in choosing the method of teaching at lectures, 21 respondents

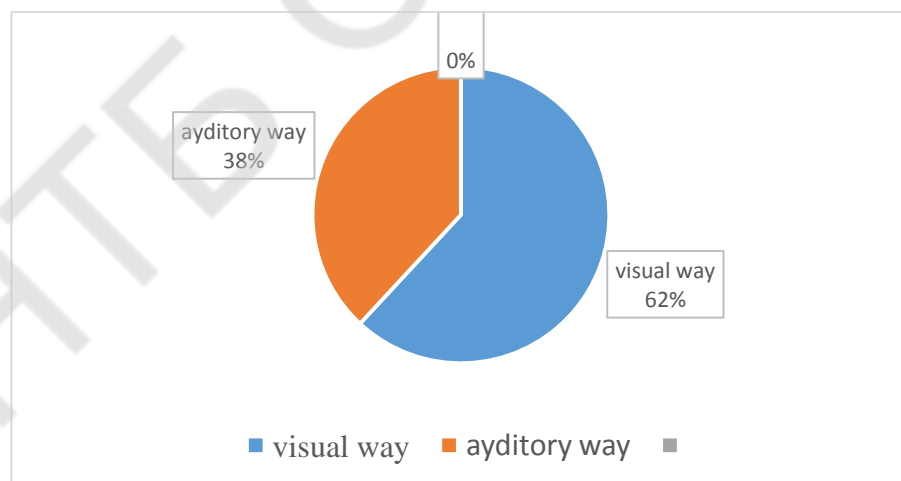


Figure. 2 - Preferences of European students in choosing the method of teaching at lectures, 28 respondents

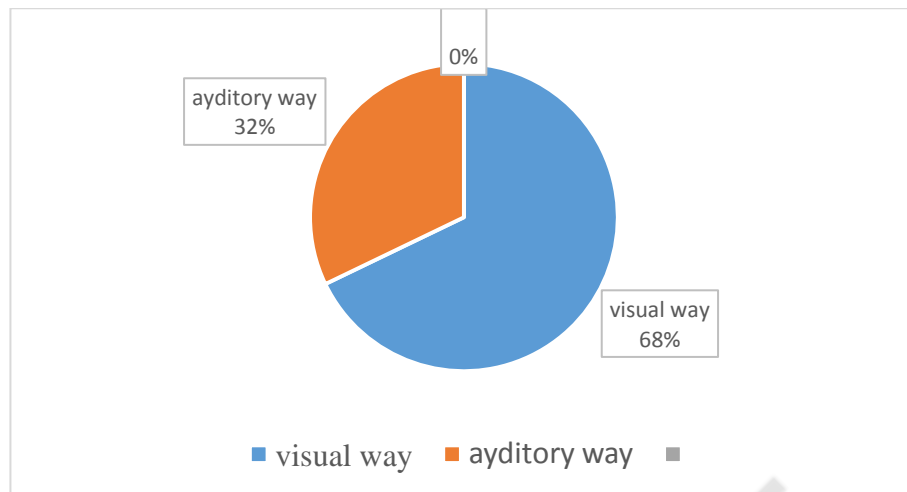
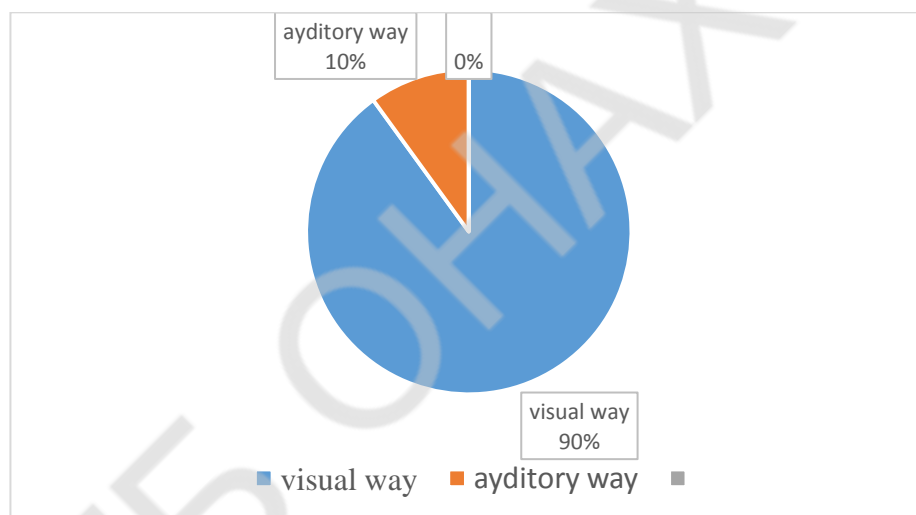


Figure. 3 - Preferences of North American students in choosing the method of teaching at lectures, 10 respondents



Figures 1-3 shows, that the proportion of respondents who chose the visual way of teaching at lectures ranges from 62% in Asia to 90% in North America.

Conclusion

The aim of the study was achieved-the evaluation of consumer preferences of educational services at universities in Asia, Europe and North America was done. The results of the study have showed:

1. Funds should be invested:
 - in the development of the theoretical foundations of the visual method of teaching at lectures,
 - in the technical equipment of lecture halls,
 - in the retraining of the teaching staff of universities.
2. We should to reform the higher education system across two paths at least
 - it is necessary to develop effective techniques for the visual method of teaching,
 - may be it is a good idea to separate training of students who prefer auditory

and visual methods of teaching at lectures.

Literature

1. BUS_9641_Business_Statistics_5M. Lecture notes for the Program «Masters of Business Administration». - Kingston University. NY. USA. 2009. - 106 p.

2. Okulicz-Kozaryn W., Kussanova B., Yerniyazova Z. On the possibility of higher education management in Kazakhstan based on the preferences of consumers of educational services. International Journal of Humanities and Natural Sciences, 2019, vol.8-1, p. 106-114.

3. D. Škunca, Z. Ćekerevac, O. Golubyonkova, W. Okulicz-Kozaryn. Опыт оценки приоритетов потребителей образовательных услуг в вузах Сербии и Украины. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 жовтня 2018 р. Одеська національна академія харчових технологій, 2018. – с. 207-210.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Константинова Т.В., к.е.н., ст.викладач
Одеська національна академія харчових технологій**

Планування є першою та однією з найголовніших функцій управління, адже розробка ефективних управлінських рішень є запорукою успішної діяльності підприємств галузі. Дослідження, що стосуються управління підприємством варто направити на вивчення механізму функціонування функції планування на усіх ієрархічних рівнях організації.

Успішна діяльність підприємства полягає, перш за все, у наданні структурними підрозділами своєчасної інформації керівнику (якщо говорити про лінійну та лінійно-функціональні організаційні системи управління) про стан справ, задля запобігання негативних явищ, а також у систематичному контролі за виконанням доручень, особливо на ділянках, які є основними для функціонування підприємства. Саме це і обумовило актуальність теми дослідження.

Стратегічне управління підприємством вимагає врахування факторів впливу на нього як внутрішнього (виробництво, кадри і т.п.), так і зовнішнього середовища (політика, суспільство, економіка, екологія і т.ін.), що в свою чергу потребує вивчення стану ринку галузі, у якій працює підприємство.

Говорячи про стратегічне управління в цілому окрім його позитивних факторів варто також зазначити і його недоліки, до яких можна віднести:

-невиконання програм економічного розвитку, розроблених на довгий час, що призводить до підвищення гнучкості стратегій.

- організація роботи підприємства часто не відповідає економічного розвитку, що потребує пошуку нових підходів до удосконалення системи.

В процесі побудови системи довгострокового управління підприємством на кожному етапі потрібно робити вибір на користь найбільш доцільних елементів, які в повній мірі відповідають цілям діяльності компанії. Такі елементи нерідко можуть суперечити один одному, тому вибір на користь одного з них може негативно позначитися на іншому.

До особливостей стратегічного управління відносять: комплексність підходу до зайняття міцних позицій підприємства на ринках збуту; використання інновацій не тільки у процесі виробництва, але й управління, а також довго строківість поставлених задач та способів їх досягнення.

Нині харчова промисловість України потребує нових підходів до управління діяльністю підприємств галузі. Стратегічне управління дозволяє підприємствам швидко реагувати на кон'юнктуру ринку та швидко реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища фірми. Це стає все більш важливим оскільки українські підприємства на світовому ринку не в змозі конкурувати із іноземними підприємствами, що негативно позначається на виробничій діяльності промислових господарств.

Існуючі підходи до стратегічного управління підприємством описують довгостроковий метод планування основною перевагою якого є, звісно ж, простота використання, а недоліком – неспроможність врахувати майбутній стан зовнішнього середовища. Метод стратегічного планування за системою збалансованих показників передбачає баланс між основними елементами діяльності підприємства та ефективне структурування цілей підприємства, що є суттєвою перевагою, у порівнянні із довгостроковим методом. Планування стратегічного управління підприємством на основі показника капіталізації забезпечує максимізацію приросту економічної доданої вартості, що є важливим чинником для підвищення інвестиційної привабливості, але не враховує показник синергізму та необхідність розподілу діяльності організації на процеси.

Найважливішим завданням для підприємств харчової промисловості є управління процесом налагодження поставок сировини, для подальшого виробництва високоякісних продуктів, що є одним з факторів забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на зовнішньому ринку.

Розвиток підприємств харчової промисловості потребує не лише збільшення обсягів виробництва продукції, але й підвищення економічної ефективності діяльності підприємств а також підвищення рівня конкурентоспроможності. Стратегічне управління підприємством, щодо основних конкурентів, передбачає декілька напрямів:

- співіснування підприємств-конкурентів;
- співробітництво підприємств-конкурентів;
- інтеграція конкурентів;
- ігнорування конкурентів.

Основні умови для ефективного економічного розвитку підприємств харчової промисловості включають в себе техніко-технологічні, виробничі, маркетингові та організаційні фактори, кожен з яких в тій чи іншій мірі впливає

на діяльність підприємства.

Говорячи про підприємства харчової промисловості доцільно буде відмітити показники борошномельної промисловості, як однієї із галузей, що виробляє продукти першої необхідності населення. Як і будь-яка інша галузь харчової промисловості вона потребує активізації використання інструментів стратегічного управління, які формують стратегічну поведінку підприємства.

До них відносимо:

- аналіз ринку збуту продукції;
- використання різноманітних моделей стратегічного управління підприємством;
- формування систем моніторингу за ринковою та фінансово-економічною інформацією;
- організація системи підвищення кваліфікації працівників.

Задля забезпечення ефективної системи стратегічного управління підприємством пропонується використовувати адаптивний підхід, оскільки для підприємств харчової промисловості при плануванні виробничої діяльності потрібно орієнтуватися на підходи, що сприятимуть стійкому їх розвитку для посилення конкурентних позицій на світовому ринку продуктів харчування.

Проте, на сьогодні, для реалізації визначеного підходу підприємствам харчової промисловості заважають наступні негативні чинники: погіршення якісних і кількісних показників виробничо-ресурсного потенціалу, низький рівень застосування інноваційних техніко-технологічних рішень у виробництві, низький рівень менеджменту в реалізації стратегічних завдань тощо.

У висновку зазначимо, що головними чинниками стратегічного управління, що виведуть харчову промисловість України на якісно новий рівень є:

- застосування підприємствами програми інноваційного розвитку підприємства, підвищення економічного потенціалу та ефективної виробничої програми;
- врахування дії негативних факторів зовнішнього середовища та запобігання їх прояву;
- дослідження ризиків та управління ними;
- вивчення змін конкурентних вимог до підприємств.

Література

1. Кокорев В. Институциональная реформа в сфере инфраструктуры в условиях естественной монополии // РАН: Вопросы экономики. 1998. №4. С. 115-133.
2. Иншаков О.В., Русскова Е.Г. Инфраструктура рыночного хозяйства: системность исследования // Вестник СпбГУ. 2005. Сер.5. Вып. 2. С. 28- 37.
3. Орешин В.П. Планирование производственной инфраструктуры: комплексный подход. Экономика, 1986. С. 8.
4. Герасимчук В.І. Ринкова інфраструктура та її вплив на ринок праці. Київ: Принт Експрес, 1999. 33 с.

5. Долішній М., Беленький П. Проблеми розвитку ринкової інфраструктури (методологічний та регіональний аспекти) // Вісник Тернопільської академії народного гос-подарства. № 5. 2004. С. 179-188., 78

6. Павлов В.І. Політика регіонального розвитку в умовах ринкової трансформації (теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації). Луцьк: Надстир'я, 2000. 580 с.,

7. Ткач А.А. Базисні інститути ринкової інфраструктури в трансформаційній економіці // Економіка розвитку. Харків: ХДЕУ, 2004. № 92 [30]. С. 50-54.

8. Дубницький В.І., Фудулова С.О., Василюк О.В. Регіональна інфраструктура: модернізація, пріоритети та перспективи // Регіональна економіка. Проблеми економіки. № 2. 2017. С. 161-168.

9. Ципліцька О.О. Соціально-економічна інфраструктура як фактор зростання трансформаційної економіки України. дис. канд. екон. наук: 08.01.01. Миколаїв, 2005. 193с.

СТВОРЕННЯ ФОНДУ ПІДТРИМКИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ, ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІКИ

**Немченко Г.В., асистент, аспірант кафедри управління бізнесом
Одеська національна академія харчових технологій**

Значну частку у бюджеті населення України займають продукти харчування. Тому, промисловість має забезпечувати населення якісними харчовими продуктами, а також, зробити їх доступними для усіх верств населення. У цих умовах, тільки кредитування недостатньо для стрімкого розвитку та зниження цін на продукцію харчової промисловості. Для вирішення цієї проблеми, пропонується створення регіонального фонду підтримки харчової промисловості (далі скорочено ФПХП), який буде стимулювати виробництво і споживання екологічної продукції, впровадження інноваційних технологій, допоможе реконструювати, модернізувати, а в деяких випадках перепрофілювати підприємства, надаючи їм допомогу (пільги, дотації, субвенції) [1].

Харчові підприємства, як і більшість підприємств інших галузей, ведуть свою діяльність в ринкових умовах, за допомогою самофінансування (у 2017 році, інвестиції за кошти підприємств і організацій становили 310062 тис. грн., що становить 69% [2]), джерелом якого виступає прибуток, але його розміри не завжди дозволяють проводити наукові розробки та дослідження, покращувати якість продукції, впроваджувати інноваційні здобутки. Ось чому, не кожне харчове підприємство здатне самостійно займатись інноваційною, природоохоронною діяльністю, що вимагає підтримки з боку регіонів, держави і створення відповідних фондів з розробки і впровадженню інноваційних технологій, виробництва безпечної екологічної продукції, підвищення її конкурентоздатності. Спробу запровадити цю думку лише у хлібопекарській

промисловості робить Шалений В.А. Він пропонує у хлібопекарській промисловості створити державний інвестиційний фонд сприяння технічного переозброєння підприємств [3].

Заслугує уваги точка зору Нехайчука Д.В., який вважає, що «на регіональному рівні повинен бути створений фонд інвестиційної підтримки регіону з метою реалізації великомасштабних інвестиційних проектів в регіоні. Він повинен замінити неефективно працюючий бюджет розвитку» [4]. Безумовно, інноваційно-інвестиційний фонд потрібен регіону, але він не може замінити бюджет розвитку і виступає у якості допоміжного засобу підтримки. Цієї ж думки дотримується і Довгаль О.В., яка пропонує для стимулювання підприємницької діяльності створення територіального фонду розвитку малого бізнесу [5].

У 2019 році було створено фонд розвитку інновацій, що є позитивним, але розподіл його коштів за грантами не гарантує повернення грошей, вибір найбільш пріоритетних напрямків, а держава не отримує частку у стартапах. Крім того, цей фонд не враховує регіональний аспект і може породжувати корупцію да і його розміри не дозволяють реалізовувати серйозні проекти.

На нашу думку, регіональний фонд розвитку інновацій має бути пов'язаним з науковими установами, вишами. Створення такого фонду, як складової кредитної системи, буде сприяти інноваційному розвитку, включаючи харчові підприємства (ФПХП).

Створення ФПХП буде сприяти збалансованості, «переливу» капіталів у «потрібні» галузі, які визначає не тільки ринок (за прибутком), але й регіони та держава (з урахуванням економії витрат та тривалості життя підприємств). Крім того, доцільно у майбутньому використовувати кошти з фонду для розвитку підприємств машинобудування для харчової промисловості, що буде підвищувати ефективність та конкурентоздатність галузі. У цих умовах, зростає значення держави, яка зобов'язана встановлювати плани та прогнози розвитку харчової промисловості країни і надавати допомогу. Тобто, регіональна політика у сучасній ринковій економіці передбачає вирішення соціальних проблем, які є поштовхом підвищення рівня життя. Тому, власна ринкова економіка, вирішуючи соціальні проблеми себе суперечить. З одного боку, підприємство в умовах сучасного ринку не може отримувати прибутки, завдаючи шкоду суспільству та природі, а з іншого, регіони, де вони розташовані також вводять обмеження і вимушені підтримувати і стимулювати соціальну політику. Ось чому, створення ФПХП може свідчити про розвиток неринкових відносин у суспільстві.

Таким чином, неможливо відокремлювати управління харчовими підприємствами від регіонів, це єдина еколого-економічна система. Управління цією системою направлене на забезпечення рівноваги харчових підприємств і біосфери, забезпечення раціонального споживання продовольчих продуктів і відтворення якісної робочої сили для розширеного виробництва. Харчові продукти – це сукупність біологічних, хімічних речовин, корисних для організму, а також медична, історична, економічна категорії, що мають вартість

і ціну, і застосовуються у будь-якому регіоні світу, з урахуванням природних та національних особливостей. Тому, вона (категорія) може бути об'єктом управління – виробництва, розподілу, обміну та споживання і активно впливати на розвиток і подальшу діяльність харчових підприємств.

Харчові підприємства створюють робочі місця і одночасно виступають джерелом надходжень місцевого та державного бюджетів. Також, не менш важливим є вплив на суспільство, у тому числі здоров'я населення: якщо продукти їжі будуть не відповідати міжнародним стандартам, будуть низької якості – прямо пропорційно буде підвищуватись захворюваність, смертність – що негативно вплине на частку активного працездатного населення, зменшить ВВП, а також збільшить витрати домогосподарств на медицину. Тому, місцеві органи влади, держава зобов'язані допомагати бізнесу харчової промисловості.

Література

1. Немченко Г.В. Інноваційний шлях подолання проблем підприємств харчової промисловості. – *Економіка харчової промисловості*, Том 11, № 1, 2019 С.105-110.

2. Державна служба статистики України. *Статистичний щорічник України за 2017 рік*: С. 359, URL: <http://ukrstat.gov.ua>

3. Шалений В.А. Управління ризиками операційної діяльності хлібопекарських підприємств: автореферат дисертації к.е.н.:08.00.04. Одеса, 2019. 23 с.

4. Нехайчук Д.В. Інвестиційно-фінансова інфраструктура комплексного розвитку регіонів: автореферат дисертації д.е.н.:08.00.05. Одеса, 2014. 36 с.

5. Довгаль О.В. Організаційно-економічне забезпечення розвитку підприємництва у агропродовольчій сфері: автореферат дисертації к.е.н.:08.00.04. Одеса, 2014. 20 с.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Савченко Т.В., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій

Вступ. На конкурентоспроможність підприємств чинять вплив цілий ряд факторів, серед яких, безумовно, вагоме місце займає ступінь використання інноваційних технологій в організаційно - економічному та виробничому секторі підприємства. Конкурентоспроможність підприємства неможливо розглядати без оцінки конкурентної ситуації на ринку, на якому воно працює, особливо це стосується підприємств, що реалізують продукцію нетривалого зберігання, в тому числі підприємств хлібопекарської галузі.

Матеріали і методи. У роботі використані матеріали звітності відділу збуту ПрАТ «Нікопольський хлібокомбінат». У тезах використано такі методи

дослідження: метод аналізу та синтезу (для визначення переліку факторів і показників, що впливають на конкурентні позиції хлібопекарських підприємств); спостереження та опитування (при зборі та групуванні інформації про діяльність підприємств).

Результати. Сучасне ринкове середовище кидає виклик класичній моделі управління товарною політикою підприємства, що зумовлено стрімкою зміною умов, у яких підприємство має працювати:

- гостра конкурентна боротьба за кожного покупця;
- зміни в каналах розповсюдження – укрупнення дистрибуційних компаній і збільшення ролі роздрібних мереж;
- інформаційна перенасиченість рекламними зверненнями через засоби масової інформації;
- збільшення кількості та розширення асортименту продуктів, які виробляються для подальшого продажу на ринку.

Всі вище перераховані умови викликають зміни в організації маркетингу та управлінні товарним портфелем підприємств.

Тривалий час маркетингова політика орієнтувалася на збут і супровід уже вироблених товарів та ґрунтувалася на припущенні, що споживачі віддають перевагу доступним і дешевим товарам [1].

В останні десятиліття ситуація на українських підприємствах кардинально змінилася. Перехід України від регульованої економіки до ринкової вплинув на всі бізнес-процеси підприємства. Підприємства почали концентрувати свою увагу безпосередньо на управлінні товарною політикою, приділяючи особливу увагу просуванню та збуту продукції. Таким чином, виробництво в організації діяльності підприємств в Україні поступово втратило своє базове значення.

Однак, на сьогоднішній день окремі підприємства харчової промисловості все ще залишаються орієнтованими на виробництво. Дані підприємства спрямовують свою діяльність на вдосконалення товару, розроблення модернізованих видів продукції, які, як правило, за своєю сутністю є досить застарілими. Небажання підприємств перейти від виробничої орієнтації на ринкову сприяє поступовій втраті частки ринку, а у деяких випадках призводить до ліквідації підприємств або їх «поглинання» великими компаніями. [2, с. 76].

Для успішного функціонування підприємства основні зусилля спрямовані на інтенсифікацію комерційних зусиль, таким чином організація виробництва товару підпорядкувалася запитам ринку і втратила центральну роль у діяльності підприємства. Істотно змінилася поведінка покупця, структура і мотивація попиту. Із переходом до ринкової економіки український споживач став не просто розбірливий, його розбірливість стала базовою економічною інституцією. Сьогодні споживач звертає увагу лише на той продукт, який має найвищу якість, кращі експлуатаційні властивості, характеристики. За цих умов виявляється неминучою концентрація всіх зусиль на виробництві високоякісної продукції та її постійному вдосконаленні, постійних інноваціях [1].

Вищезазначені умови сприяли виникненню наприкінці ери регульованої економіки концепції орієнтації підприємства не на виробництво, а на продукт – концепцію інвестування в інноваційні розробки, які засновані на потребах та бажаннях споживачів.

На відміну від регульованої економіки у ринковій основною ланкою бізнесу стали відносини зі споживачем, відтворення і формування яких є основним джерелом прибутку, зоною формування вартості товару. Для успішного функціонування підприємства основні зусилля спрямовані на інтенсифікацію комерційних зусиль, таким чином організація виробництва товару підпорядковувалася запитам ринку і втратила центральну роль у діяльності підприємства. Істотно змінилася поведінка покупця, структура і мотивація попиту. Із переходом до ринкової економіки український споживач став не просто розбірливий, його розбірливість стала базовою економічною інституцією. Сьогодні споживач звертає увагу лише на той продукт, який має найвищу якість, кращі експлуатаційні властивості, характеристики. За цих умов виявляється неминучою концентрація всіх зусиль на виробництві високоякісної продукції та її постійному вдосконаленні, постійних інноваціях.

Висновки. Таким чином, ступінь використання інноваційних підходів у виробництві та реалізації хлібобулочної продукції відіграє ключову роль у забезпеченні підвищення конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств. У сучасних умовах вартість ринкового продукту формується в процесі спілкування (контакту) і продукт стає підставою для контакту, значення товару для споживача вже цілком визначається взаєминами між підприємством і продавцем – процес спілкування стає основною складовою діяльності підприємства. Відповідно змінюється і підхід до виробництва самого продукту. У рамках підприємницької діяльності виробляється не річ (хліб, хлібобулочні, кондитерські вироби), а імідж (привабливість, упевненість, стильність, унікальність, респектабельність). Ринкове інвестування у товар орієнтується на виробництво потрібного споживачу продукту, який є результатом маркетингових досліджень.

Література

1. Обідіна Я.І. Фактори впливу на обсяги споживання хлібу та хлібобулочних виробів. URL: http://www.rusnauka.com/4_SND_2011/Economics/14_79233.doc.htm
2. Полінчик – Ярова Т. В. Управління товарним портфелем підприємств хлібопекарської галузі: дис. кандидата екон. наук: 01.03.10 Київ, 2010. 249 с.

ВПЛИВ ПОЗИТИВНИХ І НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПСИХОЛОГІЧНУ СТІЙКІСТЬ ЛЮДИНИ

Петракова Є. Р., к.п.н., доцент, Черняк Г. А. к.і.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Психологічна стійкість - це міра індивідуальної стійкості і впевненості, яка може передбачити успіх в діяльності людини, освіті, роботі. Це набір психологічних утворень, які дозволяють людині досягти своєї мети і при цьому впоратися з важкими психологічними ситуаціями без втрати впевненості в собі. Як зазначає доктор психологічних наук, професор А. Я. Анцупов психологічна стійкість складається «в збереженні оптимального функціонування психіки в умовах фрустрируючого і стресогеного впливу важких ситуацій» [1].

Психологічну стійкість характеризують такі когнітивні властивості, як емоції, воля, інтелект, мотивація і психомоторика. У своїй психологічній стійкості людина не може бути однаково стійкий у всьому, так як показником психологічної стійкості є не стабільність, а варіантність, яка розглядається як гнучкість, швидкість пристосування до постійно мінливих умов життєдіяльності, висока мобільність психіки при переході від рішення одного завдання до іншого. Тому залежність ефективності діяльності у важких ситуаціях залежить від рівня психологічної стійкості і професійної майстерності. Таким чином, психологічна стійкість не є вродженою властивістю особистості. Вона формується одночасно з розвитком людини і залежить від типу нервової системи, досвіду особистості, професійної підготовки, навичок і умінь поведінки і діяльності, рівня розвитку пізнавальних структур особистості.

Досягнення інформатики, обчислювальної техніки, оперативної поліграфії і телекомунікацій породили новий вид високої технології, а саме інформаційну технологію, як найважливіший спосіб усупільнення знань, перетворення їх в загальне надбання [2]. Слід підкреслити, що тільки на основі загальнодоступності знань і всіх досягнень світової культури може відбутися зміна традиційних світоглядних установок суспільства. Все це говорить про те, що в процесі інформатизації відбувається підвищення інтелектуального та інформаційного потенціалу людини, істотно розширюються можливості самого пізнання, що призводить до зростання інтелектуалізації суспільства в цілому [3]. Однак, результати процесу інформатизації можуть мати для людини не тільки позитивні, але і негативні наслідки.

Позитивно на розвиток психологічної стійкості впливають такі фактори, як позитивне соціальне середовище і найближче оточення, самооцінка і ставлення до самого себе, самореалізація і самовираження, незалежність і самодостатність, відповідність між собою - справжнім і собою - бажаним, віра і духовність, наявність позитивних емоцій, наявність сенсу життя і цілеспрямованість і так далі. Наявність і розвиток їх в життя будь-якою людиною буде значно впливати на його світосприйняття, поведінку, розвиток, діяльність, психічний стан і настрій.

Психологічна нестійкість виражається в усвідомленні труднощі завдання, що викликає негативний емоційний стан, в хаотичному пошуку способу подолання цих труднощів, в зростанні рівня негативних емоцій і погіршенні психічного стану.

Сьогодні інформаційні технології прискорили ритм роботи, залишили

менше простору працівникам для ініціативи і творчості, привели до збільшення фізичних і психічних навантажень на людину. Все це призводить до небезпеки появи руйнівної для людини психічної реакції на ці зміни характеру праці. Реальною загрозою, яка існує в даний час, є технострес. Людині постійно доводиться пристосовуватися до нових умов роботи з комп'ютером. Це викликає страх і невпевненість в завтрашньому дні. Все більше вживання інформаційних технологій створює можливість такої загрози, як дегуманізація праці. Передача людиною деяких функцій, наприклад, персонального керівництва, комп'ютерним експертним системам включає в себе наступні негативні моменти: керівники позбавляються можливості регулювати в колективі людські відносини; з посиленням комп'ютероорієнтованих комунікацій часто втрачаються чисто людські комунікації; передача людського досвіду комп'ютерів змінює сам досвід працівника, який підпорядковується все в більшій мірі цілям керівників [4].

У висновку можна сказати, що психічна стійкість - це не що інше, як звичка, яку ми можемо розвинути. Складність в тому, що для цього потрібно створити цілий ланцюжок підтримують звичок. Це вимагає великих зусиль і практики. Потрібно, в першу чергу, свідомо поміщати себе в проблемні ситуації і аналізувати свою поведінку. Тобто виходити з горезвісної зони комфорту якомога частіше. Головний ворог психічної стійкості - це низький поріг стресу.

Як бачимо, позитивні і негативні наслідки тісно взаємопов'язані, і другі часто є наслідком перших, що, безумовно, впливає на психологічну стійкість людини.

Література

1. Анцупов А. Я., Баклановский С. В. Конфликтология в схемах и комментариях: Учебное пособие. СПб. Минск: Вышэйшая школа, 1986.
2. Черняк Г. А. Соціально-психологічний вплив інформаційно-комунікаційних технологій на самоосвіту студентів // Всеукраїнський науково-практичний журнал «Директор школи, ліцею, гімназії» – Спеціальний тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору». – № 6. – Кн. 2. – Том III (81). – К.: Гнозис, 2018. – 548 с. – С.471-482.
3. Пасхин Е. Н., Шиловская Е. Е. Социальные аспекты информатизации общества // Социология власти. – 2011. – № 7. – С. 62-71.
4. Философия искусственного интеллекта. Материалы Всероссийской междисциплинарной конференции. – М.: Изд-во МИЭМ, 2005.

УЧАСТЬ СТУДЕНТСТВА В ПОЛІТИЦІ

Мордовець М. В., к.п.н., доцент
Одеська національна академія харчових технологій

Освіта здавна вважалася фактором, що підвищує політичну активність.

Справді, особи з вищою освітою схильні приділяти політиці більшу увагу та демонструвати активний інтерес до політики, слідкувати за новинами, знаходити політичну інформацію та знання самостійно та виражати почуття громадянського обов'язку. Як вважається, такий феномен виникає через те, що навчання у вищій школі забезпечує: знання, мотивацію та навички осмислення політичних питань. Студенти створюють під час свого перебування у виші цінні особисті стосунки та соціальні зв'язки. Освіта також нерідко виступає у якості моделі самоорганізації студентів та громадянського волонтерства[1, с. 3-5].

Молодь – це важливий елемент в соціальній структурі суспільства. На різних етапах соціального значення значення молоді для оновлення політичної системи зростає або слабшає. Цей механізм залежить від ряду факторів: наявності громадянських знань та традицій, домінуючої ідеології, основних цінностей суспільства, а також кількість самої молоді.

Взаємовідносини держави та молоді завжди складають зміст системної соціальної проблеми. Її гострота варіюється в залежності від типу суспільства, специфіки державного устрою, соціально-економічного, соціокультурного, соціокомунікативного контексту дорослішання молоді.

З іншого боку, сама молодь як об'єкт керуючого впливу з боку держави, нерідко демонструє пасивність, суперечливість, невизначеність соціокультурного статусу, що знаходить своє відображення в специфічній життєвої позиції, в якій превалує інфантилізм і гедонізм. Велика частина студентства демонструє соціальну пасивність і не висловлює готовності взяти на себе значну частину ініціативи, влади, відповідальності, які держава вже зараз фактично готові передати підростаючому поколінню.

Найбільшу небезпеку становить наростаючий імітаційний характер взаємодій молоді та держави, коли обидві сторони швидше зображають активність і цілеспрямованість, ніж це має місце в реальності. Тим часом в економічно розвинених країнах світу молодіжна політика концентрується на розвитку ініціативи, інноваційних якостей молоді, що в найближчому майбутньому принесе цим країнам стратегічну ініціативу вже на світовому рівні. З метою недопущення наростання відставання від провідних світових держав, нашій країні необхідно серйозно переглянути стратегію і тактику державної молодіжної політики.

Необхідно враховувати ту обставину, що в структурі соціально-політичних процесів в Україні відсутні загальнодержавні мобілізаційні проекти, реалізація яких надає одночасно виявляти і каналізувати молодіжну політичну активність. В даний час виборча кампанія виступає фактично єдиною формою загальнонаціональної політичної мобілізації, яку можна трактувати як своєрідний соціальний інститут.

Молодіжна політика охоплює всі сфери життєдіяльності молоді, включає в себе всі питання, пов'язані з формуванням та вихованням молоді, охоплює всі процеси соціалізації, всю сукупність ідей щодо місця та ролі молоді в суспільстві та їх реалізацію. Молодіжна політика є сукупністю дій всіх

державних та громадських інституцій, проте кожний її суб'єкт, соціальна інституція здійснює її диференційовано відповідно до своїх потреб і можливостей з урахуванням місцевих умов.

Рівень уваги, що приділяється проблемі електоральної поведінки молоді у вітчизняних ЗМІ є невисоким і виражається в епізодичних публікаціях фрагментарних даних про його зміст і основні характеристики. Це, в свою чергу, перешкоджає узагальненню, спрямованим на формування системних і комплексних уявлень у політичній свідомості і поведінці молоді та виключає їх застосування в цілях підвищення результативності політико-виховної роботи.

Проблема комплексної оцінки діяльності інститутів держави по формуванню у нашій молоді навичок до участі в громадських і державних процесах може бути вирішена за умови предметного аналізу заходів правового, організаційно-управлінського, фінансово-економічного, наукового, інформаційного, кадрового характеру, реалізованих за минулий період державними структурами і громадськими об'єднаннями.

Як специфічна соціально-демографічна група, молодь характеризується не лише віковими межами, а й місцем, котре вона посідає в соціальній структурі суспільства, особливостями соціального становлення і розвитку. Це, з одного боку, відрізняє молодь від інших вікових соціальних груп суспільства, а з іншого – дає їй змогу об'єктивно посідати цілком своєрідне місце і відігравати певну роль в усіх сферах життєдіяльності [2, с. 65].

Роль одного з найважливіших чинників, що визначають можливості політичної участі молодих людей, грає правове забезпечення їх політичних прав і свобод, а також рівень і характер законодавчого закріплення статусів молоді в різних сферах життєдіяльності суспільства. Правове закріплення соціальної та політичної суб'єктності молодого покоління наочно ілюструє позицію, переважну в державі щодо того, наскільки серйозні ролі призначаються новому поколінню його інститутами і елітами.

Узагальнюючи наше невеличке дослідження, можна стверджувати, що:

- необхідно відійти від системно-елементарного сприйняття молоді особистості в процесі формування та реалізації молодіжної політики та запровадити особистісно-центричний підхід;

- в основу стрижня молодіжної політики слід покласти процес реального забезпечення прав і свобод молоді;

- студентська молодь в Україні поки що є «сплячим гравцем», тобто активно не проявляє себе у політичних процесах, але йде поступове її пробудження та нарощування потенціалу для горизонтальної самоорганізації.

Література

1. Jarvis Sh. E., Montoya L, Mulvoy E. The Political Participation of College Students, Working Students, and Working Youth / Sharon E. Jarvis, Lisa Montoya, Emily Mulvoy // CIRCLE Working Paper 37: August 2005. – 2-15 pp.
2. Карнаух А. Проблеми молодіжної політики в сучасній Україні // Політичний менеджмент. – 2005. – № 4 (13). – С. 63-69.

МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МІСТ І ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Лайко О.І., д.е.н., с.н.с., Талпа В.П.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Перебудова економічної системи країни, обумовлена процесами реформи децентралізації визначає потребу в створенні ефективних механізмів забезпечення сталого розвитку міст, регіонів та інших громад, як того потребують сучасні виклики і тренди [1]. Необхідність комплексного розвитку міст і громад інституціонально закріплена у вигляді цілі 11 Сталого розвитку "Сталий розвиток міст і громад", яка детально визначена в національній доповіді Міністерства економічного розвитку і торгівлі України "Цілі сталого розвитку: Україна" [2]. Для забезпечення сталості функціонування і розвитку економічних систем міст і громад в Україні потрібні суттєві додаткові інвестування, тому необхідним стає визначення механізмів залучення капіталів в господарський оборот і суспільне виробництво на основі використання нових фінансово-бюджетних можливостей, які дає реформа децентралізації.

На основі проведених в Інституті проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України наукових робіт [3, 4] встановлені напрямки та додаткові потреби в інвестуванні розвитку міст і громад України, завдяки яким стане можливим перехід на засади сталості і збалансованості. Обґрунтовано, за допомогою показників, рекомендованих для моніторингу при запровадженні циркулярної економіки в країнах ЄС, з врахуванням фактору доступності статистичної інформації, наявної в базах Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України, перспективні напрямки інвестування в розвиток економіки міст і громад на засадах забезпечення сталості їхнього функціонування. Визначено стратегічні вектори інвестиційного розвитку міст і громад в Україні, відповідно до впливу фактору глокалізації – необхідності врахування глобальних впливів при формуванні локальних політик розвитку.

Активізація інвестиційної діяльності та підвищення рівня добробуту населення, приділення належної уваги економічним складовим функціонування господарських комплексів територій базового рівня та регіонів, є однією з умов успішного продовження реформи децентралізації [1]. Про це свідчить досвід розвинених європейських країн та ряду інших країн Світу, де успішними ОТГ стали тільки тоді, коли були забезпечені належні умови для економічного розвитку [5].

Для активізації інвестиційної діяльності на регіональному та базовому рівнях доцільним є застосування інструментів з фінансового забезпечення реалізації проектів, надання гарантій для залучення капіталу в економічні системи регіонів та громад. Фінансовими інструментами, які можуть бути застосовані, є формування фондів забезпечення і гарантування інвестицій, фінансові видатки (бюджетні або позабюджетні) у вигляді ініціюючих

капіталовкладень, які передбачають спонукальний та гарантуючий вплив. Практика активного використання фондів інструментів підтримки інвестиційної активності на різних рівнях, в тому числі регіональному та базовому є розповсюдженою для країн ЄС і для цього використовуються як бюджетні ресурси країн, так і спільні бюджетні та позабюджетні ресурси. Використання такого інструменту в Україні стає можливим завдяки фінансово-бюджетним зрушенням, викликаних децентралізаційними змінами, в результаті яких в бюджетах міст і громад почали з'являтися тимчасово вільні понадпланові бюджетні надходження, які доцільно використовувати раціонально і створювати перспективи для економічного розвитку.

Необхідним інструментом інвестиційного, фінансово-бюджетного регулювання також є зміна системи бюджетного вирівнювання шляхом переходу від реверсних та базових дотацій до системи бюджетного гарантування інвестицій, необхідним є застосування механізму залучення тимчасово вільних бюджетних коштів в якості фінансового ресурсу для стимулювання інвестиційного та загального економічного розвитку, що стає можливим завдяки результатам фінансової децентралізації.

Сучасні міста і громади в Україні вже активно планують раціональне використання додаткових фінансових ресурсів, що стали доступними завдяки процесу децентралізації, однак інституціоналізація механізмів залучення їх до інвестиційного обігу знаходиться ще на стадії обґрунтування і для ефективного запровадження потрібні науково-методичні рішення.

Література

1. Концепція реформування системи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p/paran8#n8>
2. Цілі Сталого Розвитку: Україна: Національна доповідь 2017. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України – 2017 -176 с.
3. Буркинський Б.В., Андреева Н.М., Нікішина О.В. Методология мониторинга "зеленой экономики" Украины в контексте устойчивого развития// Современные проблемы формирования "зеленой экономики" Тбилиси: Институт Экономики им. Паата Гугушвили. – 2019/6. – С. 129-136
4. Методичний інструментарій стратегування інноваційного розвитку регіонів на засадах глокалізації економічних процесів процесів : монографія / [О.А. Єрмакова, О.І. Лайко, О.Л. Гетьман та ін.] НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса : ППРЕД НАНУ, 2019. – 55 с.
5. Regional Development and Cohesion Policy 2021-2027. European commission: URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/news/2018/06/06-08-2018-regional-development-and-cohesion-policy-2021-2027

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА БАЗ ДАННЫХ

Лапицкая О. В., к.э.н., доцент, Шах А. В.

Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого

Широкая информатизация всех сфер жизнедеятельности общества принципиально изменяет роль информации и информационных технологий в социальном и экономическом развитии страны. От масштабов и качества использования информационных технологий в профессиональной деятельности специалистов зависят уровень экономического и социального развития общества, его внедрение в мировую экономическую систему.

В бизнесе и маркетинге, как ни в какой другой сфере определяющими являются проблемы, связанные со сбором, хранением, поиском, переработкой, преобразованием, распространением и использованием информации.

Маркетинг – один из наиболее интенсивно развивающихся секторов приложения информационных технологий, поскольку автоматизация информационных процессов в этой области в условиях интенсивного развития рыночных отношений является стратегическим фактором конкуренции.

Email-маркетинг — один из эффективных инструментов интернет-маркетинга для бизнеса, который позволяет выстраивать коммуникацию между брендом (компанией, интернет-магазином) и клиентами (потенциальными и реальными) посредством рассылок сообщений через электронную почту [1].

Информационные технологии позволяют практически мгновенно подключаться к любым электронным массивам, получать всю необходимую информацию и использовать ее для анализа, прогнозирования, принятия управленческих решений в сфере бизнеса, коммерции, маркетинга.

Однако, маркетологи прекрасно понимают, что современный потребитель разборчив и избалован разного рода выгодными предложениями, поэтому попасть в его поле зрения могут только релевантные, своевременные, а также удобные для восприятия сообщения. Массовое вещание (broadcasting) приносит все более низкую отдачу. В сегодняшнем чрезвычайно конкурентном рыночном пространстве успеха добиваются компании, способные осуществить в своей стратегии директ-маркетинга переход к «индивидуальному вещанию» (unicasting), то есть вести максимально персональный диалог с клиентами. Иллюзия диалога создается тогда, когда каждый следующий этап общения между компанией и клиентом обусловлен тем, что произошло ранее. Именно в этом случае клиент чувствует, что его слышат и понимают, и отвечает на это внимание к своей персоне вниманием к предложениям компании.

Обеспечить персональность в многотысячных (или даже многомиллионных) рассылках помогут современные технологии, позволяющие анализировать базы данных и формировать предложения под каждого конкретного получателя. На сегодня именно эти IT-решения представляют собой одно из самых многообещающих направлений в развитии маркетинга [2].

Развитие информационных технологий породило отдельное направление

в маркетинговой деятельности – маркетинг баз данных (Database marketing).

Маркетинговая деятельность на основе анализа баз данных - технология обработки существующей базы данных предприятия и использования этой информации в разработке маркетинговой стратегии.

Данная концепция была предложена в 80-х годах, и с тех пор уже приносит доход своим последователям. Однако подлинные выгоды от применения Database marketing открываются только теперь, с началом перехода от простого накопления данных и анализа эксперта к интеллектуальному машинному анализу [3].

Различие между прямым маркетингом и маркетингом баз данных связано, прежде всего, с вниманием, уделяемым анализу данных. Маркетинг баз данных подчеркивает использование статистических методов для разработки моделей поведения клиентов, которые затем используются для выбора клиентов для коммуникации. Как следствие, маркетологи баз данных также, как правило, являются активными пользователями хранилищ данных, поскольку наличие большего объема данных о клиентах повышает вероятность того, что можно построить более точную модель. [4].

Database marketing может быть рассмотрен как последовательность шагов, которые охватывают цельный технологический цикл. Вот основные этапы этого процесса (процесс начинается с анализа информации об уже существующих клиентах):

1. Идентификация клиента
2. Решение, какая информация о клиентах необходима и доступна к получению.
3. Поиск доступных источников такой информации.
4. Сохранение всей необходимой информации в базе данных.
5. Формулировка вопроса, на который необходимо получить ответ.
6. Анализ сохраненных данных: построение модели.
7. Выбор стратегии маркетинга, которая основана на этой модели.
8. Непосредственное взаимодействие с отобранными клиентами (реализация стратегии).
9. Анализ результатов [3].

Процесс принятия решений маркетологом баз данных в общих чертах состоит из следующих этапов:

1. Формулирование вопроса, на который необходимо получить ответ.
2. Построение модели, которая определяет, как от независимых переменных зависит выбранная целевая переменная.
3. Статистическое тестирование этой модели на известных данных.
4. Повторение шагов 2-3 пока не достигается желаемая точность предсказания.
5. Построение маркетинговой стратегии, основанной на полученной модели.

Для маркетинга на основе баз данных требуется гораздо больше, нежели просто личные контактные данные, позволяющие в принципе обратиться к

потребителю. Для осуществления эффективных маркетинговых кампаний необходимо понимать предпочтения покупателя. Определить их поможет анализ истории транзакций (покупок) и «диалога» с конкретным клиентом (так называемые *promo history* и *response history*).

Другими словами, персонализация не сводится к подстановке имени получателя в электронное сообщение или обычное письмо. Адресат быстро потеряет к вам интерес (или хуже того – его отношение к вам изменится на негативное), если вы раз за разом будете предлагать ему купить товар, от которого он отказался в прошлом. И, напротив, ваши послания будут восприняты очень лояльно, если вы начнете предлагать ему товары, заинтересованность в которых он явно выразил. Например, очевидно, что клиенту, купившему спиннинг, имеет смысл предложить набор блесен, резиновые сапоги или складной стул для рыбака. Однако алгоритмы формирования предложений могут основываться не только на группах товаров, но и на покупательской способности.

Например, если средняя стоимость покупки конкретного клиента не превышает 25 долларов, то ему, возможно, не стоит предлагать швейцарские часы за 5 тысяч долларов, в отличие от другого покупателя, который тратит гораздо больше и потому может рассматриваться как потенциальный объект для рекламы предметов роскоши. Сегментация на основе покупательской способности – один из важнейших методов повышения продаж.

Маркетинг баз данных будет эффективен только при соблюдении следующих условий:

1. Если данные или информация являются точными и актуальными,
2. Если для анализа используются правильные аналитические или статистические методы.

В «цифровом» маркетинге глубинный анализ данных (*data mining*) позволяет находить корреляции между различными переменными (например, зависимость между покупками товаров категорий X и Y), что в свою очередь облегчает предиктивное моделирование поведения потребителей и увеличивает релевантность коммуникаций [2].

В настоящее время мы можем разделить маркетинг баз данных на два основных типа: маркетинг баз данных потребителей и маркетинг баз данных предприятий. Очевидно, что их отличает их целевая группа; первый касается данных потребителей, а второй касается бизнес-данных.

Потребительский маркетинг баз данных в основном предназначен для компаний, которые занимаются бизнесом для потребителей (B2C) или продают напрямую потребителям. Это требует принятия более строгих мер безопасности, особенно в отношении конфиденциальности потребителей, данные которых хранятся в базе данных. В результате многие законы о конфиденциальности применяются к этим потребительским базам данных.

Информация о клиентах, используемая в маркетинге баз данных клиентов, охватывает информацию о существующих и потенциальных клиентах, и, помимо имени, адреса, истории транзакций и демографии, она

также часто включает в себя историю коммуникаций между компанией и потребителем. Данные часто получают непосредственно от потребителей или через сторонние компании, занимающиеся сбором данных.

Маркетинг бизнес баз данных ориентирован прежде всего на бизнес-маркетологов или бизнес-маркетологов. В отличие от пользовательских баз данных, информация, содержащаяся или хранящаяся в бизнес-базах данных, гораздо более продвинутая, хотя на них часто распространяются меньшие ограничения и ограничения конфиденциальности, как и на прежние. Они также не такие объемные, как данные, используемые в маркетинге потребительских баз данных.

Отчасти это является одной из причин, по которой маркетинг бизнес-данных считается более ограниченным, чем маркетинг баз данных потребителей. Ввод данных часто происходит из собственных отделов продаж и маркетинга компании, а зачастую и путем прямого взаимодействия с клиентами. Есть также сторонние предприятия, которые собирали данные для маркетологов B2B [5].

Поскольку активность применения маркетинга баз данных в последнее время значительно выросла, данный инструментарий стал объектом пристального внимания со стороны защитников конфиденциальности и государственных регуляторов. Например, Европейская комиссия установила ряд правил защиты данных, которые определяют, как можно использовать данные клиентов и как потребители могут влиять на то, какие данные хранятся. В Соединенных Штатах существуют различные законы штатов и федеральных законов, в том числе Закон о справедливой кредитной отчетности или FCRA (который регулирует сбор и использование кредитных данных), Закон о мобильности и подотчетности медицинского страхования (HIPAA) (который регулирует сбор и использование данных о здоровье потребителей), а также различные программы, которые позволяют потребителям исключать номера своих телефонов из телемаркетинга [4].

Хотя организации любого размера могут использовать маркетинг баз данных, он особенно хорошо подходит для компаний с большим количеством клиентов. Это связано с тем, что большое количество людей предоставляет больше возможностей для поиска сегментов клиентов или потенциальных клиентов, с которыми можно связаться индивидуально. В небольших (и более однородных) базах данных будет трудно обосновать с экономической точки зрения инвестиции, необходимые для дифференциации сообщений. В результате маркетинг баз данных процветает в таких секторах, как финансовые услуги, телекоммуникации и розничная торговля, и все они способны генерировать значительные объемы данных транзакций для миллионов клиентов.

Литература

1. Email-маркетинг для интернет-магазинов [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://beseller.by/blog/email-marketing>

2. Что может современный database-маркетинг? [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/database.htm>
3. Database marketing [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://helpiks.org/9-580.html>
4. Database marketing [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://englishgratis.com/1/wikibooks/marketing/databasemarketing.htm>
5. Database Marketing Beginners Guide [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://www.cleverism.com/database-marketing-beginners-guide>

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ В ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬНОГО СЕКТОРУ

**Богданов О.О., аспірант
Одеська національна академія харчових технологій**

В даний час функціонування господарюючих суб'єктів здійснюється в складних умовах зовнішнього середовища. Система агробізнесу регіону представлена в основному різноманітними підприємствами, різного ступеня організаційно-економічної стійкості, контрактні відносини між якими носять епізодичний, не завжди ефективний і взаємовигідний характер.

Має місце зниження ділової активності основної маси господарюючих суб'єктів, інвестиційної привабливості, багато підприємств агропродовольчого сектору знаходяться в кризовому стані, єдина програма їх фінансового оздоровлення відсутня;

На сьогодні, заходи державної підтримки підприємств агропромислового сектора (АПС) не ефективні, безсистемні, часто обмежені рішенням «аварійних ситуацій» щодо окремих підприємств і галузей. Міжгосподарські та міжгалузеві зв'язки навіть в рамках регіону розбалансовані.

Саме тому потрібне термінове вжиття заходів щодо вдосконалення системи управління регіональним АПС і розробка системи заходів по підвищенню організаційно-економічної стійкості підприємств системи агробізнесу регіону за рахунок стимулювання конкурентних відносин.

Стосовно до умов півдня України, розширення вертикальних і горизонтальних партнерських зв'язків підприємств агропродовольчого сектору виступає потужним фактором зміцнення стабільності регіонального АПС, а потенціал корпоративних структур в системі регіонального АПС є суттєвою компонентою сукупного потенціалу економіки регіону, яка визначається як можливостями самих учасників інтегрованого об'єднання, так і ресурсною базою того регіону, де функціонують корпорації. Підприємства агропродовольчого сектору забезпечують істотний внесок у формування соціально-економічного потенціалу регіону. При цьому інтегровані об'єднання, що створюються на базі великих і стійких підприємств харчової та переробної галузі регіонального АПС в значній мірі орієнтовані на використання ресурсного потенціалу території [1].

Результати економічної діяльності учасників в системі «виробництво сільськогосподарської сировини - переробка - збут» показують, що найбільшу питому вагу в сукупних витратах мають сільськогосподарські організації - в середньому 60-65% і більше, переробні підприємства - 20-25, і тільки 10-15% витрат припадає на торгівлю. Однак при формуванні цін спостерігається зворотна залежність, в результаті чого сільськогосподарські організації мають найнижчу виручку.

Удосконалення вивчення ринку ми аналізуємо не тільки як фактор закріплення положення в сфері торгівлі, а також як один з основних чинників вирішення перерахованих раніше суспільно-виробничих проблем - збільшення продуктивності праці в агропродовольчому секторі і прибутку як виробника так і працівників.

В даний час для агропродовольчих організацій маркетинг стає одним з умов успішного функціонування в нових економічних умовах. Застосування маркетингу дозволяє перебудувати свою виробничо-господарську діяльність з урахуванням вимог, що пред'являються ринком.

Як категорія, агромаркетинг може розглядатися в двох ракурсах. З одного боку, це сукупність економічних відносин, що виникають в процесі виробництва і збуту товарів, орієнтованих на кінцевого споживача. З іншого - це комплекс маркетингових заходів, елементів, прийомів, здійснюваних усіма учасниками виробництва і реалізації товарів різних галузей і підгалузей системи агропромислового комплексу.

Дослідження поняття «агропромисловий маркетинг», розпочате Хвесик Ю.М., Д. Г. Евансом, Б. Берманом, успішно продовжена дослідженнями Шеховцева Л. С., Павленко А. Ф., Теслюк Н. П. та ін.

Роль маркетингової системи в економічному механізмі підприємств агропродовольчого сектору проявляється в її функціях. Природні відмінності в природі і методах підприємств, що входять в систему АПС, обумовлюють і відміну загальних функцій маркетингу. У незмінному вигляді зберігається лише дослідницька функція. Решта ж, функції планування асортименту і підвищення якості товарів, збуту і розподілу, реклами та стимулювання збуту трансформуються, набувають в цих областях управлінський характер [2].

З внутрішньогалузевої точки зору оборот продукції виступає як проміжний результат діяльності організацій, що складають первинну ланку АПС. Тому процес управління обміном результатами діяльності між підрозділами такого роду підприємств або об'єднаннями підприємств (госпрозрахункові підрозділи, малі підприємства, кооперативи самостійні або входять до складу асоціацій тощо) можна розглядати як внутрішньогосподарський маркетинг.

Маркетинг від свого коріння поєднує стратегію управління, маючи хороший вплив на обрання різноманітності і різновиди товару. Спочатку це не помічалось як сьогодні через те, що кількість опонентів в сфері торгівлі була набагато менше. Зі збільшенням кількості виробників і продавців, стала помітна сутність маркетингу в ролі поєднує стратегії управління. Беручи до

уваги те, що кількість опонентів в сфері торгівлі росла послідовно, через деякий час маркетинг отримав "вагому функцію".

Правильніше було б сказати, що зазначена раніше послідовність включає кілька практично схожих стратегій "вивчення ринку - вагома стратегія" і "вивчення ринку - головна стратегія". Але автор трактує це як: "вагоме" неможливо трактувати, як "головне".

Узагальнюючи згадане вище, можна виділити кілька основних підсумків: стратегії поліпшення вивчення ринку пов'язані зі збільшенням опонентів в сфері торгівлі; виділені Ф.Котлером етапи вдосконалення вивчення ринку не розгортають всієї суті маркетингу. Більш прийнятно запропонувати таку модель: "вивчення ринку - початкова функція" - "вивчення ринку - вагома функція" - "вивчення ринку - головна функція".

Сутність поєднання функції маркетингу в об'єднанні і сукупності всіх потужностей і потенціалу виробництва заради найкращого вивчення інтересу споживачів до тих чи інших товарів закріпленням позицій в сфері торгівлі, зменшенням характерних витрат, збільшенням результативності виробництва тощо. Саме так висвітлюється неоднозначність маркетингу, яку так рідко враховують вчені [3].

Виробничі фірми в сфері агропромислового сектора, які тримають курс на постійне існування і розвиток, функціями маркетингу займаються навчені працівники. Планами і завданнями виробництва і всіх його відділів, що займаються відповідно прийняття та пропозицій відділу маркетингу. У разі, якщо ці пропозиції не враховуються, виробництвом часто лунають збитки, часом на цього чекає крах і закриття.

Агропродовольчий маркетинг, який представляє собою всю сукупність заходів, пов'язаних з обміном сільськогосподарської продукції та предметів її переробки, продовольчими та непродовольчими предметами споживання із сільськогосподарської сировини, виробничо-технічними послугами, охоплює постачання підприємств АПС, сільськогосподарське виробництво, переробку, розподіл і збут кінцевим споживачам, включаючи аналіз їх потреб, мотивацій і переваг, є одним з найпотужніших факторів виробництва сучасного агропродовольчого комплексу, забезпечує ефективне використання ресурсного потенціалу життєво важливої частини АПС, так як він багато в чому обумовлює зростання ефективності сільськогосподарського виробництва.

Література

1. Бурковська А.В. Розвиток інтеграційних процесів як важлива умова формування ефективного ринку аграрної продукції. Економіка АПК. 2004. № 12. С. 106 - 109.
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. СПб. Питер, 1999. 560 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: підручник. Київ: Професіонал, 2006. 448с.

ДЕПОПУЛЯЦІЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В СТАЛОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

Лагодієнко В.В., д.е.н., професор
Одеська національна академія харчових технологій
Лагодієнко Н.В., к.е.н., доцент
Миколаївський національний аграрний університет
Швець О.В., к.е.н., докторант
Міжнародний університет бізнесу і права (м.Херсон)

Однією із актуальних проблем розвитку вітчизняної економіки сільського господарства є наростаючий дефіцит фактору виробництва «праця». Депопуляція сільських територій відбувається прискореними темпами. Брак кадрів дається взнаки в усіх галузях сільськогосподарського виробництва і це є загрозою його сталого розвитку в найближчому майбутньому.

Доходи жителів сільських територій, умови їх життя та праці, мотивація сільської міграції та причини прискорення процесу урбанізації й багато інших соціально-економічних аспектів функціонування сільських територій є важливим об'єктом наукових досліджень закордонних та вітчизняних вчених. Попри чисельні дослідження із даної тематики, проблема відтоку населення із сільської місцевості посилюється. Це вказує на необхідність подальшого пошуку відповідей на гострі соціально-економічні питання зупинки кадрової деградації сільських територій

Динаміка чисельності наявного сільського населення України демонструє спадну тенденцію із зростаючим темпом (рис. 1).

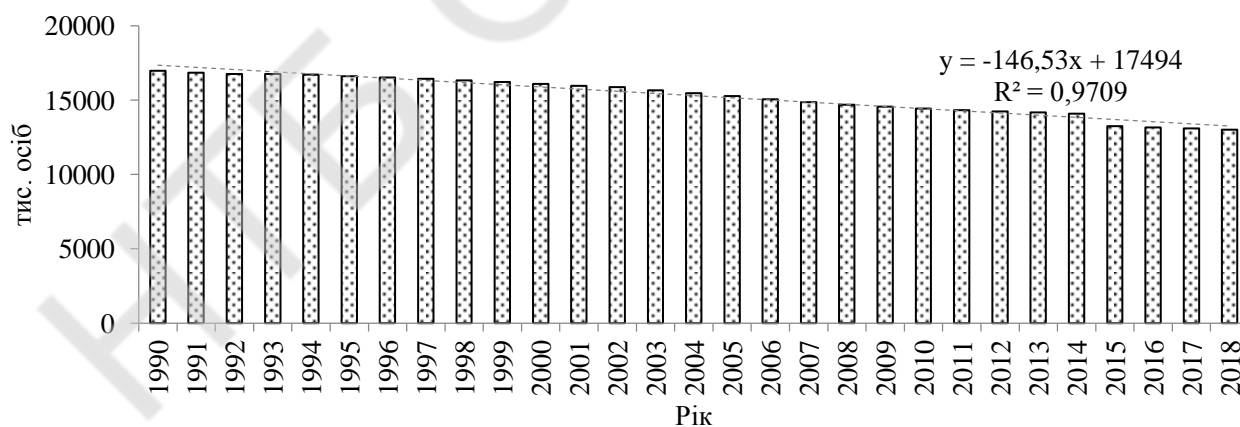


Рис. 1. Чисельність наявного сільського населення України, тис. осіб*

*побудовано за даними [1]

Середньорічний темп скорочення сільського населення за період 1990-2018рр. становить -0,94%. При цьому спостерігається його ескалація в розрізі розрахункових періодів: 1991-2000рр. -0,53%, 2001-2010рр. -1,08%, 2011-2018рр. -1,29%. З високою ймовірністю можна стверджувати, що за незмінності підходів до проблеми розвитку сільських територій, тенденція скорочення сільського населення в найближче десятиліття збережеться. Вирівнювання динамічного ряду «чисельність наявного сільського населення України» дало змогу розрахувати прогнозну чисельність досліджуваної ознаки станом на

кінець 2028р. – 11779,3 тис. осіб. Це на 1236,1 тис. осіб менше, ніж на кінець 2018р.

Дослідженнями встановлено, що до 2014р. сільське населення України скорочувалося як за рахунок природного фактору, так і за рахунок міграції. Причинами міграційної депопуляції сільських територій є незадовільний рівень розвитку соціальної інфраструктури села та оплати праці. В силу тематичної спрямованості нашого дослідження, більш детально зупинимося на другій причині.

Встановлено, що причиною внутрішньої міграції є вищий рівень оплати праці в міських поселеннях порівняно із селом. На нашу думку, серед причин такого явища одним із головних є монопольне становище сільськогосподарських підприємств, як роботодавця на локальному (в межах сільського населеного пункту) ринку праці. Це дозволяє їм занижувати заробітну плату найманим працівникам. У відповідь, селяни вдаються до пасивного спротиву – шукають роботу в місті.

Другим напрямком міграції сільських жителів є виїзд на роботу за кордон. Порівняльний аналіз України і ЄС показує, що навіть в країнах-аутсайдерах ЄС (Болгарія, Румунія, Угорщина) рівень середньомісячної заробітної плати в сфері сільського господарства вищий, ніж в Україні.

На нашу думку, головною причиною суттєвого відставання України від ЄС у рівні оплати праці найманих працівників, в тому числі в сільському господарстві, є низький рівень продуктивності праці.

Отже, проведені дослідження дозволяють зробити висновки:

1) динаміка чисельності наявного сільського населення України демонструє спадну тенденцію із зростаючим темпом. Депопуляція сільських територій, в числі інших факторів, відбувається за рахунок виїзду сільських жителів у місто та за кордон;

2) причинами міграційної депопуляції сільських територій є незадовільний рівень розвитку соціальної інфраструктури села та оплати праці;

3) оплата праці в сільському господарстві поступається рівню оплати праці у найбільш популярних сферах працевлаштування сільських жителів у міських поселеннях – будівництві, торгівлі, ремонті авто- та фототехніки, транспорті;

4) головною причиною суттєвого відставання України від ЄС у рівні оплати праці найманих працівників, в тому числі в сільському господарстві, є низький рівень продуктивності праці;

5) у підвищенні заробітної плати найманим працівникам за рахунок зростання продуктивності праці зацікавлені сільськогосподарські підприємства, які у майбутньому можуть стикнутися із тим, що найбільш обмежуючим фактором розвитку їх аграрного бізнесу стане дефіцит кваліфікованих працівників.

Література

1. Населення (1990-2018). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html

ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Машканцева С.О., к.е.н., доцент
Національний університет «Одеська морська академія»

Спроможність економіки протистояти дестабілізуючій дії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних факторів, не створювати загрози для інших елементів та зовнішнього середовища представляє собою економічну безпеку на регіональному рівні. Здатність регіональної економіки функціонувати в режимі розширеного відтворення, максимально забезпечувати прийнятні умови життя та розвитку населення, насамперед, залежить від ефективно функціонуючої економічної безпеки регіону. Відтак, економічна безпека регіону представляє собою діапазон економічних, соціальних та екологічних показників, сукупність яких забезпечує його сталий розвиток у довготривалій перспективі.

Транспортна галузь регіону як складна відкрита система функціонує відповідно до особливостей регіону, скорегованих на наслідки дії зовнішніх і внутрішніх факторів. Негативні тенденції у інноваційному розвитку транспортної системи регіону обумовлені сукупністю суб'єктивно-об'єктивних чинників, які безпосередньо впливають на економічну безпеку.

Транспортна система регіону, підприємства якої посідають одне з пріоритетних місць серед нефінансових корпорацій, здійснює позаекономічні синергетичні ефекти на функціонування основних галузей економіки. В умовах сьогодення інноваційний розвиток як процес головною умовою передбачає створення нової якості, яка можлива лише за наявності інноваційного потенціалу. В свою чергу, вплив внутрішньо-системних факторів на реалізацію моделі інноваційного розвитку транспортної галузі здебільшого визначається впливом елементів інноваційного потенціалу.

Основними причинами нездатності транспортної галузі регіону забезпечити безпечні показники її розвитку, наявність яких породжують кризу, є неконтрольована криза економіки регіону та відсутність достатніх ресурсів для структурної його перебудови; посилення залежності від іноземного капіталу, руйнування системи науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, особливо фундаментальної та прикладної науки у регіонах; відсутність ефективного механізму реалізації науково-технічних досягнень; недосконалість системи організації науково-дослідних робіт та зв'язків між академічною, вузівською, галузевою наукою в межах міжрегіональних кластерних утвореннях.

Для забезпечення інноваційного розвитку транспортної системи необхідно детально визначити та враховувати основні дестабілізуючі чинники та загрози, які перешкоджають соціально-економічному розвитку регіонів шляхом розробки відповідного механізму забезпечення такої безпеки. Під механізмом забезпечення безпеки розуміється сукупність засобів, інструментів, методів та форм управління регіональним розвитком, які взаємодіючи між собою

забезпечують здатність регіональної системи до стабільного розвитку, стійкості протистояти дестабілізуючій дії чинників середовища.

Процеси посилення конкуренції спонукають до розробки нової парадигми управління транспортною системою регіону, спрямованої на формування його інноваційного типу з метою забезпечення економічної безпеки. Задоволення потреб споживачів транспортних послуг, збереження та підсилення конкурентних позицій може досягатися лише за умови реалізації моделі інноваційного розвитку транспортної системи, яка реалізується через створення дієвої інноваційної системи і ефективного управління нею. Основною відмінністю інноваційної системи від інших видів є те, що за своєю сутністю це саморозвиваюча система, яка формує фактори розвитку і надсилає їх у зовнішнє середовище. Відповідно до сучасних концепцій управління інноваційні системи розглядаються з позицій мікрорівня (постійне оновлення якості транспортних послуг, удосконалення процесу перевезення на основі інновацій). Отже, інноваційна система транспортних підприємств формується під впливом чинників економічної безпеки регіону.

Вирішення означених проблем потребує проведення відповідних дієвих заходів на рівні регіонів як основних елементів забезпечення економічної безпеки. На стан економічної безпеки регіону впливають безліч чинників, які позитивно та негативно впливають на неї. Отже, необхідність управління економічною безпекою обумовлена потребою недопущення переростання чинників у загрозу безпеки, запобігання кризовим ситуаціям, гарантія стабільного рівня об'єкту безпеки, мінімізації можливих економічних збитків.

Гарантування економічної безпеки і формування ефективних механізмів управління нею є одним з пріоритетних завдань у сучасних умовах розгортання кризових явищ з метою пом'якшення впливу циклічних та структурних коливань на транспортну систему регіону.

Інноваційний розвиток транспортної системи регіону сприятиме стабільному розвитку регіональної економіки; формуванню конкурентних переваг регіону на внутрішньому і зовнішньому ринках; забезпеченню інноваційно-технологічного розвитку регіону; пожвавленню економічної активності у регіоні та забезпеченню його саморозвитку; підвищенню доходів, покращенню якості та рівня життя населення, що забезпечить економічну безпеку на регіональному рівні.

Література

1. Бесчастний А. В. Економічна безпека України у контексті світової економічної кризи // Економіка і держава. 2009. № 15. С. 67–69.
2. Іванова О.Ю. Формування потенціалу саморозвитку регіонів України в контексті трансформаційних процесів: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2014. 296 с.
3. Лагодиенко В.В. Понятие сущности и функций управления в логистических системах / В.В. Лагодиенко, А.В. Корниецкий // Балтийский гуманитарный журнал.- 2014.- №4(9).-С. 145-147.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В АПК

Турленко Н.В., к.е.н., докторант
Одеська національна академія харчових технологій
Алексейчук О.О., асистент
Міжнародний університет бізнесу і права м. Херсон

Формування інвестиційної політики підприємства є процесом, що здійснюється певним суб'єктивним складом зацікавлених осіб. Дослідження передумов формування інвестиційної політики підприємств АПК визначає наявність значної кількості аспектів, що потребують урахування в ході організації цього процесу. Слід зазначити, що окрім зовнішніх передумов формування інвестиційної політики підприємств АПК, урахування також потребують внутрішні чинники впливу які визначаються внутрішньоорганізаційними відносинами та особливостями стану внутрішнього середовища підприємства.

Дослідженню питання визначення цілей інвестиційної діяльності підприємств АПК, зокрема безпосередньо цілей інвестиційної політики присвячено праці Ткаченко В.Г., Саблука П.Г., Федорова М.М., Месель-Веселяка В.Я., Крисального О.В., Волощука К.Б., Більського І.І., Юревича Л. М., Остапенка В.О., Мазур Н.А. У дослідженні Волощука К.Б. [9] доведено, що основними цільовими орієнтирами в здійсненні інвестиційної діяльності підприємства АПК є досягнення максимальних значень ключових показників, зокрема, приросту валової продукції, урожайності сільськогосподарських культур, продуктивності тварин, строків окупності додаткових капітальних вкладень, рівня рентабельності виробництва продукції та інші [1, с. 57 – 58].

На увагу заслуговують цільові установки інвестиційної діяльності підприємств АПК, визначені в праці Мазур Н.А. [2]. У роботі, до їх складу включено підвищення продуктивності і зниження витрат виробництва, забезпечення більшої глибини та комплексності переробки первинної сировини з метою значного збільшення виходу кінцевої продукції й поліпшення її споживчих якостей [2, с. 73]. Визначення авторами цілі заслуговують на увагу, але на наш погляд звуження тактичних цілей підприємства до досягнення окремих показників не є вдалим підходом. Визначенні цілей інвестиційної політики потребує встановлення орієнтирів вищого рівня, що поєднують у собі декілька ключових управлінських сфер.

Аналіз підходів до визначення кола завдань інвестиційної політики підприємств визначає відсутність суттєвих протиріч з цього приводу. В результаті було сформульовано наступне коло завдань інвестиційної політики підприємств АПК:

1. Поточний та ретроспективний аналіз господарської та інвестиційної діяльності підприємства, дослідження його інвестиційної привабливості, ефективності використання залучених у господарський оборот активів та їх оптимального співвідношення в окремих етапах життєвого циклу.

2. Дослідження стану ключових індикаторів фінансового та інвестиційного ринків, формування системи оперативного реагування на зміну їх показників.

3. Аналіз існуючих нормативних положень, а також адаптація до законодавчих новацій, регламентуючих аспекти господарської та інвестиційної діяльності підприємства.

4. Оцінка відповідності поточних та підсумкових показників виконання планових завдань потребам досягнення стратегічних цілей.

5. Інформаційна підтримка функцій розвитку інвестиційної діяльності у частині пошуку нових об'єктів інвестиційних вкладень та розвитку видів діяльності.

6. Формування ефективних взаємин із потенційними інвесторами та організація діяльності із розширення їх кола.

7. Забезпечення стійкості інвестиційної діяльності та можливостей її розвитку за настання несприятливих умов.

Дослідженню принципів реалізації інвестиційної політики підприємств АПК присвячено праці А.А. Денисенко [3], Т.М. Ступницької[4] та О.А. Коновала [5]. Зазначається, що формування інвестиційної політики сільськогосподарських підприємств повинно відбуватися з дотриманням відповідних принципів, до числа яких віднесено: домінанти розвитку; системності і комплексності; забезпечення відповідності прав, обов'язків і відповідальності кожного ланцюга системи управління інвестиційною діяльністю сільськогосподарських підприємств; максимального залучення виконавців до процесу підготовки рішень органу управління з одноосібною відповідальністю за їх результати; демократичного централізму; підпорядкування особистих інтересів суспільним; мотивації персоналу; функціональної спеціалізації й універсальності; єдності галузевого, територіального управління і виробничого управління на сільськогосподарських підприємствах. Дотримання таких принципів дозволить забезпечити системність та неперервність інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств.

До методичних основ реалізації інвестиційної політики підприємства слід віднести:

- порядок обґрунтування і реалізації рішень із здійснення інвестиційних вкладень та фінансування капіталу підприємства;

- положення і документовані процедури з організації інвестиційної діяльності підприємства;

- методики обґрунтування рішень із інвестування і фінансування коштів підприємства;

- норми і нормативи, що використовуються при формуванні і реалізації інвестиційної політики.

Сформульовані документально оформлені методичні основи реалізації інвестиційної політики призначені для використання:

- фахівців, що здійснюють обґрунтування інвестиційних проектів

(визначає рекомендації для оцінки ефективності інвестиційних проектів підприємства на стадіях розробки, реалізації і за їх підсумками – нормативи, цільові і раничні значення, методи);

- керівників фінансових і інвестиційних підрозділів підприємства (визначає механізми, використовувані методи і інструменти, принципи, правила і завдання для організації інвестиційного процесу і досягнення інвестиційних цілей підприємства);

- інших учасників розробки і реалізації інвестиційної політики (зовнішніх інвесторів, власників підприємства і ін.).

Література

1. Косова Т. Д. Становлення інституціональних інвесторів в Україні: проблеми теорії та практики. – Донецьк : ІСП НАН України, 2004. – 296 с.

2. Мазур Н. А. Проблеми і перспективи інвестицій в АПК України / Н. А. Мазур // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 73–77.

3. Денисенко А. А. Управління інвестиційною діяльністю сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / А. А. Денисенко. – К., 2006. – 20 с.

4. Ступницька Т. М. Підвищення ефективності використання основного капіталу підприємств харчової промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Т. М. Ступницька. – Одеса, 2008. – 20 с.

5. Коновал О. А. Інвестиційна стратегія та її значення в розвитку підприємства [Електронний ресурс] / О. А. Коновал // Торгівля і ринок України. – 2009. – Вип. 28. – Т. 2. – Режим доступу до журн. : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2009_28_2/index.htm

МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Ніклюк О.В., д.е.н., доцент, Донець Л.Я., к.т.н., доцент, Левчук Ю.С., ст. викладач
Одеська національна академія харчових технологій

В сучасних умовах аграрне виробництво розглядається як основа економічного зростання національної економіки, соціальної стабільності в суспільстві та рівноправної інтеграції в європейське економічне співтовариство. Трансформації вітчизняного аграрного виробництва мають суперечливий характер і на даний час є незавершеними. Розвиток аграрного виробництва в Україні відбувається під впливом низки хронічних проблем, серед яких нестабільність платоспроможного попиту, посилення конкуренції, обмежений доступ до джерел фінансування, нарощування фінансових і комерційних ризиків. Тільки за наявності ефективних інструментів вирішення зазначених проблем та подолання наслідків їх впливу можливо забезпечити економічне

піднесення аграрного виробництва в Україні. Все це актуалізує питання пошуку нових підходів до регулювання аграрного виробництва, в першу чергу на основі механізму, спрямованого на забезпечення підвищення соціальних і економічних показників розвитку, диверсифікацію виробництва та впровадження інноваційних технологій, посилення конкурентних позицій вітчизняної аграрної сфери тощо.

Система соціально-економічного розвитку аграрного виробництва включає підсистеми: забезпечувальну, функціональну, цільову, контролюючу і регулюючу. Інституційне упорядкування згаданих підсистем регуляторної політики й функціонування відповідних механізмів управління аграрним виробництвом сприятиме ефективному використанню потенціалу аграрного виробництва з утвердженням високого рівня його соціально-економічного розвитку.

В умовах пріоритетності соціально-економічного розвитку аграрного виробництва актуальності набуває питання щодо обґрунтування базових факторів та детермінантів розвитку, серед яких нами визначено: інституційні зміни; техніко-технологічні та соціальні зміни. Сформульовано загальну методологічну концепцію дослідження, яка враховує не лише соціально-економічні аспекти, а і цілу низку інших (нормативно-правових, екологічних, ментально-моральних) взаємодій здатних забезпечити ефективне регулювання, та сприяє формуванню нової системи поглядів, що засновані на збалансованому поєднанні інноваційних аспектів.

Формування дієвого механізму регулювання соціально-економічного розвитку аграрного виробництва має ґрунтуватись на відповідних об'єктивних соціально-економічних законах, які нами було систематизовано в чотири групи: - макроекономічні; - господарські; - ринкові; - суспільні. Вітчизняний і зарубіжний досвід переконують, що без застосування інструментів державного регулювання, таких як бюджетно-податкова, грошово-кредитна, інвестиційна, інноваційна та амортизаційна політика, які прямо або опосередковано впливають на соціально-економічні інтереси суб'єктів аграрного виробництва, забезпечити розв'язання екологічних та ресурсних проблем аграрної сфери практично неможливо. У цьому зв'язку важливе поєднання інструментів державного регулювання та ринкового саморегулювання, які втілюються у механізмі регулювання розвитку аграрного виробництва.

Запровадження дієвого механізму регулювання соціально-економічного розвитку аграрного виробництва сприятиме створенню й запровадженню інноваційних технологій виробництва агропромислової продукції, зниженню їх природоємності, запровадженню маловідходних і безвідходних технологій у сільському господарстві, збереженню й відтворенню родючості ґрунтів та охороні земель. За результатами дослідження визначені методологічні аспекти функціонування механізму регулювання соціально-економічного розвитку аграрного виробництва в сучасних умовах, який орієнтований на якість продукції аграрного виробництва та підтримується інвестиційно-інноваційними факторами й умовами.

Відповідно до аналізу розвитку аграрного виробництва нами зроблено висновок, що гармонійне й ефективне функціонування ринкової системи вимагає наявності ефективної державної інституційної структури регулювання, яка б могла гарантувати дотримання прав приватної власності, свободи ринкових агентів, вільного ціноутворення, ціни, конкуренції та ефективних інститутів ринкової інфраструктури, що дозволить всім ринковим суб'єктам досягти відповідної взаємодії та ведення власної ефективної діяльності без контролю з боку держави.

Обґрунтовано, що базисом забезпечення інноваційної діяльності у аграрному виробництві повинно бути партнерське співробітництво суспільства, держави, аграрного виробництва, освітньо-наукової сфери через застосування різних форм державно-приватного партнерства для вирішення завдань соціально-економічного розвитку аграрного виробництва й національної економіки в цілому. Тобто актуальності набуває необхідність формування та реалізації механізму державно-приватного партнерства щодо забезпечення соціально-економічного розвитку аграрного виробництва. Механізм державно-приватного партнерства регламентує організаційні основи взаємодії органів влади та аграрного бізнесу при формуванні політики розвитку аграрного виробництва, а також економічні методи генерації цілей, заходів щодо удосконалення форм державно-приватного партнерства та проведенні системного моніторингу їх ефективності.

Особливість та характер соціально-економічних процесів у аграрному бізнесі, проблеми які є сьогодні, дія чинників та наявність обмежень для зростання зумовлюють зміни в механізмах регулювання соціально-економічного розвитку аграрного виробництва. Авторське бачення комплексного механізму регулювання соціально-економічного розвитку аграрного виробництва полягає у трактуванні його як сукупності взаємоузгоджених засобів, методів та форм впливу регулюючої складової, що корелюють з взаємозв'язками всіх складових соціально-економічного розвитку аграрного виробництва, продукують мультиплікативні ефекти макроекономічного зростання і включають сукупність елементів, методів координації, правових норм, упорядкованих певним чином з метою подолання перешкод, що стоять на шляху реалізації соціально-економічних інтересів суб'єктів аграрного бізнесу, суспільства та його окремих верств.

Отже, в стратегічному плані завдання механізму регулювання соціально-економічного розвитку аграрного виробництва полягає в утвердженні конкурентоспроможного, соціально-спрямованого, функціонуючого на засадах інноваційності аграрного виробництва. А щодо аграрної сфери в цілому – створити інституційні умови для покрокового, планомірного їх переходу до функціонування на принципах сталості, відновлюваності, природно-економічної відповідальності суб'єктів господарювання. При цьому соціально-економічні інтереси повинні підпорядковуватися інтересам соціуму, а не навпаки. Це стратегічна мета, досягнення якої, на наше переконання, повинно стати пріоритетом, адже національний аграрний потенціал – ключ до підвищення

добробуту української нації, зокрема в умовах підвищеного попиту на продовольство.

Література

1. Васильківський Д.М. (2014) Методичні основи обґрунтування стратегічних напрямів розвитку соціально-економічного розвитку відповідно до рівня зовнішньої дії. Наука й економіка. Вип. 1(33). С. 225-229.
2. Ніколюк, О.В. (2018) Теоретико-методологічні засади інституційного регулювання соціально-економічної безпеки аграрного виробництва: монографія / О.В. Ніколюк. – Одеса: Друкарський дім, Друк Південь, 298 с.
3. Соціально-економічні засади розвитку сільських територій (економіка, підприємництво і менеджмент): монографія / [Малік М. Й., Кропивко М. Ф., Булавка О. Г. та ін.]; за ред. М. Й. Маліка. К. : ННЦ ІАЕ, 2012. 642 с.

МЕТОДОЛОГІЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Каламан О. Б., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики
Одеська національна академія харчових технологій**

Управління стратегічним розвитком вимагає застосування цілого комплексу підходів, методів та інструментів, оскільки являє собою інтегровану область діяльності, яка розкривається в теорії і практиці через сукупність функцій управління, способів вибору і реалізації стратегій, методів тактичного управління, підходів до здійснення інноваційного розвитку. Таким чином, окремі методи або приватні прийоми досліджень і розробок не можуть охопити дані проблеми в цілому. Потрібна розробка, обґрунтування та застосування методології стратегічного розвитку виробничих підприємств.

Методологія - це вчення про метод, наука про побудову людської діяльності, яка проявляє свої межі [1]. Це тип раціонально - рефлексивного свідомості, спрямований на вивчення, вдосконалення та конструювання методів в різних сферах духовної і практичної діяльності [2].

Розробкою методології займаються багато сучасних дослідників в галузі економіки. Так, Ю. І. Трещевський вважає, що «методологія - багаторівнева система отримання, конвертації і викладу знань про будь-який об'єкт» [3]. Л. І. Підоймо розглядає методологічні основи модернізації підприємств, визначаючи методологію як «...органічну єдність світоглядних, загальнометодологічних принципів, загальнонаукових методів пізнання і специфічної приватної (локальної) методології» [4]. Е. Ю. Околелова як методології пропонує сукупність двох груп методів оцінки об'єкта дослідження [5]. Е. Л. Смольянова представляє методологію дослідження на основі компонентів «...об'єкт, предмет, проблеми, сукупність дослідницьких засобів, а також визначає принципи і методи дослідження, що проводиться» [6]. Н. В. Сироткіна визначає «сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених методів, методик, процедур,

алгоритмів, які є базою прийняття управлінських рішень» [7]. І. В. Куксова вважає, що методологія «...це сукупність, що представляє загальну суму взаємообумовлених методів, прийомів і способів аналізу, умов, принципів, підходів» [8].

Таким чином, методологія являє собою єдність методів, засобів і прийомів вивчення будь-якого процесу або явища. Для цілей дослідження автором розроблено методологію стратегічного розвитку виробничих підприємств.

Методологія стратегічного розвитку виробничих підприємств є єдність загальносвітоглядних, загальнонаукових та окремих методів дослідження, які дозволяють виділити теоретичні положення, принципи, підходи, особливості та ключові характеристики стратегічного розвитку з метою визначення концепції стратегічного розвитку, а також сукупність методичних підходів і методик стратегії розвитку; системи і механізму стратегічного розвитку, комплексу інструментів формування і реалізації стратегії, в тому числі методів і засобів моделювання, прогнозування, стимулювання, розробки перспективних напрямів і програми стратегічного розвитку, які забезпечують ефективність стратегічного розвитку виробничих підприємств.

В економічній літературі виділяються наступні аспекти методології:

- світоглядний - визначає постановку проблеми дослідження та інтерпретацію результатів;
- когнітивний (пізнавальний, який створюють розумом) - усвідомлене застосування певного світогляду в результаті дотримання певних традицій;
- технологічний - сукупність простих і точних правил дослідження, збереження безперервності ланцюга розумових висновків [3].

Автор дотримується думки, що технологічний аспект методології стратегічного розвитку є ключовим, оскільки визначає мету, завдання і гіпотезу дослідження, процес проведення дослідження стратегічного розвитку, його основні етапи, дозволяє прогнозувати отримання необхідних результатів і адаптувати їх до практичної діяльності виробничих підприємств.

При розробці методології Л. П. Підоймо виділяє загальні предметні методологічні принципи і функціональні методологічні принципи в досліджуваній області, які, в свою чергу, базуються на загальнометодологічних принципах наукового пізнання [4]. Автор вважає важливим визначити методологічні аспекти стратегічного розвитку підприємств, а саме:

- 1) цілеспрямованість стратегічного розвитку;
- 2) адаптація до вимог зовнішнього середовища;
- 3) послідовність проведення змін системи підприємства;
- 4) взаємозв'язок внутрішніх і зовнішніх чинників стратегічного розвитку;
- 5) багаторівневість і багатоваріантність розвитку;
- 6) самоорганізація елементів системи підприємства;
- 7) поєднання інноваційної активності, гнучкості та стійкості підприємства;
- 8) інтеграційний характер процесу формування та реалізації стратегії

розвитку;

9) ефективність стратегічного розвитку;

10) практична реалізація стратегічного розвитку виробничого підприємства.

Методологія стратегічного розвитку виробничих підприємств виходить з загальносвітоглядних методів, базується на загальнонаукових методах і являє собою взаємопов'язану сукупність окремих методів дослідження. Необхідно розглянути групи методів детально.

1. Загальносвітоглядні методи досліджень - це теорія наукового пізнання, теорія розвитку, діалектика, які лежать в основі будь-якого дослідження, в тому числі основ виробничої діяльності, їх застосування та розвитку, просторово-часових характеристик, ліквідації.

2. Загальнонаукові методи - це теоретичні, емпіричні та специфічні методи, що застосовуються в будь-якій науці, в тому числі в економічній науці та науці про виробництво та інновації.

3. Окремі методи - це методи дослідження певних аспектів розробки і реалізації стратегії розвитку, в тому числі: проблем управління стратегічним розвитком, характеристик процесу розвитку, стратегічних особливостей розвитку, тактичних аспектів розвитку підприємств.

Автором виділені теоретичні, емпіричні, метатеоретичні, метаемпіричні і спеціальні методи, які розкривають особливості дослідження чотирьох аспектів стратегічного розвитку виробничих підприємств. Деякі методи, наприклад, індукція, порівняння, моделювання, інтерпретація, формалізація, відносяться до декількох аспектах.

Це підкреслює необхідність розгляду різних проблем управління стратегічним розвитком в комплексі і приймати рішення щодо стратегічного і тактичного розвитку підприємства одночасно. Серед загальних методів стратегічного розвитку основними методами є:

- 1) теоретичні - визначення, інтерпретація, формалізація;
- 2) емпіричні - експеримент, вимірювання, порівняння;
- 3) метатеоретичні - аналітичний, індукція, синтез, предметно-рефлексійний;
- 4) метаемпіричні - аналіз, моделювання, аналогія;
- 5) спеціальні - програмно-цільовий, морфологічний, експертний, метод розрахунку показників, табличний-графічний, метод екстраполяції.

Дані методи лежать в основі дослідження стану розвитку виробничих підприємств і вироблення стратегії і тактики їх розвитку.

Доцільним є визначення структури і змісту методології стратегічного розвитку виробничих підприємств.

Структуру методології визначають наступні елементи:

- методи стратегічного розвитку виробничих підприємств, в тому числі загальні і спеціальні методи стратегічного розвитку, методи стратегічного інноваційного розвитку, методи розробки стратегії інноваційного розвитку;
- методичні підходи до стратегічного інноваційного розвитку;

- методики стратегічного інноваційного розвитку;
- інструменти стратегічного інноваційного розвитку.

Методологія стратегічного інноваційного розвитку підприємств заснована на розробці концепції, яка, в свою чергу, визначається наступними характеристиками:

- теоретичними положеннями стратегічного інноваційного розвитку;
- принципами стратегічного інноваційного розвитку;
- підходами до стратегічного розвитку підприємств;
- особливостями формування і реалізації стратегії розвитку, в тому числі факторами, умовами, вимогами і імпульсами розвитку;
- ключовими характеристиками стратегічного розвитку виробничих підприємств.

Таким чином, концепція стратегічного розвитку підприємств є основою розробки системи і механізму стратегічного розвитку. Зміст методології стратегічного розвитку розкривається через форми і методи. Забезпечення ефективного розвитку виробничих підприємств вимагає проведення ряду заходів з планування та системної організації його діяльності, контролю прийняття і реалізації управлінських рішень, проведення виробничих і інноваційних процесів і оцінки досягнутих результатів на основі врахування багатьох зовнішніх і внутрішніх імпульсів стратегічного розвитку. Комплексним організаційно-економічним заходом, що забезпечує довгостроковий розвиток підприємства, є розробка і реалізація стратегії. Саме тому потрібна розробка, обґрунтування та застосування методології стратегічного розвитку виробничих підприємств.

Література

1. Сучасний філософський словник / За заг. ред. д.ф.н., проф. В.Є. Кемерова. - Академічний Проект, 2004. - 864 с.
2. Нова філософська енциклопедія: В 4 т. / Інститут філософії РАН; Національний суспільно-науковий фонд; Науково-редакційна рада / В.С. Стьопін, Г. Н. Семигін. - Думка, 2000.
3. Трещевський Ю.І. Методологія дослідження економіки, управління і фінансів: монографія / Ю. І. Трещевський, Н. Ю. Трещевська; під ред. проф. Ю.І. Трещевського. - Аоно ВПО «ІММіФ», 2009. - 236 с.
4. Підоймо Л.П. Модернізація промислових підприємств: Концептуально-методологічні основи, ключові фактори, система планування: Монографія / Л.П. підойми; Під ред. В.Н. Ейтінгон. - Вид-во ВДУ, 2004. - 208 с.
5. Околелова Е.Ю. Методи оцінки і прогнозування інвестиційних процесів ринку комерційної нерухомості. - ВГАСУ, 2006.
6. Смольянова Е.Л. Гармонізація промислової і торговельної політики підприємств на основі розвитку інноваційної діяльності: Монографія / Е.Л. Смольянова. - Наукова книга, 2009. - 556 с.
7. Сироткіна Н.В. Індикативне управління промисловими підприємствами в інноваційному середовищі: теорія, методологія, практика: монографія / Н.В.

Сироткіна. - Наукова книга, 2008. - 322 с.

8. Куксова І.В. Формування умов стійкого розвитку інноваційного потенціалу нафтохімічних підприємств: Монографія / І.В. Куксова. - ВГУІТ, 2013. - 363 с.

НОВІТНЯ КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ І КОРМОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

**Каламан О.Б., к.е.н., доцент, Козак К.Б., к.е.н., доцент, Єгорова А.В., к.т.н.,
доцент, Струнова О.С., магістр
Одеська національна академія харчових технологій**

Якість, як критерій, є національною ідеєю для усіх розвинутих країн світу. Саме високі вимоги до контролю якості та їх виконання є запорукою стійкого домінування продукції розвинутих країн на світових ринках, та забезпечують їх безпеку, конкурентоспроможність та дозволяє грати провідну роль у світовому поділі праці. Вперше проведена у 2015 р. ВОЗ оцінка глобальної проблематики хвороб харчового походження, показує що у результаті вживання в їжу контамінованої продукції щорічно хворіє кожна десята людина та 420 000 з них помирають [4].

У 2000 р. в Євросоюзі була реалізована так звана «нова концепція» гігієни харчових продуктів, що відображена у «Білій книзі». Згідно викладених у ній принципів політика безпечності харчових продуктів повинна бути заснована на сучасній концепції, що охоплює повністю весь ланцюг виробництва: від виробника до споживача, аналогічно всім секторам харчової промисловості в країнах-членах по всьому географічному регіоні ЄС, та за його межами. 01.09.17 після тривалого та складного процесу ратифікації набула чинності Угода про асоціацію між Україною та ЄС. 17.12.18 після засідання Ради ЄС був визнаний досягнутий на сьогодні прогрес. Проте варто зазначити, що Україні необхідно реалізувати всі передумови, передбачені в зазначеній Угоді, що має включати імплементацію відповідних нормативно-правових документів ЄС в сучасне законодавство нашої країни. Також важливим є забезпечення результативного функціонування прозорої адміністративної системи, запровадження адміністративних та інституційних реформ, що є необхідним для під час початку переговорного процесу щодо Угоди, яка стосується взаємного визнання оцінки відповідності та прийнятності промислової продукції (АСАА).

Забезпечення належного рівня якості сільськогосподарської продукції в умовах переходу до індикативного планування та відповідно зміни акцентів у використанні методів правового регулювання у напрямі від адміністрування до надання більшої економічної свободи виробникам продукції потребує вдосконалення організаційно-правового забезпечення цього процесу.

Постановою Кабінету Міністрів України від 10.09.2014 р. №442 «Про оптимізацію систем центральних органів виконавчої влади» організовано:

Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, що необхідно для моніторингу безпеки та якості продуктів харчування «від поля до столу» (аналогічно FDA в США або EFSA в ЄС).

Професор Крисанов Д. М. визначає, що центральною ланкою в розбудові національної системи сучасного технічного регулювання стало розроблення державних стандартів, які пізніше стали іменуватися національними, їх гармонізації з міжнародними та європейськими нормативними документами [1]. При цьому суспільно необхідний рівень якості сільськогосподарської продукції, в якому б збігалися вимоги виробників і споживачів, досягається системним регулюванням споживчих характеристик продукції з оцінкою їх на кожній стадії проектування виробництва, зберігання, транспортування і переробки, зазначає ст.н.с. НААН Бугера І. С. [2]

Необхідно зазначити, що угода про асоціацію між Україною та ЄС стала поштовхом для оновлення нормативно-правової бази та реформи системи технічного регулювання, спричинила оновлення технологій виробництва та призвела до змін систем менеджменту якості. Тому логічним є складання наступної схеми щодо послідовності цих змін (рис.1).

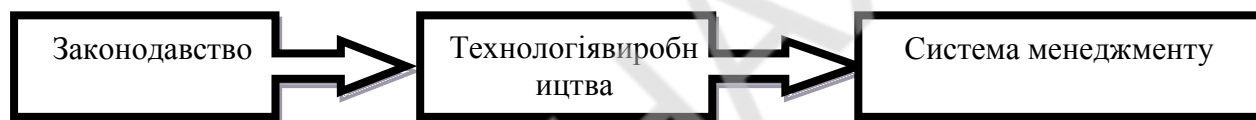


Рис. 1. Логічна послідовність змін системи менеджменту якості

04.04.18 набув чинності Закон України «Про державний контроль та дотримання законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» [5]. З цим Законом запрацювала нова система контролю якості та безпечності харчових продуктів. 01.10.12 наказом Мінагрополітики № 590 було затверджено «Вимоги щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпекою харчових продуктів (НАССР)» [6]. А 20.09.16 набув чинності розділ VII Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [7]. У зазначеному нормативі вже конкретизується: у всіх операторів ринку харчових продуктів мають бути принаймні програми-передумови впровадження системи НАССР. І встановлені строки – 3 роки з моменту набрання чинності цієї норми, тобто до 20 вересня 2019 року.

Система НАССР концентрується на найзначніших ризиках, що безпосередньо пов'язані з виробництвом продукту, технологією її виготовлення, яка використовується сировиною і має на увазі наявність додаткових специфічних заходів контролю. НАССР - систематичний метод харчової безпеки, що базується на семи основних принципах, що зображені на рис. 2. Загальні принципи проведення виробничого контролю включають: вхідний контроль якості і безпеки продовольчої сировини і харчових продуктів, що надходять на підприємства; контроль на етапі технологічного процесу; контроль на етапі зберігання харчової продукції; контроль за санітарно-технічним станом приміщень і обладнання, контроль стану виробничого та

навколишнього середовища, контроль особистої гігієни персоналу.

Заслуговує на увагу вивчення досвіду Alebor Group. Запровадження системи НАССР на елеваторах Alebor Group, спричинило зміни у роботі лабораторій. На достовірність результатів впливають багато аспектів: кваліфікація персоналу, первинне навчання при вступі на роботу та періодичне у процесі валідації, правильний підбір лабораторного обладнання та лабораторного посуду для роботи, знання законодавчої бази, дотримання персоналом гігієнічних вимог і навіть наявність спецодягу[3].

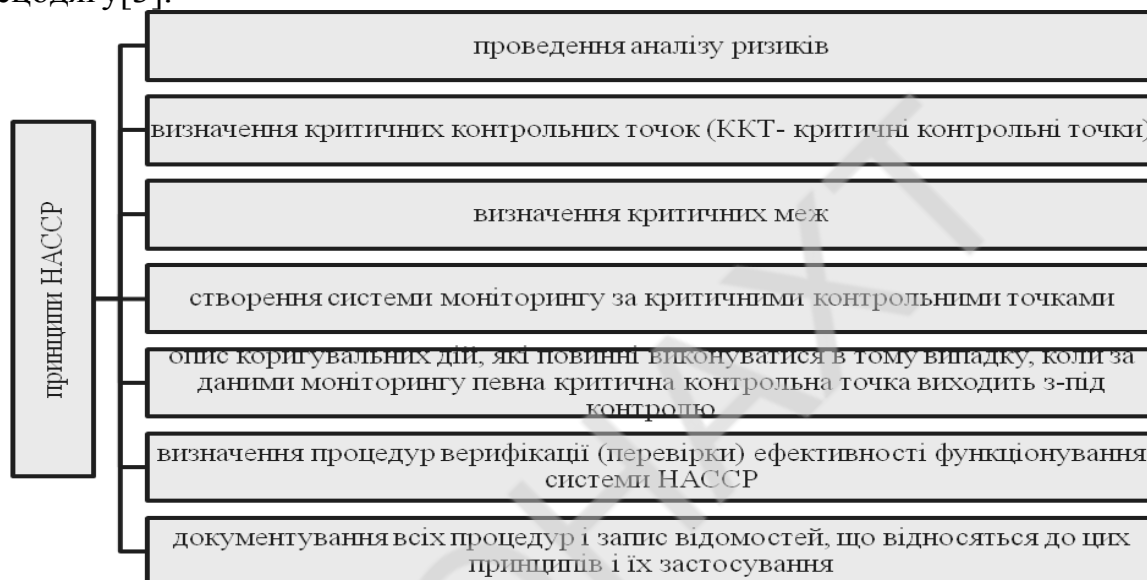


Рис. 2. Основні принципи НАССР

Згідно Закону України від 05.06.2014р. «Про стандартизацію» всі стандарти є добровільними, але за Законом України від 22.07.2014р. № 1602 «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» можна працювати навіть за специфікаціями до договорів. По суті, кожне підприємство повинно мати перелік методик, за якими лабораторія проводить дослідження, а також може вносити зміни до переліку, за вимогою клієнта, але з підтвердженням протоколом про валідацію методів. Але в контрактах найчастіше вказують методику міжнародного стандарту ISO, і ці контрактні умови зобов'язують більшу частину лабораторій у проведенні процедури їх валідації.

Огляд літератури та аналіз змін щодо контролю та управління якістю харчових та кормових продуктів, дозволяє зробити висновки щодо особливої залежності ефективного менеджменту на підприємстві від людського фактору та вказує на зростання ролі менеджменту (людського фактору) на всіх технологічних етапах (рис.3).

Подальшого вивчення потребує запропонована державою система контролю якості харчових та кормових продуктів. Крім стандартних процедур доцільно розглянути можливість розробки програм розвитку трудового потенціалу персоналу задіяного в формуванні та контролі якості харчової та кормової продукції на виробництвах. Потребує удосконалення законодавча база здійснення закупівель, бо тендерна процедура (для державних підприємств) не

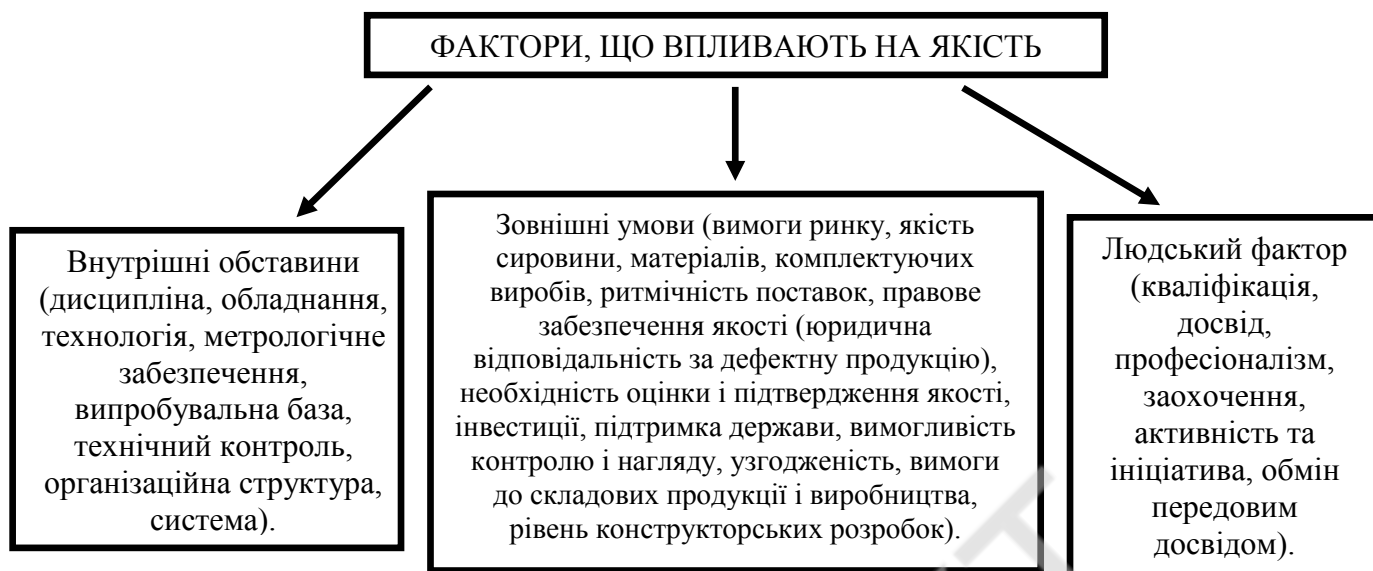


Рис.3. Фактори, що впливають на якість продукції [4]

дозволяє вжити оперативні заходи щодо здійснення контролю якості харчових та кормових продуктів. Важливо, щоб усі учасники харчового ланцюжка від законодавчих та контролюючих органів, виробничих потужностей, реалізаторів продукції тощо, аж до кінцевого споживача – мають бути самосвідомими у своїй відповідальності.

Література

1. Крисанов Д.Ф. Система гарантування безпечності та якості // Економіка харчової промисловості . 2013. Т. 4, вип. 20. С. 5-12.
2. Бугера С.І. Державне регулювання якості сільськогосподарської продукції: організаційно-правовий аспект // Бюлетень Міністерства юстиції України. 2011. Т. 8, вип. 9. С. 65-72.
3. НАССР на практике // Elevatorist.com: [Веб-сайт]. URL: <https://elevatorist.com/blog/read/521-nasrr-na-praktike-elevatoryi-alebor-group-vyezd-i-laboratoriya> (дата звернення: 22.04.2019).
4. К.В. Kozak, О.В. Kalamani, А.В. Yegorova, О.С. Strunova. Formation and control of quality of foods and feeds: from technological base to human factor // Харчова наука і технології, Т.13, В. 3/2019.
5. Про державний контроль та дотримання законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин: Закон України від 06 грудня 2018 р. № 2639-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2019. – № 7. – Ст. 41.
6. Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР): Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства від 01 жовтня 2012 р. № 590. – 2012.
7. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 06 серпня 2019 р. № 2639-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2019. – № 19. – Ст. 98.

АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Купріна Н.М., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій

Сучасний стан, забезпечення конкурентоспроможності та ефективності функціонування харчової промисловості України потребує пошуку напрямів її аналізу та інструментів розвитку, одним з яких є стратегічний аналіз для оцінювання персистентності її діяльності на мезорівні. Персистентність діяльності враховує не тільки показники ефективності функціонування, але й конкурентоспроможності на внутрішньому ринку та можливості просування продукції, робіт, послуг на зовнішні.

Один з найбільш ефективних підходів у стратегічному аналізі, на нашу думку, був розроблений консультаційною фірмою McKinsey і компанією General Electric (GE) [1, с. 332]. За даною методикою матриця складається з дев'яти частин і заснована на оцінці довгострокової привабливості галузі і конкурентної позиції напрямку діяльності [1-3]. Обидва елементи побудови матриці характеризуються комплексом величин, а не визначаються єдиним показником. Щоб отримати формальну кількісну оцінку довгострокової галузевої привабливості, кожному показнику потрібно визначити вагу, відповідну його важливості для досягнення цілей, дати оцінку ринку по кожному з оцінюваних чинників (рекомендується використання шкали від 1 до 5 або від 1 до 10), помножити вагу на оцінку, підсумувати отримані зважені оцінки. Аналогічно визначається оцінка конкурентної позиції.

Для проведення аналізу стратегічних напрямків розвитку харчової промисловості Одеської області, необхідно враховувати саме показники підприємств сфери АПК Одеської області, як повного циклу від виробництва сировини до реалізації кінцевого продукту, нами визначено наступні об'єкти дослідження:

1. Вирощування зерна
2. Вирощування плодів та ягід
3. Вирощування худоби
4. Виробництво м'яса та м'ясних продуктів
5. Перероблення та консервування фруктів і овочів
6. Виробництво олії та тваринних жирів
7. Виробництво молочних продуктів
8. Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості
9. Виробництво хліба та хлібобулочних виробів
10. Виробництво виноградних вин

Чинники, що впливають на рівень довгострокової привабливості галузі, на нашу думку, можуть бути наступні: індекс зростання виробництва в масштабах України; індекс Харфіндаля-Хіршмана (рівень конкуренції за областями України); тенденція кількості підприємств у галузі (в межах області); тенденція місткості ринку (у межах області). Тенденція до зростання

виробництва у масштабі країни дозволяє стверджувати, що дана галузь є досить привабливою. З урахуванням загальних тенденцій у вітчизняній економіці, рівень приросту від 3 до 5% є середнім.

Фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності на даному сегменті: відносна частка ринку (відношення виробництва у межах Одеської області відносно найбільшої іншої області); динаміка частки ринку; відсоток експорту у загальному обсязі виробництва; рівень рентабельності у галузі;

Відповідно до основного завдання даного дослідження, одним з основних чинників є відносна частка ринку, яку доцільно розраховувати як відношення частки ринку, що займає Одеська область відносно до частки ринку найбільшої області за обсягами виробництва даного продукту. Позитивна динаміка частки ринку свідчить про посилення конкурентних позицій. Тому значення зростання частки ринку у межах від 0,5 до 1,5 відсоткових пункту відповідає середньому рівню. В сучасних умовах експорт продукції є досить важливим чинником розвитку. Тому чим більше рівень експорту у загальному виробництві, тим вище рівень конкурентної позиції. Прибутковість бізнесу підтверджує його конкурентоздатність. Тому приймаємо середній рівень відповідним до 3-5% рентабельності.

На баз статистичних даних за період 2016-2017 рр. було розраховано показники за визначеними вище чинниками та оцінено за розробленою шкалою, а результати наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Оцінка рівня конкурентоспроможності у галузі

Напрямки діяльності	Чинник			
	Відносна частка ринку	Динаміка частки ринку	Відсоток експорту	Рівень рентабельності
Вирощування зерна	3	4	5	5
Вирощування плодів та ягід	2	3	3	5
Вирощування худоби	1	1	1	1
Виробництво м'яса та м'ясних продуктів	1	1	1	2
Перероблення та консервування фруктів і овочів	3	3	3	4
Виробництво олії та тваринних жирів	4	5	3	4
Виробництво молочних продуктів	1	1	1	2
Виробництво продуктів	2	2	2	1

Напрямки діяльності	Чинник			
	Відносна частка ринку	Динаміка частки ринку	Відсоток експорту	Рівень рентабельності
борошномельно-круп'яної промисловості				
Виробництво хліба та хлібобулочних виробів	2	2	1	2
Виробництво виноградних вин	5	5	5	3

Відповідно до методики нами було розраховано зважені оцінки та визначено рівень привабливості галузі і конкурентоспроможності за обраними напрямками. На підставі побудованої матриці МакКінсі, найбільш перспективними з точки зору привабливості та конкурентних позицій для підприємств Одеської області є виробництво олії та виноградних вин. Середній рівень (проте вище середньої) привабливості притаманний вирощуванню зерна, плодів та ягід. Але, якщо у вирощуванні зерна підприємства Одеської області займають досить сильну конкурентну позицію, то стосовно вирощування плодів та ягід – ще на середньому рівні. Середній рівень конкурентоспроможності властивий також напрямку переробки та консервування фруктів і овочів при високому рівні привабливості, що свідчить про доцільність спрямування інвестицій у цей напрямок. На жаль, по п'яти напрямках діяльності рівень привабливості галузі та конкурентоспроможності нижче середнього. За класичними рекомендаціями компанії МакКінсі ці напрямки діяльності потребують ретельного аналізу та вибору стратегії деінвестування. Проте серед аналізованих є напрямки, що забезпечують продовольчу безпеку області та тісно пов'язані з іншими напрямками, тому доцільною є стратегія контролю за інвестиціями.

Література

1. Томпсон А.А., Стрікленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е изд: Пер. с англ.. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 928 с.
2. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми : монографія. К. : КНЕУ, 2008. 245 с.
3. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ламбен Жан- Жак; пер. с фр. СПб. : Наука, 1996. 589 с.

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ МАЙНА ПІДПРИЄМСТВА

Скляр Л.Б., к.е.н., доцент, Скляр В.Ю., аспірант, магістр 2-го року навчання спеціальності «Облік та оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій

Інвентаризація - від латинського слова «invenire» означає виявляти, знаходити. Тобто вона, виявляє допущені розкрадання або недостачі, спростовує або підтверджує дані бухгалтерського обліку. Лише цей метод обліку встановлює відповідність між кількісною і якісною характеристикою майна, записаному у активі балансу, та зобов'язань відображених в його пасиві.

Обов'язковість проведення інвентаризації на підприємствах визначена ст. 10 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність»[1].

Зідно п. 5 розд. I Положення № 879 від 02.09.2014 р. [2] інвентаризація проводиться з метою виявлення фактичної наявності активів, тих які частково втратили свою первісну якість, застаріли і не використовуються та активів і зобов'язань, які не відповідають критеріям визнання та сум забезпечень.

Перелік випадків, коли обов'язково необхідно проводити інвентаризацію зазначено в пунктах 7 та 9 розділу I Положення про інвентаризацію [2], а хто може вимагати проведення інвентаризації показано на рисунку 1.

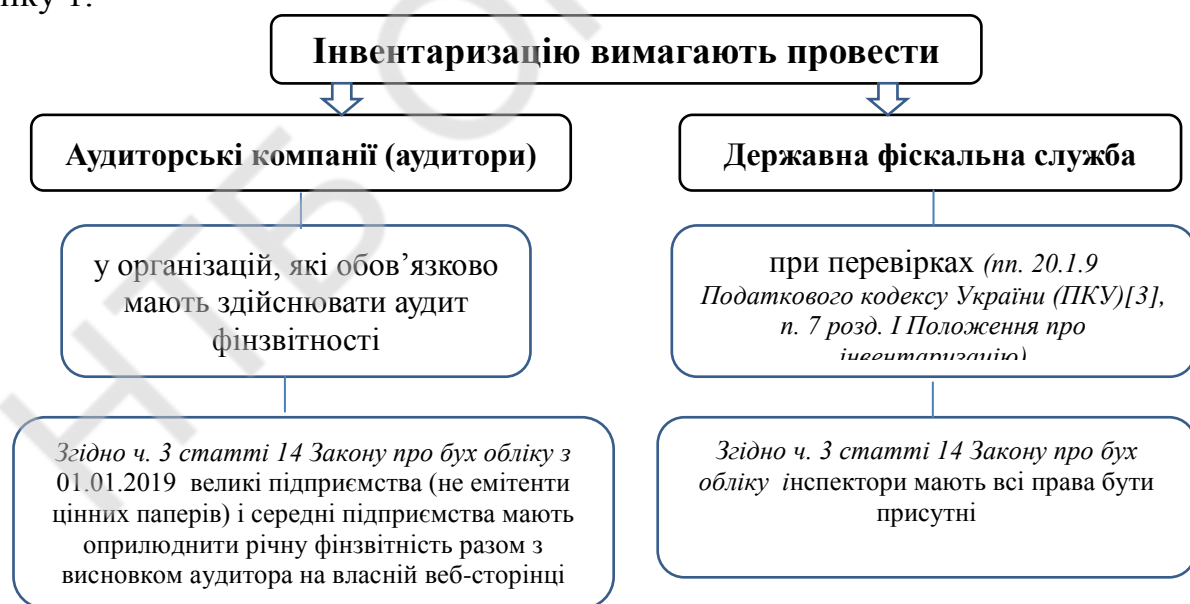


Рис. 1 - Хто може вимагати проведення інвентаризації

Якщо інвентаризацію на підприємстві не провести, то є такі ризики:

1. Дані у фінзвітності будуть спотворені і користувачі прийматимуть невірні рішення
2. Виникнуть пересортиця, лишки або нестача
3. Можна занизити податок на прибуток
4. Посадових осіб притягнуть до адміністративної відповідальності

(рисунок 2)

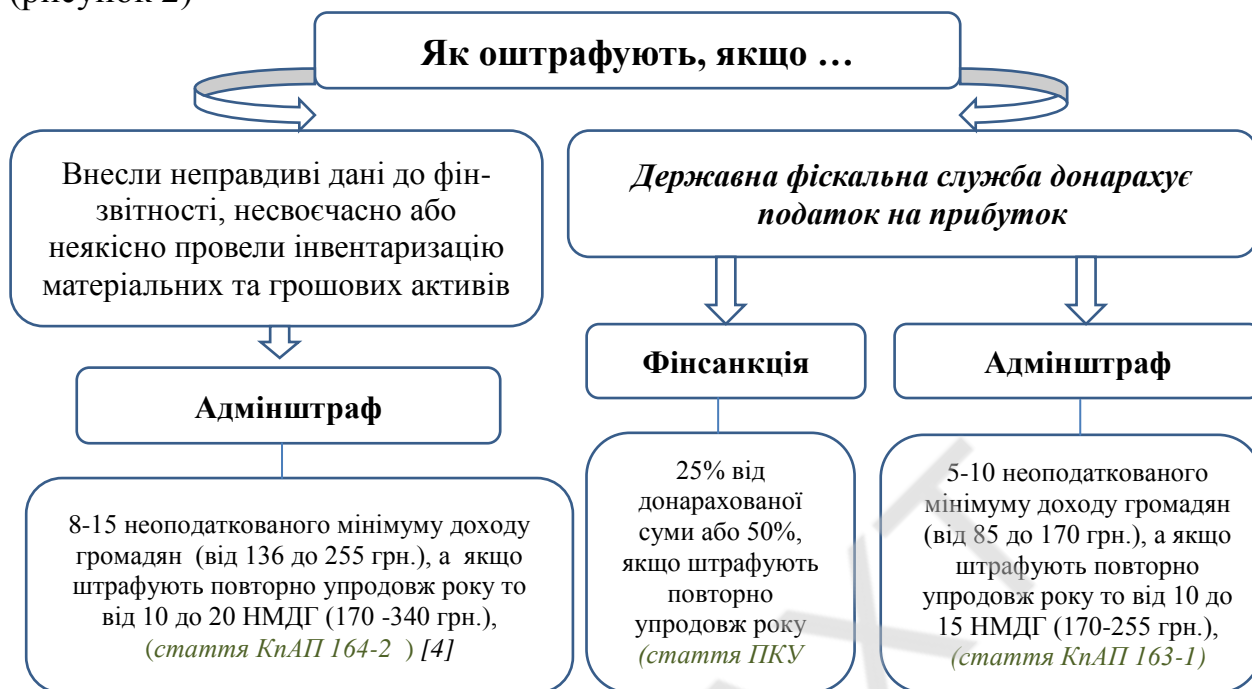


Рис. 2 - Відповідальність за не проведення інвентаризації

В процесі інвентаризації виявляються помилки, які присутні при здійсненні самого облікового відображення і заповненні первинних документів, а також визначають безвідповідальність працівників і матеріально-відповідальних осіб.

Послідовність проведення інвентаризації на підприємстві можна представити на рисунку 3



Рис. 3 – Процедура інвентаризації

Документи, які необхідно оформляти підчас інвентаризації затверджено Постановою Держкомстату СРСР № 241 від 28.12.1989 р. [5] і Наказом Мінфіну № 572 від 17.06.2015 [6] та укладаються у 2-х примірниках згідно п. 21 розд. II Положення про інвентаризацію. Характеристику документів наведено в

таблиці 1.

Таблиця 1 - Документальне оформлення інвентаризації

Документ	Відповідальний	Перелік об'єктів
Інвентаризаційний опис	Інвентаризаційна комісія	Основні засоби, запаси, матеріальні цінності на відповідальному зберіганні, нематеріальні активи
Звіряльна відомість зобов'язань і активів	Бухгалтерія	Якщо були виявлені розбіжності
Акт інвентаризації	Інвентаризаційна комісія	Грошові кошти і фінансові активи
Протокол інвентаризаційної комісії	Інвентаризаційна комісія	Це підсумковий документ. Він містить інформацію про результати інвентаризації та висновки по виявленим розбіжностям і пропозиції з коригування нестач та лишків

Ефективність інвентаризації на підприємстві перш за все залежить від якісного та своєчасного її проведення і оптимального планування. Щоб поліпшити стан інвентаризаційної роботи потрібно посилити якість праці інвентаризаційної комісії та об'єктивність визначення її результатів. Особливо шкода, що на сьогодні, більшість головних бухгалтерів та керівників недооцінюють важливості фактичного здійснення інвентаризації та проводять тільки в тих випадках, коли її неможливо практично уникнути.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 р. N 996-XIV за станом на 18.09.2018 р. / Верховна Рада України. Київ. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 27.09.2019).
2. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань: затв. наказом Мінфіну від 02.09.2014. № 879 за станом на 18.11.2016 р. URL: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14> (дата звернення: 27.09.2019).
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI за станом на 16.05.2019 р. / Верховна Рада України. Київ. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 28.09.2019).
4. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-X за станом на 11.09.2019 р. / Верховна Рада України. Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10> (дата звернення: 28.09.2019).
5. Об утвердженні форм первичної учетной документації для підприємств и організацій: затв. постановою Держкомстат СРСР від 28.12.1989 р. № 241 за станом на 30.01.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0241697-89> (дата звернення: 29.09.2019).
6. Про затвердження типових форм для відображення бюджетними установами результатів інвентаризації: затв. наказом Мінфіну від 17.06.2015 № 572 за станом на 17.06.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/z0788-15> (дата звернення: 29.09.2019).

РОЗВИТОК ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Іванченкова Л.В. к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Мацкевич К. О., магістр 2-го року навчання спеціальності «Облік та оподаткування»
Одеська національна академія харчових технологій

Актуальність даної теми полягає у дослідженні використання виробничих запасів, з метою ефективнішого управління виробничими процесами у сучасних умовах господарювання. Це може дозволити підприємству отримати якісну та своєчасну інформацію. Саме матеріально - виробничі запаси дозволяють оптимізувати та поліпшити діяльність організації у цілому.

Прискорення соціально - економічного розвитку у сучасному часі господарювання, стрімкого розвитку промисловості і зростання потенціалу призвело до потреби створення якісної системи управління матеріальними та трудовими ресурсами і в першу чергу саме виробничими запасами.

Основа виробництва, в будь-якій галузі, представляє собою найважливіші елементи - сировинні матеріали. Постачання й об'єми виробничих запасів, товарно-матеріальних цінностей, які використовуються підприємством під час своєї діяльності, перекладають свою вартість на собівартість продукції, виконаних робіт, наданих послуг, чи готову продукцію, впливають на результати діяльності виробництва, а також на розвиток ринкових відносин в цілому.

Інфляція, криза, курс валюти, та інші негаразди примушують організації змінювати політику у відношенні виробничих запасів, а саме – шукати нові джерела придбання, раціонального використання засобів та досліджувати проблему максимально ефективного використання матеріальних запасів. При переході на ринкові відносини, виникають зміни ведення бухгалтерського обліку та наближення до міжнародних стандартів. Грамотна організація бухгалтерського обліку виробничих запасів є важливою умовою для діяльності підприємств.

У виробництві, значиму роль відіграє облік запасів, тому щозавдяки саме виробничим запасам і відбувається виготовлення продукції, яка надалі реалізується та приносить прибуток підприємству. Оскільки виробничі запаси обліковуються на рахунках бухгалтерського обліку то мають бути обліковані на пунктах зберігання а саме складах. Для цього потрібно здійснювати детальний контроль за наявністю усіх матеріальних цінностей. У зв'язку з чим виникла необхідність перегляду існуючої практики для організації обліку запасів.

В процесі змін вітчизняної системи бухгалтерського обліку на нові міжнародні стандарти, змінюються ряд вимог до обліку та ефективнішого використання виробничих запасів в цілому. Також стає питання розширення поставлених задач. Але ряд питань після переходу на національні положення (стандарт) бухгалтерського обліку, досліджені не повністю. Серед таких питань є невизначеність в підходах до «виробничих запасів», їх групування з урахуванням специфіки у кожній галузі.

Матеріальні запаси мають питому вагу у діяльності виробництва. В

цілому затрати на запаси складають приблизно 70% щод від загального виробництва, свідчить про високу матеріалозатратність. Необхідність економного використання сировинних ресурсів пояснюється і тим, що запаси обмежені. Досягнення поставленої мети має досягти прискоренням науково-технічного прогресу і як слідство впровадження переробки сировини, ресурсозберігаючими, маловідходних і безвідходних технологіями, утилізація вторинних ресурсів та інше. У процесі виробництва використовують велику кількість товарно-матеріальних цінностей. Вихідним моментом їх обліку є класифікація. На різних підприємствах товарно-матеріальні цінності можуть мати різне призначення залежно від тієї функції, яку вони виконують у процесі виробництва. Тому важливо правильно згрупувати матеріальні цінності на підприємстві за їх призначенням та роллю у виробничому процесі.

Зниження матеріалозатратності продукції є найважливішим напрямком поліпшення роботи, так як економна витрата усіх видів ресурсів забезпечує зріст виробництва та зниження собівартості.

Задачі аналізу використання матеріальних ресурсів є

- визначення забезпечення необхідними матеріальними ресурсами по , маркам, якості, видам, сортам та строком поставок;
- дослідження факторів які впливають на зміну об'єму матеріалозатратності
- запобігання затрат внаслідок заміни матеріалів, а також простоїв обладнання та робітників із-за відсутності матеріалів
- оцінка впливу організації матеріально - технічного постачання та використання матеріальних ресурсів на об'єм випуску та собівартості продукції.

У процесі зміни систем обліку, на національні стандарти з урахуванням нових міжнародних стандартів, змінюються і вимоги до обліку. Разом з цим, розширюються поставлені завдання перед обліком. Однак, ряд питань по бухгалтерському обліку виробничих запасів, після переходу на національні положення (стандарти), досліджені в не повному обсязі. Одним з основних питань - невизначеність підходів до «виробничих запасів», їх групування з урахуванням специфіки галузі у якій вони рахуються. В Україні формулювання терміна «запаси» наведено у П(С)БО 9 «Запаси» [1], відповідно до п. 4 якого «запаси - активи, які підприємство утримує для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством». Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [2], активи – це ресурси, контрольовані підприємством в наслідок минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому.

У висновку можна зазначити, що сформульоване визначення виробничих запасів підприємства також раціональне їх використання, надасть у подальшому можливість підприємствам визначитись з ключовими напрямками його діяльності у майбутньому. Завдяки науково-обґрунтованій системі аналізу та

визначенням у виробництві виробничими запасами, дозволить уникнути недоліків під час формування та грамотне використання виробничими запасами, поліпшить, в цілому, господарську діяльність підприємств.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.99 № 246, зі змінами та доповненнями // <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> .

2. Закон «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 № 996-14-ВР. // <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

КОМПЕТИТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

**Васьковська К.О. к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

В сучасних умовах мінливості ринку для розвитку та розширення діяльності підприємства пріоритетним є забезпечення його конкурентоспроможності, що визначає його конкурентостійкість.

Конкурентостійкість промислового підприємства характеризується його стабільністю на ринку протягом тривалого періоду часу та визначається потенційними можливостями щодо виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції.

На рівень конкурентоспроможності підприємства та ефективності його функціонування впливає ряд факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Аналіз економічної літератури стосовно цього питання свідчить про чисельність підходів щодо класифікації факторів конкурентоспроможності, проте більшість науковців сходяться у виокремленні зовнішніх та внутрішніх факторів, що мають вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства.

На нашу думку, для більш детального дослідження впливу факторів на діяльність підприємства та визначення рівня його конкурентоспроможності є необхідним удосконалити класифікацію факторів впливу шляхом групування їх на ендогенні та екзогенні фактори. Так, ресурсний потенціал підприємства є кількісні ендогенні фактори. До ендогенних якісних факторів доцільно віднести техніко-технологічні, соціально-психологічні, організаційно-економічні, маркетингово-збутові фактори, параметри продукції, імідж підприємства та ефективність звичайної діяльності. Природно-екологічні, політико-правові, економічні, міжнародні фактори та фактори впливу глобалізаційних процесів виділяємо як екзогенні фактори впливу.

Структурування факторів впливу на об'єктивні (не залежать від

діяльності підприємства), умовно-об'єктивні (залежать або не залежать від діяльності підприємства в окремих умовах) та суб'єктивні (залежать від діяльності підприємства), а також з подальшою деталізацією в кожній з груп загальних і часткових факторів дає можливість працівникам підприємства результативно оцінити їх вплив з метою виявлення та мінімізації негативного впливу на забезпечення високого рівня конкурентоспроможності. Для реалізації стратегічних цілей підприємствами часткові фактори можливо підрозділяти на індивідуальні та при необхідності проводити подальшу їх деталізацію з урахуванням сфери діяльності та специфіки самого підприємства.

Оцінка факторів впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства є невід'ємною частиною методичного підходу до аналізу конкурентоспроможності підприємства з урахуванням компетитивності його функціонування.

На нашу думку, поняття «компетитивність функціонування підприємства» для оцінки факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства. – здатність формувати на споживчому ринку більш вигідні у порівнянні з конкурентами умови функціонування шляхом створювання та розвитку конкурентних переваг, що мають споживчу цінність [1].

Компетитивність функціонування підприємства визначається проведенням:

- аналізу ділового портфеля – визначення потенційних шляхів розвитку за допомогою виділення стратегічних зон господарювання за певними ознаками: зона «середньо приваблива», зона «максимально приваблива», зона «помірно приваблива», зона «мінімально приваблива»;

- аналізу ринкової частки конкурентів – рівень домінування підприємства на ринку та можливість його впливу на структуру попиту, пропозиції та на обсяги реалізації продукції на ринку;

- аналізу внутрішньогалузевої конкуренції – структура галузі функціонування підприємства: інтенсивність конкуренції, конкурентні позиції, виявлення та вивчення найближчих конкурентів;

- факторного SWOT-аналізу – визначення найбільш вагомих факторів внутрішніх характеристик підприємства та зовнішнього середовища (ринку), формування взаємозв'язків сильних та слабких сторін з можливостями та загрозами: конкурентні активи – стратегія «сила-можливості», конкурентні пасиви – стратегія «слабкість-загроза», ринкові активи – стратегія «слабкість-можливості», ринкові пасиви – стратегія «сила-загроза».

Завершальним є розрахунок загального показника компетитивності та асортиментного показника компетитивності функціонування підприємства з урахуванням впливу широти асортименту виготовленої продукції.

Значення показників компетитивності, виражених у балах, повинно мати тенденцію до зростання. При порівнянні показників компетитивності з підприємствами-конкурентами галузі більше його значення свідчить про міцну та стабільну позицію даного підприємства на ринку, що має високий рівень

конкурентоспроможності. Керівник промислового підприємства самостійно встановлює нижню межу показників компетитивності (загального та асортиментного) з урахуванням середнього значення даних показників по галузі та у найближчих його конкурентів.

Отже, комплексний аналіз компетитивності функціонування промислових підприємств сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств цілому та дозволяє визначити напрямки в стратегії для розвитку сфер його діяльності за допомогою матриці та визначити найпривабливіші з них для додаткових інвестицій; визначити долю підприємства в загальному обсязі реалізованої продукції на ринку (лідерство); визначити інтенсивність конкуренції у галузі за допомогою побудови карти стратегічних груп, що дає можливість визначити найближчих конкурентів з метою їх вивчення та закріплення власних конкурентних переваг; визначити позитивні та негативні сторони внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства з виділенням конкурентних та ринкових активів і пасивів з метою усунення негативних моментів та посилення позитивних для ефективної діяльності підприємства в цілому.

Література

1. Васьковська, К.О. Методичний підхід щодо проведення комплексного аналізу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства. Науково-методичні аспекти обліково-аналітичної системи підприємства: монографія за заг.ред. д.е.н. В.В.Немченка. Одеса, Фенікс, 2016. С. 200-208.

ОСНОВНІ ФОРМИ ПРОЯВУ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Дерменжі Д.Ф., аспірант кафедри економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій**

З появою ринкової економіки, коли підприємство стало виступати як окремий суб'єкт господарювання, питання впливу фінансових ризиків набуло досить великого значення. Одним із різновидів існуючих фінансових ризиків є кредитний ризик. Сучасна система економіки передбачає досить тісний взаємозв'язок бізнесу та фінансових установ.

На сьогоднішній день майже не існує підприємств, які би за час свого існування не зверталися би до банків. Згідно з методичними вказівками з інспектування банків «Система оцінки ризиків», кредитний ризик— це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконати умови будь-якої фінансової угоди із банківською установою або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання.[1]

З вище зазначеного поняття можна зробити висновок, що кредитний ризик виникає коли підприємство не в змозі виконати умови кредиторської угоди. В

такому випадку, цей ризик негативно впливає як на кредитора, у більшості випадків це банк, так і на саме підприємство. Банк втрачає в першу чергу свої власні кошти, які були надані, а по друге залишається без додаткового прибутку, який забезпечується процентною ставкою. А підприємство в свою чергу стає неплатоспроможним та фінансово нестабільним. Розглянемо основні чинники, які впливають на появу такого типу ризиків. В науковій літературі розрізняють три групи таких чинників[3]:

- чинники зовнішнього щодо банків та контрагентів середовища;
- внутрішньобанківські чинники;
- чинники, притаманні діяльності позичальника.

Якщо об'єднати їх в більш умовні групи, то можна виділити внутрішні, що залежать від конкретних дії суб'єктів господарювання, та зовнішні чинники, які є наслідком діяльності держави та світу в цілому.

До зовнішніх чинників можна віднести:

- погіршення економічної ситуації в країні, яка веде за собою девальвацію національної валюти, збільшення процентної ставки за кредитами з боку банків, а також погіршення умов для ведення бізнесу;

- світова економічна криза, яка теж впливає на економіку країн в цілому.

Якщо говорити про вітчизняну економіку, то згідно з даними Національного банку України облікова ставка за останні роки має досить невизначену варіацію. Найбільший рівень спостерігався в 2015 році, тоді ставка НБУ складала від 22 до 30 %. У 2017 вона досягла позначки 12,5 %, і у 2018 знову зросла і складає на даний момент 17 %. Як ми бачимо спрогнозувати поведінку банківської ставки є досить важко, і тому застрахуватися від появи кредитного ризику у такому випадку є майже неможливим.[2]

До внутрішніх чинників появи кредитних ризиків відноситься:

- рівень фінансової стабільності підприємства;
- ефективність фінансового менеджменту;
- платоспроможність постачальників та покупців.

У випадку з банками, більшість кредитних ризиків виникають під впливом зовнішніх факторів. Адже при видачі кредитних коштів, будь яка фінансова установа проводить ретельний аналіз діяльності суб'єкта господарювання, аби мінімізувати ймовірність появи в подальшому ризиків невиконання своїх обов'язків іншою стороною. Що ж стосується підприємств, то вони теж можуть бути в ролі кредиторів. Якщо говорити про господарську діяльність, то така ситуація є можливою у випадку наявності дебіторської заборгованості. Тоді один суб'єкт господарювання є кредитором, а інший позичальником. У цьому випадку мають місце внутрішні чинники, а саме платоспроможність постачальників та покупців. Будь яке підприємство має ретельно підбирати контрагентів. Це забезпечить в подальшому скорочення дебіторської заборгованості, зниження ймовірності появи кредитних ризиків та підвищення фінансової стабільності.

Проаналізувавши чинники появи кредитних ризиків, можна зробити висновок, про те що поява одного виду ризиків, стає причиною для іншого

виду. Так неплатоспроможний постачальник формує дебіторську заборгованість для кредитодавця. В свою чергу у останнього виникає потреба у додаткових обігових коштах. Для вирішення цієї проблеми суб'єкт господарювання звертається до фінансових установ. А далі вже все залежить від внутрішньої та зовнішньої ситуації навколо підприємства.

Для мінімізації ймовірності появи фінансових ризиків можна виділити такі основні дії з боку підприємств:

- 1) Ретельний аналіз та підбір контрагентів;
- 2) Забезпечення ефективного управління фінансами;
- 3) Створення фінансових резервів у випадку надзвичайних ситуацій;
- 4) Створення резервів для поповнення обігових коштів.

Література

1) Методичні вказівки з інспектування банків "Система оцінки ризиків" [Електронний ресурс]. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04>.

2) Офіційний сайт Національного банку України – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bank.gov.ua>

3) Андросова О. Ф. Чинники формування кредитних ризиків та їх наслідки для банківської системи України в умовах фінансової кризи [Електронний ресурс] / О. Ф. Андросова, І. В. Михайлова // Ефективна економіка. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=142>.

ОГЛЯД РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

**Петков О.І., аспірант кафедри економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій**

Насьогодні споживання продукції підприємств м'ясопереробної галузі, займає суттєву частку у раціоні людини. Від розвитку цієї галузі залежить забезпечення населення України необхідними продуктами харчування, що виробляються з м'яса. Основним ресурсом, який забезпечує стабільний розвиток цієї галузі є наявність необхідної кількості худоби. Але на сьогоднішній день цей показник зазнає щорічне скорочення. Для визначення основних шляхів виходу з такої ситуації необхідно провести аналіз цього сегменту ринку, а саме визначити спрямованість розвитку виробництва та реалізації продукції м'ясопереробної галузі.

Але зараз в Україні наявна тенденція до скорочення поголів'я худоби, тому для подолання цієї кризи необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва та реалізації продукції м'ясопереробної галузі для виявлення причини негативних явищ.

На сьогодні задоволення потреби у м'ясі відповідно до медичних норм споживання продуктів харчування становить 65%. При цьому основну частку займає саме м'ясо птиці і кожного року його масова частка зростає .

Тому доцільним буде в першу чергу розглянути саме ринок м'яса птиці. Даний ринок має доволі великі темпи розвитку, оскільки виробництво даного виду продукції має швидкі темпи обігу і при цьому доволі низьку собівартість. Український ринок курячого м'яса є чітко структурованим, 90% відсотків ринку займають вісім компаній, серед яких найбільшу частку займають:

- 1) "Миронівський хлібопродукт" – виробляє близько 50% від промислового виробництва курятини в Україні;
- 2) "Комплекс Агромарс" - близько 14%;
- 3) Птахокомбінат Дніпровський" – 7,5%;
- 4) "Агроовен" – 6%;
- 5) "Володимир-Волинська птахофабрика" – близько 3%.

Якщо говорити про загальну структуру виробництва м'яса в Україні, то тут спостерігається досить однакова тенденція протягом останніх років. Результати представлені в таблиці 1 згідно з даними Державного управління статистики[1].

Таблиця 1 – Статистика виробництва м'яса у 2013-2017рр.

Найменування	Рік				
	2013	2014	2015	2016	2017
Виробництво яловичини, тис. т.	87,5	72,2	70,7	74,3	75,3
Виробництво свинини, тис. т.	222,3	239	247,4	245,4	232,6
Виробництво м'яса курей, тис. т.	849,7	737,9	833	888	850,8

Виробництва м'яса в Україні є доволі мінливим. Так, виробництво яловичини у 2014 році склало 72,2 тис. тон на рік, що на 17% менше ніж у 2013 році, падіння продовжилось і у 2015 році. У 2016-2017 роках виробництво яловичини дещо збільшилося та склало 74,3 та 75,5 тис. т відповідно. При цьому дане збільшення не є показовим, щоб можна було сказати про відродження виробництва КРС, адже воно складає 5% у 2016 році порівняно до 2015 року та 1,3% у 2017 році порівняно з 2016 роком.

Виробництво свинини має протилежно тенденцію до виробництва КРС. Так з 2013 року до 2015 року спостерігалось стійке зростання обсягів виробництва свинини, в середньому на 5 % на рік, з 222,3 тис. тон у 2013 році до 247,4 тис. т у 2015 році. У 2016 році порівняно з 2015 роком виробництво скоротилося на 1%, а у 2017 порівняно з 2016 вже на 5%.

Виробництва курятини загалом показує тенденцію зростання виробництва після значного падіння у 2014 році. Так у 2014 році виробництво курятини зменшилося на 13%, з 849,7 тис. т до 737,9 тис. т, а вже у 2015 році зросло на 12,8%. У 2016 році приріст склав вже 7%, а у 2017 році загальне виробництво м'яса курячого знизилось на 5%.

Досить значною ланкою ринку мяса та м'ясопродуктів є ринок ковбасних виробів. Близько 99 % ринку займають саме вітчизняні продукти, що свідчить про продовольчу незалежність у цьому сегменті. Згідно з статичними даними протягом 2014-2015 років спостерігається скорочення виробництва ковбасних виробів. Така ситуація склалася за двох обставин: перестали враховуватися

статистичні дані Донецької і Луганської областей та АР Крим, а також за рахунок зниження попиту на дану продукцію.

Насьогодення існує ще одна негативна тенденція на ринку ковбасних виробів – це перерозподіл виробництва між продуктами м'ясопереробки різного ступеня якості. Так, у магазинах стало більше ковбасних виробів «першого» та «другого» сорту, які є більш дешевими. Структура виробництва ковбасних виробів виглядає наступним чином:

- 1 місце - сосиски, сарделі та варені ковбаси з показником у 66%.
- 2 місце - напівкопчені ковбаси з часткою 18,6% [3].

Така структура виробництва свідчить про доволі низьку купівельну спроможність населення України.

На сьогодні на вітчизняному ринку працює близько 300 підприємств, більшість з них знаходяться на території Харківської, Київської, Дніпропетровської, Миколаївської, Рівненської, Вінницької та Львівської областях.

Згідно моніторингу ринку ковбасних виробів Міністерства аграрної політики і продовольства, майже 50% ринку займають великі компанії, серед яких "Ятрань", "Алан", "Глобинський м'ясокомбінат", "Фаворит плюс". Майже 20% ринку охоплюють регіональні виробники та близько 30% - дрібні виробники яких за оцінкою на ринку більше тисячі [2].

Але не зважаючи на наявність великої кількості виробників та внутрішню забезпеченість, щорічно спостерігається зниження завантаження виробничих потужностей. Якщо в попередньому році цей показник складав 70-75 %, то на сьогоднішній день близько 50%.

В Одеській області найбільшими виробниками ковбас виступають: СП ТОВ «Векка», ПП Фірма «Гармаш», ПП «СЕГРУС», ТОВ «ТИТАН».

Найбільш успішними та прибутковими виявилися підприємства, які ще до кризи почали формувати вертикально-інтегрований ланцюжок від вирощування сировини до реалізації готової продукції. Такі суб'єкти господарювання на сьогоднішній день, є найбільш привабливими для інвесторів.

Аналіз виробництва м'яса та м'ясопродуктів на внутрішньому ринку України показав нерівномірну тенденцію за видами м'яса. Так виробництво свинини та яловичини має сталу тенденцію до щорічного зменшення. При цьому виробництво курятини зростає.

Причиною даної ситуації може виступати зниження загальної купівельної спроможності населення та загального підвищення витрат на утримання КРС та свиней.

Література

1. Державна служба статистики України: [Веб-сайт]. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.09.2019).
2. Міністерство аграрної політики та продовольства України: [Веб-сайт]. URL: <https://minagro.gov.ua/ua> (дата звернення: 29.09.2019).

3. Ковбасні ряди: про стан ринку знакового для українців продукту // Pro Consulting: Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг: [Веб-сайт]. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/kolbasnye-ryady-o-sostoyanii-rynka-znakovogo-dlya-ukraincev-produkta> (дата звернення: 28.09.2019).

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Баранюк Х.О., аспірант, асистент кафедри обліку та аудиту
Одеська національна академія харчових технологій**

Розвиток економіки будь-якої країни, на сьогоднішній день, залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів впливу, тому, на нашу думку, важливим є дослідження питань державного регулювання підприємницької діяльності, вивчення досвіду іноземних країн та удосконалення системи державної підтримки малого бізнесу в країні. Особливо актуальним питання з державного регулювання постає через значну кількість збиткових підприємств в Україні, які не мають можливостей та важелів для швидкого реагування на зміни у зовнішньому середовищі національної та міжнародної економіках та на протидію зовнішнім та внутрішнім факторам впливу. На нашу думку, в наш час, є неможливим створення стабільної та конкурентоздатної економіки в країні без прийняття активної участі з боку держави у вигляді підтримки та допомоги, через запровадження вдалих методів та засобів з державного регулювання.

Перш за все, розвиток економіки в будь-якій країні залежить від конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств. Пріоритетними питаннями, що постають перед підприємствами, є підвищення рівня їх конкурентоспроможності та ефективне управління нею. Завдяки підвищенню рівня ефективності підприємства та підвищенню рівня його конкурентоспроможності забезпечується його ефективне функціонування, вагомість серед конкурентних фірм, що виступають на ринку, зростає привабливість для потенційних інвесторів та споживачів продукції, через що забезпечується підвищення рентабельності та прибутковості підприємства.

Ефективність функціонування підприємства, на нашу думку, забезпечується наступним:

- 1) вдалою політикою держави із захисту внутрішнього ринку та вітчизняного товаровиробника;
- 2) гнучкою фінансовою та кредитною політикою з боку держави;
- 3) економічною стабільністю в державі та захищеністю суб'єктів господарювання з боку держави;
- 4) ефективною організацією управління на підприємствах, забезпеченням високої кваліфікації управлінського персоналу та можливістю, завдяки вдалим управлінським рішенням швидко реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єктів підприємницької діяльності;

5) забезпечення конкурентоспроможності на підприємствах через їх постійний розвиток: оновлення технічної бази; покращення якісних та фізичних характеристик продукції, що виробляється; розширення асортименту продукції; впровадження нових тенденцій; задоволення потреб та очікувань споживачів; активне просування продукції на ринок.

Після вивчення питання з державного регулювання економіки [1], нами було виділено та вдосконалено наступне твердження:

Державне регулювання економіки – діяльність держави із створення певної сукупності інструментів, за допомогою яких встановлюються певні вимоги до підприємств та осіб підприємницької діяльності, забезпечується підтримка стабільності відтворення та умови для розвитку підприємств і економіки в цілому.

Вважаємо, що доцільно представити державне регулювання підприємницької діяльності, через систему впровадження важелів та засобів впливу на конкурентоспроможність та ефективність діяльності підприємств з однієї сторони та використання державної підтримки та допомоги з іншої (рис. 1).

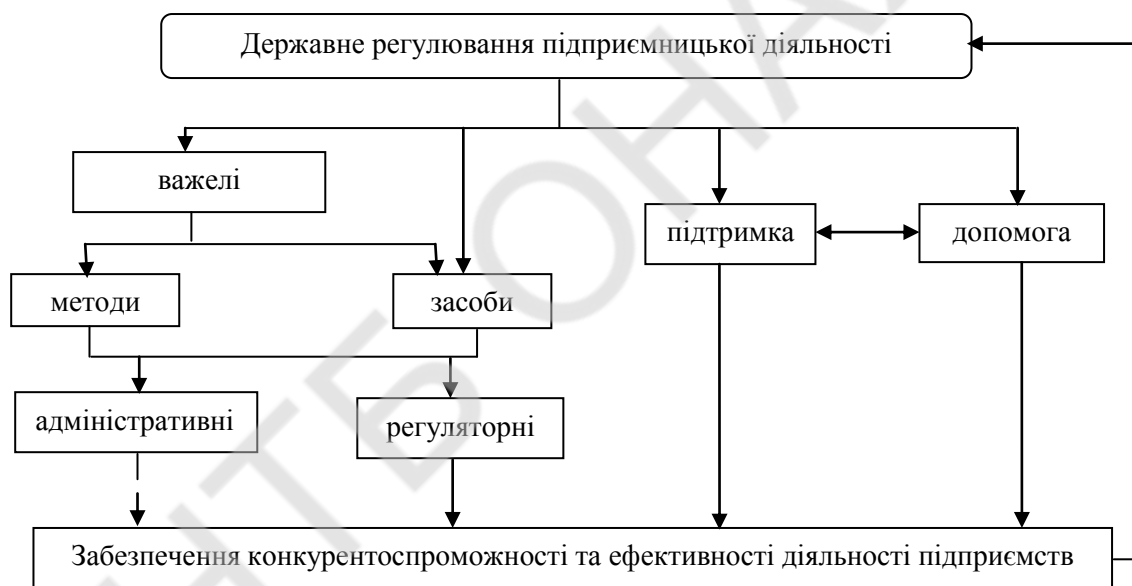


Рис. 1 – Державне регулювання підприємницької діяльності

В свою чергу, згідно Економічному енциклопедичному словнику [2], «економічні важелі – засоби та методи управління народним господарством за допомогою фінансово-кредитних інструментів, податків, регулювання цін і використання тарифів, амортизаційної бюджетної політики та ін.».

Як бачимо з рис. 1, можливим є застосування адміністративних та регуляторних методів та засобів державного регулювання. На наш погляд, запровадження державою адміністративних методів та засобів державного регулювання носить більш жорсткий та примусовий характер та полягає в певному втручанні в діяльність підприємств, що може вказувати на негативне становище в економіці:

- застосовується в кризових умовах;
- при жорстких та несприятливих зовнішніх та внутрішніх умовах, таких як: бойкотування та застосування санкцій з боку інших держав, військових дій в країні та ін.;
- моделі закритості економіки;
- інфляції;
- інших факторів.

Даний вид регулювання може мати як позитивний, так і негативний вплив на діяльність економіки в країні.

Згідно з Законом України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» [3], «державна допомога суб'єктам господарювання – підтримка у будь-якій формі суб'єктів господарювання за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів, що спотворює або загрожує спотворенням економічної конкуренції, створюючи переваги для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності». Як видно, Законом України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» [3] поняття державної допомоги та державної підтримки ототожнюються, тоді як, на нашу думку, ці поняття є не зовсім однаковими. На наш погляд, державна підтримка є необхідною для працюючих підприємств, що потребують підтримки з боку держави, для забезпечення їх подальшого розвитку, в першу чергу це стосується:

- новоутворених підприємств;
- підприємств малого бізнесу, як незахищеної але найбільш перспективної ланки;
- підприємств, що працюють у важкий період розвитку економіки в державі;
- підприємств, що працюють у економічно малорозвинених регіонах або регіонах, що знаходяться у важкому економічному стані;
- підприємств, що становлять підвищений інтерес для держави;
- підприємств, що мають окремі проблеми у веденні підприємницької діяльності.

Державна допомога, за нашим спостереженням, необхідна для підтримки:

- підприємств, яким притаманне негативне фінансове становище;
- підприємств, що знаходяться у кризовій ситуації та занепаді;
- підприємств, що знаходяться на грані банкрутства.

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

- розвиток економіки в будь-якій країні залежить від конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств, пріоритетом для яких є підвищення рівня їх конкурентоспроможності та ефективне управління нею;

- розвиток підприємницької діяльності в Україні в сучасних умовах, є неможливим без прийняття активної участі з боку держави у вигляді підтримки та допомоги, через запровадження вдалих методів та засобів з державного

регулювання та вдосконалення законодавства, в т.ч. удосконалення та уточнення категоріального апарату в законодавстві;

– визначена схема державного регулювання підприємницької діяльності для забезпечення рівня конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств.

Література

1. Державне регулювання економіки // Енциклопедія сучасної України: [Веб-сайт]. 2007. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=26151 (дата звернення: 20.09.2019).

2. Економічні важелі // Економічний енциклопедичний словник: [Веб-сайт]. 2008. URL: <https://subject.com.ua/economic/slovnik/1984.html> (дата звернення: 20.09.2019).

3. Закон України про державну допомогу суб'єктів господарювання від 01.07.2014 р. (із змінами та доповненнями від 02.08.2018 р.). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18#n201> (дата звернення 20.09.2019).

4. Купріна Н.М., Баранюк Х.О. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості малого бізнесу // Науково-методичні проблеми оціночної діяльності в Україні : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. В.В. Немченка. Київ, 2018. С. 127-136.

5. Baraniuk Kh. Analysis and structuring of external and internal factors of influence on competitiveness of enterprise // Food industry economics. 2017. Vol. 9, No. 1. P. 30-37.

ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

Мініна В.О., Федорова Т.С. аспіранти 1-го курсу навчання
Одеська національна академія харчових технологій

З моменту створення цивілізованого суспільства існувала нерівність, яка не зникла та існує в наш час. На різних етапах розвитку людства гендерна, расова та вікова дискримінація, мали значний вплив на економічний розвиток, оскільки нерівність між різними соціальними групами породжує соціальну нестабільність і можливу економічну кризу.

Вирішенням даної проблеми є забезпечення рівного доступу людей до економічної незалежності та безперешкодної взаємодії між соціальними групами, тобто створення умов для впровадження концепції інклюзивного розвитку.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Питання інклюзивного розвитку досліджувалося в роботі «Інклюзивний розвиток: мультинаціональний підхід» («InclusiveDevelopment: AMultidisciplinaryApproach») Ники Поу та Жуета Гупта[1], а також цій темі присвячені роботи наступних вчених: А.Б. Каримова «Інклюзивний девелопмент: концепція зсуву» [2], А.В. Уніят та З.І. Юзвін «Концепція інклюзивної економіки в контексті сучасного сталого розвитку

країн»[3] та інших науковців. Однак концепція інклюзивного розвитку тільки набуває актуальності та потребує більш детального дослідження.

Формулювання цілей дослідження. Основною метою даної роботи є формування поняття інклюзивності, визначення основ концепції інклюзивного розвитку, її переваг та недоліків.

Інклюзія (від лат. «inclusivus» - включний) – процес, при якому будь-що або будь-хто включається, тобто залучається або входить до складу як частина цілого.

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначає інклюзивний розвиток, як економічне зростання, яке справедливо розподілено у всьому суспільстві та створює можливості для всіх[4].

«Інклюзивне зростання» за визначенням Світового банку представляє собою стабільне зростання швидкими темпами, що поширюється всіма секторами економіки при залученні значної частини трудових ресурсів країни та характеризує рівність можливостей доступу до ринку праці та ресурсів [5]. Тобто інклюзивний розвиток – це ідея, що економічне процвітання повинно приносити користь усьому населенню, і він пов'язаний з темпами та характером економічного зростання, в першу чергу зі швидкістю зростання, а також з тим, як це зростання розподіляється по всій країні.

Для того щоб зростання вважалось інклюзивним, воно повинно:

1. Бути швидким та привести до стрімкого скорочення бідності;
2. Бути широким та охоплювати всі сектори економіки;
3. Включати більшу частку робочої сили країни.

Інклюзивний розвиток – неоднозначний термін, який можна трактувати чотирма різними способами. Перший стосується того, чи віддають перевагу вчені або політики використати «інклюзивний розвиток» (у тих випадках, де розвиток набагато ширше, ніж зростання та навіть може означати стійкий стан розвитку або спаду), «інклюзивне зростання» (застосовується тоді, коли основна увага приділяється як збільшенню зростання, так і спільному зростанню на основі, наприклад, можливості зайнятості для всіх та механізмів перерозподілу) чи «інклюзивне багатство» (зосередження меншої кількості уваги на потоках доходів у відтворювальні запаси суспільства та включає аргумент про те, що інвестиції в економічне зростання можуть виступати ціною/мірою багатства)

Другий спосіб стосується змісту розвитку, який полягає у концепції, яка постійно розвивається, з урахування задоволення основних потреб людини, її соціальних та економічних прав, скорочення масштабів злиднів, підвищення добробуту, зведення до мінімуму зовнішніх екологічних наслідків, урахування ідей соціальних рухів. В кінцевому підсумку мета такого розвитку розширити можливості та свободи людей та зменшити нерівність.

Третій спосіб стосується безпосереднього змісту інклюзивності. Інклюзивність може означати приділення особливої уваги, наприклад: потребам знедолених та маргінальних груп населення, або приміським районам, секторам та регіонам, або перерозподіл влади для перерозподілу ресурсів. Такий підхід у документах з глобальної політики звучить як «не залишаючи нікого».

Четвертий спосіб – обговорення змісту інклюзивності в цілому і включає в

себе приділення уваги соціальної, реляційній та політичній інклюзивності.

Багато інструментів заохочуються як шляхи сприяння інклюзивної розвитку. Вони включають прийняття цілей, принципів, нормативних, економічних та стримуючих інструментів, спрямованих, зокрема, на створення робочих місць; інфраструктури для задоволення основних потреб (наприклад, продовольство, водопостачання, санітарія, дороги, громадський транспорт, телефонні лінії); інвестування в системи соціального забезпечення та соціального захисту та ін.

Висновки: Заохочення інклюзивного розвитку передбачає вирішення проблеми нерівності. Нерівність історично успадковується і закріплюється в соціальних правилах. Однак сучасна політика може також прямо або побічно посилювати нерівність. Наприклад, приватизація державних послуг може розширити доступ бідних верств населення до цих послуг на місцевому рівні. У той час як зміна клімату може збільшити вразливість найбідніших верств суспільства. Технології також все частіше заміщують робочі місця (низько кваліфікованих) працівників.

Література

1. Inclusive Development: A Multi-Disciplinary Issue. URL: www.researchgate.net/publication/315265627_Inclusive_Development_A_Multi-Disciplinary_Issue (дата звернення: 20.09.2019 р.)
2. Каримова А.Б. Інклюзивний розвиток: концепція зсуву/ А.Б. Каримова// Росія і нові держави Євразії. 2018. № 2. С. 130-153
3. Уніят А. В. Концепція інклюзивної економіки в контексті сучасного сталого розвитку країн URL: http://economy.nayka.com.ua/pdf/2_2019/57.pdf (дата звернення: 22.09.2019 р.)
4. Inclusive growth. URL: <https://oecd.org/inclusive-growth/#introduction> (дата звернення: 22.09.2019 р.)
5. What is Inclusive Growth? URL: <http://siteresources.worldbank.org/EXTPREMNET/Resources/WhatIsIG.pdf?resourceurlname=WhatIsIG.pdf> (23.09.2019 р.)

МОДЕРНІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Чукурна О.П., к.е.н., доцент

Одеській національний політехнічний університет

Глобалізація вплинула на еволюцію парадигми маркетингу через трансформаційні зрушення, які мали місце в техніко-економічних укладах країн. Обґрунтування залежності розвитку концепцій маркетингу залежно від техніко-економічного укладу, пануючого в суспільстві в умовах глобалізації, дозволило визначити наступні детермінанти:

– Глобалізація сприяла розповсюдженню та поширенню транснаціональних корпорацій, що сприяло розсіюванню їх активів по різним

національним економікам та переходу процесу відтворення капіталу на наднаціональний рівень. Це дає змогу отримувати транснаціональним корпораціям додаткову вартість. Крім того, ці підприємства мають певні пріоритети у впровадженні інновацій, тим самим створюючи інноваційний попит.

– В глобальну економіку легко інтегруються ті національні економіки, які мають певні конкурентні переваги та не мають значних розривів в техніко-економічних укладах. Враховуючі багатоукладність багатьох національних економіки постає питання о посиленні фрагментації та диференціації ринків, що супроводжується тенденцією індивідуалізації споживання.

– Глобалізація сприяла революційній зміні існуючих технологій та виникненню когнітивної економіки на тлі цих змін. Четверта промислова революція привнесла в глобальний світ піонерні розробки, сприяла поширенню інформатизації за рахунок нейротехнологій, перетворенню інформації та знань в товар. Технологічні досягнення четвертої промислової революції створили фундамент для створення інструментів економіки спільного споживання.

– Глобалізація створила підстави для обґрунтування глобальних проблем людства та пошук рішень щодо їх подолання. До глобальних проблем, які мають суттєвий вплив на концептуальні засади маркетингової діяльності можна віднести: економічне зростання країн з розвинутою економікою та посилення диференціації доходів споживачів; повне задоволення матеріальних потреб споживачів; зміна кваліфікаційних вимог до професій та часткове або повне зникнення окремих професійних навичок; екологізація суспільства та поява екологічних вимог до товарів з боку споживачів; зростання компетенції та знань споживачів внаслідок вільного доступу до інформації.

– Розповсюдженню глобалізації сприяла доларизація світової економіки. Становлення долару, як світової валюти, розширення платіжної функції долару та функції обігу цієї валюти має глобальний вплив майже на всі економіки світу, особливо перехідні економіки. За даними Звіту МФВ, частка іноземної валюти (долару) в офіційних транзакціях та розрахунках складала від 30% до 50% в 2017 році. Укладання Бреттон-Вудської угоди (1944 р.), в наступному перехід до Ямайської угоди (1976 р.), сприяв безпрецедентному розширенню сфери застосування долару, як функції світових грошей. Це створило прецедент, долар став єдиною валютою, яка вільно обмінювалась на золото. Таким чином, був створений Золотодолоровий стандарт, що дозволило США акумулювати 70% всього світового запасу золота.

Вищевизначені детермінанти впливають на еволюцію парадигми маркетингу. В цьому контексті необхідно розглянути ці трансформації та визначити їх вплив на маркетингове ціноутворення.

Періодизація зміни концепцій маркетингу співпадає зі трансформаціями в техніко-економічних укладах, базисом яких є інноваційні зміни в технологіях. Безумовно, що інноваційна складова технологічного укладу відбувалась на факторах виробництва, які формують базис ціноутворення. Генезис концепцій

маркетингу дозволив дійти висновку, що в основі маркетингового ціноутворення лежать не тільки фактори виробництва, які визначають рівень собівартості товару, але також ступінь екологічності товару, вартість інформаційної складової, вартість нематеріальних активів (бренду), а також цінність товару, що формується під впливом якісних характеристик товару. Починаючи з п'ятого техніко-економічного укладу ціноутворення починає орієнтуватися саме на цінність, яка формується під впливом споживчого попиту, який ґрунтується на якісних характеристиках товару. Таким чином, актуалізація нематеріальної складової в загальній вартості та ціни товару стає основним трендом впливу глобалізації на ціноутворення.

Крім того, розповсюдження інноваційних та інформаційних технологій в контексті глобалізації пов'язано з появою беспрецентдентного феномену – економіки спільного споживання. Цей підхід передбачає вже не просто використання цифрових технологій, за допомогою яких досягається індивідуалізація відносин із споживачем, це новий тип економічних відносин, який змінює не тільки маркетингову концепцію, але й сприяє трансформації економічних законів. Завдяки створення можливостей спільно використовувати товар або послугу на рівні, який раніше взагалі був неможливим, знижуються транзакційні витрати в системі до такого ступеня, коли всі її учасники отримують економічні вигоди.

Економіка спільного споживання вже є наслідком впливу глобалізації, що сприяє об'єднанню споживачів та виробників товарів та сумісному їх виробництву й споживанню. В цьому аспекті, глобалізація, як явище, яке сприяє об'єднанню людей, без створення інтеграційних союзів між національними економіками, повністю стирає межі не тільки національних економік, але й споживчих ринків. Саме тому, феномен економіки спільного споживання відносять до глобальних мегатрендів людства, про що ведуться наукові дискусії в рамках Римського Клубу та на Всесвітньому економічному форумі.

Економіка сумісного споживання повністю знищує всі кордони та розмежування, притаманні традиційним ринкам. В цьому контексті реалізується її глобальний характер.

Крім того, розвиток різних шкіл глобалістики сприяв виникненню теорії ноосфер, що вплинуло на акцентування науковців та людства на екологічні проблеми. Згодом, екологічний менеджмент, як окрема галузь знань вплинула на економіку підприємств, сформувавши методологію врахування екологічного фактору в економічній діяльності підприємств. Цей напрямок сприяв створенню систем екологічного менеджменту на підприємствах, що в свою чергу вплинуло на врахування екологічного фактору при створенні інноваційних товарів. Ця тенденція зберігає свою сутність в умовах економіки спільного споживання. Саме тому екологічний фактор стає чинником ціноутворення.

Сучасний глобальний світ характеризується тим, що споживачі мають вільний доступ до інформації, але охопити весь інформаційний масив даних

споживач не зможі. Саме тому, інформаційний вплив та управління увагою та сприйняттям стає першочерговим завданням. Глобальні компанії, які діють на світових споживчих ринках використовують технології, що формують сприйняття споживача, роблячи його стереотипним та схильним до впливу зовнішніх факторів і вразливим. Крім того, важливим є спосіб розповсюдження інформації через цифрові канали. Безумовно, що цифрові технології в глобальному світі стають не тільки інструментом просування товарів, послуг та ідей, але й є також продуктом, який необхідно буде продавати з основним функціоналом товару, контролювати його розповсюдження та інформаційне оновлення програмного забезпечення. Взаємовідносини із споживачами стають все більш тісними та характеризується посиленням контролю за поведінкою споживача.

Таким чином, в умовах глобалізації та інформація стають фактором виробництва, оскільки низка товарів та послуг стають суто інформаційними, тобто саме інформація й знання є товаром. Виникає питання, яким чином враховувати цей фактор виробництва в методології ціноутворення: в складі та структурі собівартості або у вигляді додаткової цінності яка створюється за рахунок інформаційної складової. Враховуючі глобальну тенденцію можливості людства до доступу до необмеженого й безоплатного зберігання даних, що вплинуло на падіння вартості й ціни зберігання інформації, то можна передбачити зниження вартості інформаційної складової товару. Тим більш, що за даними Всесвітнього економічного форуму [35] вже сьогодні існує чітка тенденція комерціалізації ємностей пристроїв для зберігання інформації та баз даних. Основною причиною цієї тенденції є той факт, що ціна зберігання інформації падає експотенційно (приблизно кожні п'ять років) [178]. Ця інформація є дуже цікавою, враховуючи той факт, що приблизно 90% всіх даних в світі було створено за останні чотири роки, а кількість інформації, що створюється підприємствами подвоюється кожні 1,2 роки. Послуги зберігання інформації стають також товаром, лідерство в яких належить таким компаніям як: Amazon Web Services та Dropbox [178].

Узагальнюючи вищезазначені положення трансформації теорії маркетингу в контексті дії глобальних змін, слід визначити, що глобалізація сприяла також змінам в сфері маркетингового ціноутворення, які засновані на врахуванні глобальних чинників, а саме впливу доларизації економік, інформатизації та екологізації суспільства.

Таким чином, інформація та знання стають фактором формування цінності та ціни товару. Цей взаємозв'язок формує нову *функцію додавання нової цінності в ціну* товару за рахунок ціни на інформацію й знання. Поява цієї функції ціноутворення впливає на проблему етичності ціни за рахунок впливу на неї інформації та знань. Проблема етичності ціни також пов'язана з тим, що когнітивний маркетинг націлений на методологію створення попиту, де методичну базу складає підхід перетворення емоцій в попит. Враховуючи те, що на рівень попиту визначається цінністю товару, рівень якої задає саме виробник, виникає *функція етичної ціни*. Функція етичної ціни повинна

враховувати реальний рівень цінності товару, а не той, який буде сформований на етапі перетворення емоції в попит.

В умовах створення попиту на товари зростає роль інновації, які впроваджуються в основному великими транснаціональними корпораціями. Саме тому, на промислових ринках та ринках B2B найбільш конкурентоспроможними стають компанії, що займаються інноваціями. Саме вони визначають, що буде продаватися й формують попит. Ця тенденція стає визначальною для конкурентних переваг на базі нематеріальних активів. Через зв'язок інновацій, як джерела формування нематеріальних активів підприємства, саме рівень впровадження інновації становиться базою визначення цінності. Це сприяє виникненню *функції інноваційності ціни*. Функція інноваційності в ціні пояснює вплив нематеріальних активів на рівень ціни товару.

Література

1. Всемирный экономический форум «Развитие, детерминированное данными: пути прогресса», январь 2015г. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_DataDrivenDevelopment_Report2015.pdf
2. Федулова Л.І. Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія / Л.І. Федулова. – К.: Київ.нац. торг.-екон. Ун-т, 2015. – 844 с.
3. Шваб К. Четвертая промышленная революция: перевод с английского / Клаус Шваб. – Москва: Издательство «Э», 2017.- 208с.
4. Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: продвижение стандартов потребления/ Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Г.Л. Багиева – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005 – 140 с.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ХЛІБОПЕКАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**Дурбалова Н. І., аспірант кафедри менеджменту і логістики,
Одеська національна академія харчових технологій**

Рішення проблеми формування та управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку є однією з функцій стратегічного управління. Для підприємств хлібопекарської галузі є актуальним формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю. Сучасний етап розвитку харчової промисловості характеризується підвищенням конкуренції на продовольчому ринку, на який виходять нові глобальні гравці, що призводить до значного перерозподілу ринкового впливу. Стратегічне управління дозволяє підприємствам збільшити горизонт планування, забезпечити ефективне управління конкурентними перевагами.

Управління конкурентоспроможністю полягає в формуванні певного рівня конкурентного потенціалу. Оскільки управління конкурентним потенціалом передбачає формування довгострокових стійких конкурентних переваг, то спостерігається чіткий взаємозв'язок між управлінням конкурентоспроможністю та стратегічним управлінням. Ґрунтуючись на системному, інституційному, стратегічному підходах, конкурентний потенціал можна визначити, як комплекс фінансово-інвестиційних, виробничих, інноваційних та людських ресурсів, який використовує підприємство задля створення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі та адекватного реагування на зміни мінливого середовища.

Аналіз стану хлібопекарської галузі показав, що основною тенденцією в даній галузі є скорочення обсягів виробництва. Зниження обсягів виробництва хліба та споживання обумовлено впливом цілої низки чинників. До числа таких факторів нами віднесено зниження чисельності населення країни, зміна споживчих переваг, зміна рівня доходів, причому зниження виробництва хліба та хлібобулочних виробів відбувається на тлі низького використання виробничих потужностей. За даними Державного комітету статистики України виробництво хліба та хлібобулочних виробів у 2018 р. скоротилося на 9,8 % в порівнянні з 2017 року і склало 468 тис. тонн, виробництво пшеничного та пшенично-житнього борошна скоротилося на 8,1 % та склало 819 тис. тонн. [1]. Сегмент «хлібобулочні вироби» складається з хлібу житньо-пшеничного і пшенично-житнього – 32 %, булочні вироби – 25 %, хліб пшеничний – 42 %, хліб житній – 1,1 %, хліб дієтичний – 0,1 %, хліб інший – 0,4 % [1].

Аналітики ринку прогнозують подальше зменшення споживання хліба: «...активність виробників повинна переміститися в поки мало заповнену нішу дієтичної хлібної продукції (білковий, бездріжджовий хліб), продукція з різними корисними добавками, оскільки набирає популярність рух за здорове харчування, що сприяє збільшенню потреби в таких продуктах. Частковий перехід на «нішеві» сорти хліба допоміг би виробникам компенсувати звуження традиційного ринку» [2].

Близько 60 % вітчизняного ринку займають шість найбільших компаній, а саме: ПАТ «Київхліб», ТОВ «Хлібний холдинг «Хлібні інвестиції», ПАТ «Концерн «Хлібпром», ТОВ «Хлібокомбінат «Кулиничі», ГК «Формула смаку», ГК «Хлібодар», холдинг «Золотий урожай» Lauffer Group. На частку міні-пекарень припадає 10 %, а решту 30 % національного виробництва хліба та хлібобулочних виробів забезпечують понад 100 хлібозаводів. Кожна група учасників має свою орієнтованість на ті чи інші сегменти ринку. Це обумовлено їх конкурентними перевагами та співвідношенням сильних/слабких сторін підприємства. В сучасних умовах функціонування хлібопекарської промисловості управління конкурентоспроможністю повинне ґрунтуватися на розробці довгострокової стратегії розвитку. Це дозволить нівелювати слабкі сторони і існуючі проблеми хлібопекарських підприємств, обумовлених переважанням короткострокових цілей.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має ґрунтуватися на

проактивному підході до стратегічного управління. Хлібопекарські підприємства повинні відігравати активну роль у взаємодії із зовнішнім середовищем, крім цього, необхідно проводити моніторинг стратегії управління конкурентоспроможністю в оперативному режимі.

Підвищення конкурентного потенціалу підприємства має базуватися на основі управління стратегічними активами і компетенціями підприємства. Класичне уявлення про стратегічні активи – це ресурси, що перевершують за своїми параметрами аналогічні ресурси конкурентів. Стратегічні компетенції традиційно розглядаються як стратегічно значущі для бізнес-одиниці певні напрями діяльності, в яких вона найбільш сильна. Наявність стратегічних активів і компетенцій забезпечує підприємству стійку конкурентну перевагу, яке, в свою чергу, характеризується значимістю і довгостроковістю.

Література

1. Єрмков О. Ю. Напрями та ефективність підприємств хлібопродуктового комплексу: Економіка АПК, 2016, № 7. — С. 86-90.
2. Колотуша М.М. Методологічні засади аналізу фінансового стану хлібопекарської підгалузі харчової промисловості України // Економіст, 2017, № 5. – С. 15-27.
3. Укрхлібпром. Підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату, [Електронний ресурс] – Режим доступу: URL: http://ukrhlbprom.org.ua/ua/novini/28_sichnja_2018_roku.ntml.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України, [Електронний ресурс] – Режим доступу: URL: www.ukrstat.gov.ua.

Зміст

1.	СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	3
	Кордзая Н.Р., к.т.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
2.	ОСОБЛИВОСТІ ТА СТАН ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ	6
	Соколюк К. Ю., к.е.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
3.	ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗБУТУ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ КАНАЛІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ МАЛИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА	9
	Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент, Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач, Значек Р.Р., к.т.н., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
4.	ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ	12
	Криницька О. О., к.е.н., доцент, Ткачук Т.І., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
5.	КОМУНІКАЦІЙНА ПІДТРИМКА МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОДУКЦІЮ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РУРАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	15
	Касян С. Я., к.е.н., доцент, Дніпровський національний університет ім. Олесья Гончара, м. Дніпро	
6.	IP DUE DILIGENCE	19
	Дружкова І. С., к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
7.	ЛІЗИНГ ЯК ФОРМА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗШИРЕНОГО ВІДТВОРЕННЯ	22
	Тарасова О. В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
8.	СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИГОТОВЛЕННЯ СОКІВ І СОКОВМІСНИХ НАПОЇВ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОГО КОНСЕРВНОГО ЗАВОДУ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ	25
	Агеєва І.М., к.е.н., доцент, Ходзинська В. В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
9.	УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	28
	Ощепков О. П., к.е.н., доцент, Філіппова К.П., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
10.	ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ ЩОДО ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ	30
	Євтушевська О. О., к.е.н., доцент, Василюк В. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
11.	АНАЛІЗ СТИМУЛЮЮЧОЇ ФУНКЦІЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ КРАЇНИ	33
	Ощепков О. П., к.е.н., доцент, Мельник Ю. М. Турчина Г. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
12.	ЗМІСТ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ	35
	Євтушевська О. О., к.е.н., доцент, Гончарук І. А., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
13.	БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУДИТ В УМОВАХ КОМП'ЮТЕРНОЇ ОБРОБКИ ДАНИХ	37
	Ощепков О. П., к.е.н., доцент, Тодорова А. С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
14.	СТАНОВЛЕННЯ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	39
	Ощепков О. П., к.е.н., доцент, Головаченко Л.М., асистент, Харькіна А. Д., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
15.	МИКСЕОЛОГИЯ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	42
	Егорова-Гудкова Т. И., к.э.н., доцент, ОНУ им. И. И. Мечникова, г. Одесса	
16.	ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ	44
	Немченко В. В., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса	

17.	CONCEPT AND CLASSIFICATION OF NON-CURRENT ASSETS: THEORETICAL ASPECT	46
	Stupnytska T., Ph.D., Associate Professor, Volodina O., Assistant, Pryimak V., Master, Vozniuk L. Master, ONAFT, Odessa	
18.	ПЕРЕДУМОВИ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	49
	Маркова Т. Д., к.е.н., доцент, Мостицька С. І., магістрант, Маленко В. В., магістрант, Онищук А. М., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
19.	МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ, ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ ТА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	52
	Купріна Н. М., к.е.н., доцент, Гурмач Т. Б., магістрант, Коршунов О. С., магістрант, Мігун Л. В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
20.	УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	54
	Купріна Н. М., к.е.н., доцент, Власой А. В., магістрант, Краєва А. О., магістрант, Романова В.Ю., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
21.	МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНОМУ СВІТІ	56
	Корсікова Н.М., к.е.н, доцент, Череватий В.М., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
22.	СУЧАСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ	61
	Брайко М. Г., ст. викладач, Голубьонкова О. О., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
23.	СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	62
	Корсікова Н. М., к.е.н., доцент, Поросюк І. А., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
24.	НАУКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	64
	Корсікова Н. М., к.е.н., доцент, Туренко Я. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
25.	ПЕРЕДУМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ХОЛДИНГІВ УКРАЇНИ	66
	Дідух С. М., к.е.н., доцент, докторант, ОНАХТ, м. Одеса	
26.	КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ (СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ)	68
	Кулаковська Т. А., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
27.	ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ РИБОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ	70
	Самофатова В. А., д.е.н., професор, Ганусовський В. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
28.	РИНОК ЗЕМЛІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ.НОВИЙ ЗАКОНОПРОЕКТ	73
	Татарик Е. П., асистент, ОНАХТ, м. Одеса	
29.	СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ХЛІБА І ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ	75
	Лобоцька Л. Л., к.т.н., доцент, Аун В. М., магістрант, Якубовська Ю. С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	
30.	РОЛЬ ОБ'ЄКТИВНИХ ЗАКОНІВ РОЗВИТКУ В ОРГАНІЗАЦІЙНОМУ ПРОЕКТУВАННІ	78
	Фрум О. Л., к.е.н., ст. викладач, Магденко С. О., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	
31.	ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	79
	Антонюк П. О., к.е.н., с.н.с., Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Антонюк О. П., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	
32.	ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АПК УКРАЇНИ	83
	Басюркіна Н.Й., д.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	

33.	ДЕЯКІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ В СЕГМЕНТІ B2C Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	85
34.	ЩОДО ПИТАНЬ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ЗЕРНОТРЕЙДИНГОВИХ КОМПАНІЙ Відоменко І. О., к.е.н., доцент, Гордієнко Л. Л., к.т.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	87
35.	ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ КАЗАХСТАНА, СОСТОЯНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ, АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ Аймешева Ж. А., ст. преподаватель, Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана, г. Уральск, Казахстан	90
36.	ФОРМИРОВАНИЕ КАЗАХСТАНСКОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА Базарова Б.Т., ст. преподаватель, Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана, г. Уральск, Казахстан	94
37.	ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ И ЦИФРОВОЙ КАЗАХСТАН Копбулсынова Б. К., ст. преподаватель, Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана, г. Уральск, Казахстан	99
38.	СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Лукашенко Н.О., н.с., Юрченко Н.С., м.н.с., Інститут продовольчих ресурсів НААН, м. Київ	104
39.	СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ Карпінська Г.В., к.е.н., с.н.с., Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса	106
40.	ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ ДОСВІД Соловей А. О., к.і.н., доцент, Ботіка Т. С., к.і.н., ст. викладач, Мамроцька О. А., к.і.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	110
41.	ЗЕМЕЛЬНЕ ПИТАННЯ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ Шишко О. Г., к.і.н., доцент, Орлова В. О., к.юр.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	112
42.	СОЦІОГУМАНІТАРНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО НАУКОВО- ТЕХНІЧНОГО ЗНАННЯ Лар'яновський І. С., к. філос.н., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса	116
43.	РУШІЙНІ СИЛИ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН Петракова Є. Р., к.п.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	119
44.	ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОМАНДНОГО ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНОМУ УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЯМИ Черкаський А. В., к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	122
45.	КУЛЬТУРА ІНЖЕНЕРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ХХІ СТОЛІТТІ Мельник Ю.М., к.ф.н., доцент, Тодорова С. М., к.ф.н., доцент, Шевченко Г.А., к.ф.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса	126
46.	ПРО ВПЛИВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ НА СИСТЕМУ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НА ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ Колеснік В. І., к.е.н., доцент, Вігуржинська С. Ю., к.е.н, доцент, ОНАХТ, м. Одеса	128
47.	ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА Абдрахманова А.Е., ст. преподаватель Западно-Казахстанского аграрно-технического университета им.Жангир хана, г. Уральск, Казахстан	130
48.	ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ Ступницька Т. М., к.е.н., доцент, Волонтьор М. А., магістрант, Місюра М. О., магістрант, Чорноізомська К. В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса	132
49.	ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ	135

- Брюшкова Н. О., к.е.н., доцент, Анікієнко Ю. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
50. ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЯХ ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ 136
Козак К. Б., к.е.н., доцент, Мироненко Б. В., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
51. ПРОБЛЕМЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ 139
Егорова-Гудкова Т.И., к.э.н., доцент, Тихонина Л.С, магістрант, ОНУ им. И.И.Мечникова, г. Одесса
52. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ЦІНОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ПРИКЛАДІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПЕРША ПРИВАТНА БРОВАРНЯ» 141
Агеева І. М., к.е.н., доцент, Тимчук Ю. М., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
53. REFLECTIONS ON THE REGIONAL COMPETITIVENESS IN THE BLACK SEA BASIN-STUDY ON CEREAL MARKET 142
Voicilas D.M., Assoc.prof.dr., Senior researcher, Romanian Academy-Institute of Agricultural Economics, Certan I., Senior researcher, University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine of Bucharest
54. ALTERNATIVES FOR CASH CROPS IN A SMALL FARM 146
Ion Certan, Dinu Toma Adrian, University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine Bucharest
55. ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕСТНЫХ САМОУПРАВЛЕНИЙ ГРУЗИИ 149
Борис Чичинадзе, д.е.н. Лектор Кутаисского (Грузия) Государственного Университета им. Ак. Церетели, Член научного общества экономистов Грузии, Член научного совета журнала „Бизнес и Законодательство”
56. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ І ІННОВАЦІЇ 151
Лагодієнко В.В., д.е.н., професор, Голодонюк О.М., старший викладач, Мільчева В.В., аспірант, ОНАХТ, м.Одеса
57. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 154
Гриза А.С., аспірант, ОНАХТ, м.Одеса
58. PRIORITIES OF CONSUMERS OF EDUCATIONAL SERVICES AT LECTURES AT UNIVERSITIES IN ASIA, EUROPE AND NORTH AMERICA 156
Edgar J. Saucedo Acosta, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, Mexico, Srećko Goić, University of Split, Croatia, Marta Latkowska, County College of Morris, USA, Walery Okulicz-Kozaryn, Pedagogical University of Krakow, Poland
59. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ 159
Константинова Т.В., к.е.н., ст.викладач, ОНАХТ, м. Одеса
60. СТВОРЕННЯ ФОНДУ ПІДТРИМКИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ, ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІКИ 162
Немченко Г.В., асистент, аспірант, ОНАХТ, м. Одеса
61. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 164
Савченко Т.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса
62. ВПЛИВ ПОЗИТИВНИХ І НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПСИХОЛОГІЧНУ СТІЙКІСТЬ ЛЮДИНИ 166
Петракова Є. Р., к.п.н., доцент, Черняк Г. А. к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса
63. УЧАСТЬ СТУДЕНТСТВА В ПОЛІТИЦІ 168
Мордовець М. В., к.п.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса
64. МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МІСТ І ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ 171
Лайко О.І., д.е.н., с.н.с., Талпа В.П., Інститут проблем ринку та

- економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса
65. **МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА БАЗ ДАННЫХ** 173
Лапицкая О.В., к.э.н., доцент, Шах А.В., Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого, Беларусь
 66. **РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ В ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ** 177
Богданов О.О., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса
 67. **ДЕПОПУЛЯЦІЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В СТАЛОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ** 180
Лагодієнко В.В., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса,
Лагодієнко Н.В., к.е.н., доцент, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Швець О.В., к.е.н., докторант Міжнародний університет бізнесу і права, м.Херсон
 68. **ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ** 182
Машканцева С.О., к.е.н., доцент Національний університет «Одеська морська академія», м. Одеса
 69. **ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В АПК** 184
Турленко Н.В., к.е.н., докторант ОНАХТ, Алексейчук О.О., асистент Міжнародний університет бізнесу і права, м.Херсон
 70. **МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА** 186
Ніколюк О. В., д.е.н., доцент, Донець Л. Я., к.т.н., доцент,
Левчук Ю. С., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса
 71. **МЕТОДОЛОГІЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ** 189
Каламан О. Б., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса
 72. **НОВІТНЯ КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ І КОРМОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ** 193
Каламан О. Б., к.е.н., доцент, Козак К. Б., к.е.н., доцент,
Сгорова А. В., к.т.н., доцент, Струнова О. С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
 73. **АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН** 197
Купріна Н.М., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса
 74. **ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ МАЙНА ПІДПРИЄМСТВА** 200
Скляр Л. Б., к.е.н., доцент, Скляр В. Ю., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
 75. **РОЗВИТОК ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ** 203
Іванченкова Л. В., к.е.н., доцент, Мацкевич К. О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса
 76. **КОМПЕТИТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА** 205
Васьковська К.О., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса
 77. **ОСНОВНІ ФОРМИ ПРОЯВУ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ** 207
Дерменжі Д.Ф., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса
 78. **ОГЛЯД РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ** 209
Петков О.І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса
 79. **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ** 212
Баранюк Х.О., аспірант, асистент, ОНАХТ, м. Одеса

80. ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ ІНКЛІЗИВНОГО РОЗВИТКУ	215
Мініна В.О., аспірант, Федорова Т.С., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	
81. МОДЕРНІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	217
Чукурна О.П., к.е.н., доцент, ОНПУ, м. Одеса	
82. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ХЛІБОПЕКАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	221
Дурбалова Н.І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса	

НАТБ ОНАХТ

МАТЕРІАЛИ

VII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

15-16 жовтня 2019 р.

ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА

ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ

Рекомендовано до видання Вченою Радою Одеської національної академії харчових технологій протоколом № 2 від 01.10.2019 р.

Підписано до друку 01.10.2019. Формат 60x84/16.
Папір офсетний.
Ум.друк.арк. 13,15.
Тираж 500 екземплярів.

Видавництво «Друк Південь»
Тел.: 0972122975