



***ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВО – ПРАКТИЧНА  
ІНТЕРНЕТ – КОНФЕРЕНЦІЯ***

***«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»***

***м. ХЕРСОН***





Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
кафедра менеджменту організацій  
Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки  
ДВНЗ «ХДАУ»  
УНБДР Український проект  
бізнес-розвитку плодоовочівництва  
Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної  
держадміністрації  
Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ  
НААН  
Полтавська державна аграрна академія

## МАТЕРІАЛИ



**3-ої Всеукраїнської науково –  
практичної Інтернет – конференції**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

**21 травня 2018 року**

**м. Херсон**

### **Оргкомітет конференції**

**Кирилов Ю.Є.** – д.е.н., доцент, ректор ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Яремко Ю.І.** - д.е.н., доцент, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Аверчев О.В.** - д.с.-г.н., професор, проректор з наукової роботи ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Грановська В.Г.** - к.е.н., доцент, декан економічного факультету ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Руснак А.В.** - д.е.н., професор, заступник декана економічного факультету з науково-дослідної роботи ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**Морозов Р.В.** - д.е.н., професор кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Степанова М.М.** – к.е.н., заступник директора Департаменту агропромислового розвитку ХОДА, начальник Управління інвестиційного забезпечення та переробної промисловості;

**Самойлик Ю.В.** - к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, докторант, Полтавська державна аграрна академія;

**Шабля О.С.** – к.е.н., заступник директора Південної державної сільськогосподарської дослідної станції ІВПМ НААН;

**Федорова Т.В.** - к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, начальник навчально-методичного відділу ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Боліла С.Ю.** — к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Шепель Т.С.** – асистент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет».

УДК 005 (049)

Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку: матеріали 3-ої Всеукраїнської наук.-практ. конф. / упоряд. Боліла С.Ю., Шепель Т.С. – Херсон, ДВНЗ «ХДАУ». - 21.05.2018: тези доповідей. – 2018. – 375 с.

В матеріалах конференції висвітлено передові науково-практичні результати досліджень, що отримані у галузі сучасного менеджменту. Конференція покликана стимулювати обмін ідеями та тематичною інформацією між українськими вченими, представниками наукового та виробничого середовищ, слугувати джерелом інформації про сучасний рівень наукової роботи для аспірантів та студентів.

Для студентів, аспірантів, науковців та фахівців.

*Матеріали збірника подаються в авторській редакції  
та друкуються мовою оригіналу*

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат та інших відомостей несуть автори публікацій. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

Відповідальний за випуск – завідувач кафедри менеджменту організацій, д.е.н., професор Морозов Р.В.

Технічний редактор: асистент кафедри менеджменту організацій Шепель Т.С.

© Колектив авторів, 2018

© ДВНЗ «ХДАУ», 2018

## ЗМІСТ

### 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ

<b>Булах І.І., Шиманська О.</b> Особистісно-професійний розвиток менеджерів в сучасних організаціях	13
<b>Коваленко Г.В.</b> Основні положення традиційного та сучасного менеджменту	16
<b>Мухіна І.А., Антоненко Н.М.</b> Особливості практичного застосування інформаційних систем управління в підприємствах малого бізнесу	19
<b>Боліла С.Ю., Вальховський Д.С.</b> Сучасні тенденції розвитку менеджменту в Україні	22
<b>Мухіна І.А., Рикун Є.В.</b> Економічні та ідеологічні засади соціально-спрямованого розвитку аграрної сфери	25

### 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНОМУ, ФІНАНСОВОМУ, ІНФРАСТРУКТУРНОМУ ТА ІНШИХ СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ

<b>Морозов О. В., Ісачсенко С.О.</b> Swot-аналіз як інструмент організації та впровадження ґрунтозахисної системи обробітку ґрунту (No-till)	29
<b>Осадчук І.В., Гетьман А.Л.</b> Визначення причин, що зумовлюють необхідність здійснення запланованих змін на підприємствах аграрного сектору	32
<b>Осадчук І.В., Гринько Д.П.</b> Мотивація працівників у постійних та непостійних організаціях	35
<b>Захаров І. К., Новоселець А.І., Ішакова Д.В.</b> Завдання маркетингової стратегії та пошук конкурентних переваг в забезпеченні продовольчої безпеки	38
<b>Рудік Н.М.</b> Особливості мотиваційного механізму підприємницької діяльності	41
<b>Міняйленко І.В., Ушакова Ю.С.</b> Особливості оцінки персоналу	

підприємства методом «360 градусів»	46
<b>Виноградова Т.І.</b> Шляхи конкурентноспроможності сучасного менеджера	49
<b>Боліла С.Ю., Хохуля І.В.</b> Правила роботи зі складними клієнтами в роботі менеджера готельно-ресторанної індустрії	52
<b><u>3. НОВІ РЕАЛЬНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ: СТРАТЕГІЧНЕ ТА АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ, УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА ІННОВАЦІЯМИ, СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ</u></b>	
<b>Морозов О. В., Морозова О. С.</b> Органічне виробництво: передумови становлення і розвитку в Україні	54
<b>Вайда Т.С.</b> Створення підрозділів поліцейської комунікації як сучасна умова удосконалення менеджменту оперативно-службової діяльності національної поліції	57
<b>Дудченко В.В., Морозов Р.В., Чекамова О.І.</b> Інноваційний потенціал науково-інноваційної діяльності в рисівництві	66
<b>Ломовських Л.О., Ковальова В.І.</b> Стратегічне планування діяльності сільськогосподарського підприємства	69
<b>Морозов Р.В., Вожегов С.Г.</b> Теоретичні аспекти управління розвитком галузі рисівництва	72
<b>Морозова О.Г.</b> Управління стратегічними напрямками зовнішньоекономічної діяльності в системі регіонального розвитку України	75
<b>Єфремова Н.О., Засядько А.В.</b> Аналіз ресурсної складової внутрішнього середовища підприємства як чинник запобігання маркетинговим ризикам	79
<b>Бержанір А.Л.</b> Роль менеджменту компанії у реалізації принципів соціальної відповідальності	82
<b>Макуха О.В.</b> Регулювання забур'яненості посівів фенхелю звичайного при вирощуванні за безгербіцидною технологією	85
<b>Овсянюк-Бердадіна О. Ф.</b> Управлінські засади успішної трансформації бізнесу	89

<b>Петрова О.О.</b> Фінансовий менеджмент в системі стратегічного управління підприємством	<b>91</b>
<b>Поправко О.В.</b> Івент-менеджмент: сутність і перспективи розвитку в Україні	<b>95</b>
<b>Соколова Л.В.</b> Формування інноваційної стратегії розвитку підприємства	<b>98</b>
<b>Вонберг Т.В.</b> Екологічна безпека як невід’ємна складова ведення соціально відповідального бізнесу	<b>101</b>
<b>Кириченко Н.В., Ларченко О.В., Лобода О.М.</b> Вдосконалення процесу організації впровадження інновацій аграрними підприємствами завдяки оцінці ефективності та визначення доцільності їх реалізації	<b>103</b>
<b>Даниленко О.А.</b> Показники ефективності використання коштів фонду соціального розвитку в оцінці соціально-економічного стимулювання персоналу організації	<b>106</b>
<b>Михайловська О.В.</b> Роль конкурентоспроможності в процесі розвитку сучасних підприємств	<b>109</b>
<b>Боліла С.Ю., Кравець О.В.</b> Роль управління змінами для впровадження управління знаннями в організації	<b>112</b>
<b>Осадчук І.В., Литвинов В.О.</b> Обґрунтування необхідності впровадження інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу в Україні	<b>115</b>
<b>Завгородня М.С.</b> Логістичні аспекти побудови ефективної схеми взаємин підприємства з постачальниками	<b>119</b>
<b>Боліла С.Ю., Гадупяк А.М.</b> Забезпечення інноваційних переваг підприємства	<b>122</b>
<b>Минкіна Г.О.</b> Маркетингові аспекти розвитку органічного виробництва продукції	<b>124</b>

#### **4. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ, АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ**

<b>Нижеголенко К.С.</b> Актуальні питання соціально-економічного розвитку сільських територій	<b>127</b>
---	------------

<b>Миронов В.В., Ткачук А.І.</b> Тенденції розвитку публічного управління	<b>130</b>
<b>Білорусов С.Г.</b> Питання соціально-економічного розвитку територій в контексті діяльності об'єднаних територіальних громад Херсонської області	<b>134</b>
<b>Попова А.М., Сичова К.Є.</b> Державні можливості розвитку міжнародного туризму для підвищення експортного потенціалу України	<b>137</b>
<b>Мазур Ю.П.</b> Необхідності розвитку кооперативного руху в сільській місцевості	<b>140</b>
<b>Ортіна Г.В.</b> Стратегія реалізації антикризового розвитку реального сектору економіки	<b>143</b>
<b><u>5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ:</u></b>	
<b><u>ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ,</u></b>	
<b><u>МАРКЕТИНГОВІ, ЛОГІСТИЧНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, РЕСУРСНІ ТА</u></b>	
<b><u>ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА</u></b>	
<b>Федорчук О.М.</b> Шляхи підвищення продуктивності праці на ПРАТ «Херсонський нафтопереробний завод»	<b>147</b>
<b>Шепель Т.С.</b> Формування ефективної системи контролінгу переробних підприємств на основі даних бухгалтерського обліку	<b>150</b>
<b>Жосан Г.В.</b> Визначення напрямків вдосконалення ефективності управління товарною політикою підприємства	<b>154</b>
<b>Єрмолаєва М.В., Осадча І.М.</b> Документальне оформлення обліку розрахунків з постачальниками	<b>157</b>
<b>Голованова М.А.</b> Digital-маркетинг — современный ключ к формированию агробизнеса в условиях турбулентности	<b>159</b>
<b>Мокієнко Т.В.</b> Облікове відображення операцій зі створення та просування Веб-сайту	<b>162</b>
<b>Мокієнко Т.В., Швед Д.О., Жданова Я. І.</b> Облікове відображення операцій зі зворотною тарою	<b>166</b>
<b>Боліла С.Ю., Морозов І.Р.</b> Маркетинг як інструмент забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств	<b>169</b>



<b>Назаров С.Е., Голубенко К. В.</b> Зростання ефективності виробництва як головне завдання сучасного менеджменту	<b>171</b>
<b>Плаксієнко В.Я., Ожиганова О.В.</b> Класифікаційні ознаки МШП предметів як об'єкта офісних витрат та особливості їх бухгалтерського і податкового обліку	<b>174</b>
<b>Пономарьова М.С.</b> Менеджмент персоналу та проблеми зростання ефективності мотиваційного механізму в аграрному секторі економіки	<b>177</b>
<b>Прийдак Т. Б., Олефір І. В.</b> Особливості документування операцій зі списання загиблих посівів	<b>181</b>
<b>Прийдак Т. Б., Бурсова Т.О.</b> Документальне забезпечення обліку поточних біологічних активів тваринництва	<b>184</b>
<b>Ткачук-Спичак Б.Ю., Шеплякова О.В.</b> Менеджмент якості продукції тваринництва в забезпеченні конкурентостійкості сільськогосподарських підприємств	<b>187</b>
<b>Пасько А.М.</b> Методологічні засади пошуку і відбору персоналу в організації	<b>190</b>
<b>Сергієнко Т.І., Браїлов Д.Д.</b> Управління людськими ресурсами на підприємстві в умова сьогодення	<b>192</b>
<b>Скрипник Т.О.</b> Теоретичні аспекти формування кадрового потенціалу на підприємстві в умовах конкурентоспроможності	<b>195</b>
<b>Унгуряну А. В.</b> Понятійно-категорійний апарат мотиваційних механізмів	<b>198</b>
<b>Федоренко М.М., Каменєва З.В.</b> Оцінювання технічного рівня і якості промислової продукції	<b>200</b>
<b>Грибовська Ю. М.</b> Облік та оподаткування придбання основних засобів за рахунок кредитних грошей	<b>203</b>
<b>Яловега Л. В., Івченко А.В.</b> Організація обліку пально-мастильних матеріалів	<b>206</b>
<b>Косухіна Л.І., Лебедченко В.В.</b> Формування механізму забезпечення економічної безпеки держави	<b>209</b>
<b>Пономаренко О.Г., Криворучко А.Є.</b> Сучасний стан вексельних	

розрахунків в Україні	212
<b>Лебедченко В.В.</b> Формування стратегії забезпечення економічної безпеки держави	215
<b>Лупеха І.М.</b> Формування сучасних інформаційно-управлінських технологій	219
<b>Мишустина Т.С., Тесленко Ю.Ю.</b> Характеристика спроса на продукцію виробнично-технічного призначення (ППТН)	222
<b>Мишустина Т.С., Зонова А.Е.</b> Створення УТП для промислового підприємства на прикладі підприємства по виробництву ангарів	224
<b>Єрмолаєва М.В., Панченко І.Г.</b> Фінансова звітність суб'єкта малого підприємництва і особливості її складання за 2017 рік	226
<b>Петрик В.Л.</b> Підвищення економічної ефективності підприємств будівельної галузі України	229
<b>Подаков Є.С.</b> Основні інструменти системи контролінгу інноваційних процесів	232
<b>Тамара К.В.</b> Резерви зниження собівартості продукції: систематизація наукових позицій	235
<b>Канцедал Н.А., Яковенко В.Р., Пакулова В.О.</b> Облікове відображення валютного внеску до статутного капіталу	238
<b>Яременко С.С., Фефелов А.В.</b> Сучасні методи просування на ринку електроніки в Україні	241
<b>Канцедал Н.А., Єланська Ж.Ю., Сухно І.Ю.</b> Особливості претензійного обліку операцій з неякісної поставки основних засобів	244
<b>Плаксієнко В.Я., Зігаленко А.В., Мельченко І.А.</b> Сутність зносу необоротних активів	247
<b>Лобода О.М.</b> Експертні системи підтримки інформаційної діяльності сучасного підприємства	250
<b>Мокієнко Т.В., Єрмакова Д.В., Кривчун Е.В.</b> Паливно-мастильні матеріали: облік і оподаткування	253
<b>Черненко К.В., Олексієнко Л.В.</b> Особливості облікового відображення	

валютної благодійної допомоги	256
<b>Скель Г.В.</b> Ресурсоємність та економічна ефективність виробництва зерна ячменю ярого за різними варіантами технології	258
<b>Яловега Л. В., Краєвська О.Р.</b> Етапи аудиту витрат виробництва	261
<b>Дорогань-Писаренко Л.О., Іващенко А.П., Шкляр О.О.</b> Зміст облікової політики щодо фінансових результатів	264
<b>Аверчева Н.О.</b> Формування ефективної логістичної системи птахівничих підприємств	267
<b>Боліла С.Ю., Федорова Т.В., Прищепя А.В.</b> Маркетингове дослідження профілю цільового споживача хлібопродуктів на ринку Херсонщини	271
<b>Галат Л.М.</b> Соціально-економічні аспекти конкуренції	274
<b>Ковтун В.А.</b> Товарна біржа – найдієвіший елемент інфраструктури продовольчого ринку	279
<b>Черненко К.В., Куроп'ятник Я.В.</b> Особливості бухгалтерського та податкового обліку пайових внесків членів ЖБК	282
<b>Лега О.В., Козачок К.В., Шевельова Л.О.</b> Облік довгострокових зобов'язань з оренди: систематизація наукових поглядів	285
<b>Лега О.В., Співак І.О., Возняк О.А.</b> Поняття «Ліміт каси» та нові правила його розрахунку	288
<b>Пилипенко К.А., Бендас Ю.О.</b> Актуальні питання організації бухгалтерського обліку довгострокових біологічних активів: вітчизняна та зарубіжна практика в контексті продовольчої безпеки	292
<b>Пилипенко К.А., Рунчева Н.В., Антошкін В.К.</b> Створення служби фінансових розслідувань та основні функції протидії фінансовим злочинам	297
<b>Пилипенко К.А., Дідик О.І.</b> Організація документального відображення операцій з обліку власного капіталу	302
<b>Пилипенко К.А., Коляка А.А.</b> Організація документування розрахунків з кредиторами – запорука платіжної дисципліни	307
<b>Самойлик Ю.В.</b> Господарства населення: тенденції розвитку в нових економічних умовах	310

<b>Ліпський Р.В., Шамрай В.Г.</b> Особливості визнання об'єкта оренди інвестиційної нерухомості	<b>313</b>
<b>Єрмолаєва М.В., Тютюнник М.С.</b> Обліковий супровід операцій за короткостроковою валютною позицією	<b>316</b>
<b>Миколенко І.Г., Снитка Л.В.</b> Підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств	<b>319</b>
<b>Гонган І.</b> Фактори формування політики ціноутворення РЦ "Вікторія"	<b>322</b>
<b>Конокєєнко О.І.</b> Розробка програми просування сайту РЦ "Вікторія"	<b>325</b>
<b>Федорова Т.В., Прищєпа А.В.</b> Сучасні проблеми стратегічного управління аграрних підприємств	<b>328</b>
<b>Аверчева Н.О., Шапоринський Є.Р.</b> Сучасні проблеми формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств	<b>331</b>
<b>Федорова Т.В., Кириленко М.О.</b> Розвиток органічного руху в Україні	<b>334</b>
<b>Данько В.В.</b> Становлення та розвиток економічної сутності системи охорони здоров'я та ринку медичних послуг	<b>337</b>
<b>Федорова Т.В., Кекух О.О.</b> Особливості розвитку об'єднаних територіальних громад у Херсонській області	<b>340</b>

## **6. МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТИ ТА АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ**

### **ФАХІВЦІВ ДЛЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ**

#### **ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

<b>Дашевська Л.М.</b> Формування комунікативних умінь у процесі вивчення іноземних мов студентів економічних спеціальностей в немовному ВНЗ	<b>343</b>
<b>Ящук Т.А.</b> Структура джерел формування фінансових ресурсів закладів вищої освіти	<b>346</b>
<b>Осадчук І.В., Мороз О.С.</b> Особливості поведінки менеджерів підприємств готельно-ресторанного бізнесу у конфліктній ситуації та удосконалення управління конфліктами в трудовому колективі	<b>350</b>
<b>Виноградова Т.І.</b> Формування оптимального соціально-психологічного клімату в організації	<b>356</b>
<b>Макухіна С.В.</b> Специфіка викладання іноземної мови в процесі мовної	

підготовки майбутніх менеджерів	359
<b>Виногорова Т.І.</b> Визначення професійної спрямованості особистості майбутніх менеджерів	362
<b>Герасименко М. В.</b> Зміна моделі управління вузом як нагальна потреба модернізації вищої освіти в Україні	365
<b>Виногорова Т.І.</b> Використання «Синанон-методів» методів у підготовці майбутніх менеджерів	368

## **1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ.**

**Булах І.І.**, викладач вищої категорії

**Шиманська О.В.**, викладач вищої категорії

Відокремлений структурний підрозділ Агротехнічний коледж  
Уманського національного університету садівництва

### **ОСОБИСТІСНО-ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕНЕДЖЕРІВ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ**

Конкуренція у сучасному світі примушує керівників підприємств постійно шукати нові можливості для підвищення ефективності організації роботи персоналу. Чи не найважливіша роль в успішному функціонуванні підприємства належать його працівникам. Аналізуючи причини неефективності діяльності менеджерів, Т. Amabile зауважує, що більшість співробітників не мають можливості реалізувати свій творчий потенціал внаслідок неправильної кадрової політики організації та через те, що менеджери не вміють задіяти шість основних шляхів заохочення персоналу до творчості. До них вона відносить такі: спонукання, виклик до змагання для запалення внутрішньої мотивації; надання працівникам свободи у виборі способу дій; виважений розподіл основних ресурсів – часу та фінансів; правильна організація групової творчої роботи; особиста підтримка творчих



працівників та відмова від прямої критики їхніх пропозицій; створення в організації системи підтримки творчих зусиль персоналу [2].

Британські психологи W. Magadley та K. Birdi провели дослідження впливу індивідуальних, групових та організаційних чинників на дві ключові сторони інноваційного процесу – породження ідей та їх впровадження. Результати їхнього емпіричного дослідження показують, що чинники індивідуального рівня мають сильніший вплив на генерацію ідей, ніж на процес їхнього впровадження. В той же час, впровадження ідей більше пов'язано із груповими та організаційними чинниками. Також вони застерігають від помилкових суджень щодо інноваційних процесів в організації, якщо різниця між двома сторонами інноваційного процесу не буде братися до уваги [5].

Успішна адаптація менеджера до змін у суспільстві можлива у випадку постійної праці над собою, адже мудра людина найбільше за все хоче управляти майбутнім. Менеджер повинен бути «еталоном якості» для своїх підлеглих [3, с. 75].

Одним з факторів, що визначає ефективність управлінської діяльності керівників є прийняття управлінських рішень, що означає вибір керівником найоптимальнішого, що відповідає конкретній ситуації способу розв'язання управлінської проблеми. Цей процес складний і включає такі основні етапи: виявлення та усвідомлення керівником суті проблеми; всебічний розгляд і аналіз можливих альтернатив; вибір найдоцільнішого способу вирішення проблеми з його конкретною аргументацією [4, с. 26].

Робота менеджера, яка постійно змінюється, вимагає високої здатності до саморозвитку для успішного освоєння технологічних змін, нових ринків, нових організаційних структур управління в організації. Менеджер, який здатний до постійного особистого саморозвитку, виконує такі дії [6]:

1. Відповідає за своє навчання.
2. Прагне вивчити свої слабкі та сильні сторони.
3. Має час для свого розвитку.

4. Не боїться бар'єрів на своєму шляху.
5. Шукає зворотні зв'язки.
6. Виділяє час для самоаналізу.
7. Вивчає свої почуття.
8. Оцінює свій досвід.
9. Вивчає нові технології, дискутує.
10. Знає свій потенціал.
11. Прагне бути більш відкритим.
12. Усвідомлює вплив на себе.
13. Управляє професійним розвитком.
14. Реагує на зміни в кар'єрі [6].

Отже, дослідження сучасного розвитку особистості менеджера не стоять на місці – з кожним роком механізмів та методик стає все більше. Успішними стають ті, що мають практичне значення і можуть впроваджуватися в реальному житті [1, с.69].

Розвиваючи емоційний інтелект, управлінець більше проявляє ініціативу, знаходить виходи зі складної ситуації і конструктивно вирішує проблеми. Можливим є вдосконалення даної моделі іншими подібними дослідженнями, таким чином створюючи більшу кількість альтернатив, які можна застосовувати для окремого управлінця.

### Література

1. Адізес І. Від застою до зростання. Як розкрити і розвинути в собі потенціал бізнес-лідера: бізнес-книга / Адізес І., Маданес І.; переклад Чедія А. В. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 144 с.
2. Гройсберг Б. 7 головних якостей гарного керівника [Електронний ресурс] / Б. Гройсберг // Науково-популярний журнал «Harvard Business Review». – Режим доступу: <http://hbr-russia.ru/karera/lichnye-kachestva-inavyki/p13600/>.

3. Зазикін В. Г. Менеджер: психологічні секрети професії /В. Г. Зазикін, А. П. Чернишов. – М. : Наука, 2017. – 165 с.
4. Прищак М. Д. Психологія управління в організації: навч. посіб. / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – Вінниця, 2016. – 141 с.
5. Харцій О.М. Розвиток креативного потенціалу у майбутніх менеджерів організації / О. М. Харцій // Наукові записки Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – 2016. – С. 31–34.
6. Хромова В.С. Зміст та структура готовності майбутніх менеджерів до інноваційної професійної діяльності [Електронний ресурс] / В. С. Хромова.– Режим доступу: <http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/nn23/13hvsipd.pdf>.

**Коваленко Г.В.**, молодший науковий співробітник  
ННЦ «Інститут землеробства НААН»

## **ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ТРАДИЦІЙНОГО ТА СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Менеджмент як практика виник у зв'язку з необхідністю делегувати власником повноваження щодо управління підприємницькою діяльністю професійному управляючому-менеджеру з метою досягнення цілей організації. До основних положень, які становили основу традиційного менеджменту, можна віднести такі:

Менеджмент – управління бізнесом, а бізнес є виключно справою суспільства.

Соціальні обов'язки, тобто справи, які не можуть бути включені в рамки економічних розрахунків, скоріше виступають перепонами в менеджменті, ніж його цілями і завданнями. Вони повинні виконуватися поза підприємством і поза межами нормального робочого дня менеджера.

Основна функція менеджменту полягає в мобілізації енергії організації для виконання відомих і визначених завдань. Підприємництво і нововведення (крім систематичного дослідження) знаходяться поза його сферою.

Основну увагу менеджмент приділяє саме робітникові фізичної праці – кваліфікованому або некваліфікованому, котрий розглядався як один із ресурсів і як один з основних елементів витрат.

Найвище досягнення традиційного менеджменту полягає в тому, що він за умов спільної праці зробив робітника продуктивним. Головною його турботою до другої половини ХХ ст. залишалися продуктивність й управління працею робітника.

Викладені вище положення тією чи іншою мірою і сьогодні лежать в основі теорії і практики менеджменту.

Сучасний менеджмент на перше місце висуває не внутрішні чинники (раціональна організація виробництва, зниження витрат), а проблему чіткості й адаптації до постійно мінливих умов зовнішнього середовища. Уряд, споживачі, конкуренти — об'єкти постійної уваги менеджменту, організації. Використовується ситуаційний підхід відповідно до аналізованих конкретних обставин, що впливають на результати роботи фірми в цей момент [1]. Розробляються специфічні прийоми ефективного досягнення стратегічних і поточних цілей. Підприємство розглядається як система, що має суспільне призначення. Головний ресурс — людина. Мобілізувати її творчу активність можна лише на основі системи мотивацій. Вона — не сліпий виконавець, а разом із менеджером — генератор ідей. Необхідно створити умови для реалізації творчого потенціалу працівника, виховувати у нього почуття співгосподаря, співвласника фірми. У своїй книзі «Зроблено в Японії» Акіо Моріта назвав главу про менеджмент «Ми всі — одна родина». Він писав: «У японських компаній немає ніяких секретів чи таємних рецептів успіху. Найважливіша задача японського менеджменту — створити ставлення до корпорації, як до рідної родини, сформувані розуміння того, що в робітників і менеджерів одна доля». Лише за таких умов реалізується спрямованість до

інновацій, без цього фірма не в змозі забезпечити стабільне становище на конкурентному ринку.

Крім зазначених особливостей сучасного менеджменту, слід також підкреслити, що нині відбувається його інтернаціоналізація, колективне осмислення нових реальностей, породжених поглибленням міжнародного поділу праці, зростанням конкуренції і взаємозалежності в світовій економіці, створенням міжнародних систем інформації, інших структур з інтеграційними властивостями [2].

В цілому сучасний менеджмент характеризується:

- зміною змісту планування;
- всебічним дослідженням факторів успішної діяльності;
- орієнтацією управління на досягнення стабільних успішних результатів;
- розвинутою теорією і практикою маркетингу;
- розробкою ефективних технологій прийняття рішень;
- широким застосуванням математичних методів і досягнень інформатики в управлінні на базі персональних ЕОМ;
- розвинутою мережею розрахункових систем і засобів комунікацій;
- активною участю персоналу в управлінні;
- дедалі більшим зверненням до здорового глузду, простих істин, які доступні для розуміння і використання широкими масами.

Сучасний менеджмент спирається на розвинену систему маркетингу, основа якого — задоволення потреб покупця. Планування — основа діяльності фірми. Поєднання стратегічного плану із середньостроковими і поточними планами забезпечує стабільність результатів роботи фірми [3]. Сучасний менеджмент — це новітні технології прийняття рішень, широке використання сучасних засобів комунікацій та багато чого іншого. Менеджмент — це мистецтво безконфліктного керівництва. Хаотичне співтовариство людей менеджмент перетворює на організовану, цілеспрямовану, продуктивну групу із загальними цілями і завданнями.



### Література

1. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи/ Б.П.Будзан. – К.: Основи, 2001.
2. Дідковська Л.Г., Гордієнко П.Л. Історія вчень менеджменту: навч. посібник. — К.: Алерта, 2008.
3. Іванова Т.В. Сучасні проблеми та перспективи розвитку менеджменту / Т. В. Іванова. Сучасні проблеми менеджменту : матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції (28 жовтня 2016 р.) – Київ: Національний авіаційний університет, 2016.

**Мухіна І.А.**, к.е.н, доцент

**Антоненко Н.М.**, студентка 3 курсу економічного факультету

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ОСОБЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Високий рівень конкуренції в галузі сфери відпочинку потребує постійного підвищення якості прийнятих управлінських рішень. Частину насущних завдань бізнесу можна розв'язати за допомогою використання наявних на підприємствах інформаційних систем.

Серед традиційних підходів і технологій зберігання, доступу, аналізу й обробки інформації – корпоративні портали, системи workflow, CRM, технології Business Intelligence та інше. Разом з цим, успішне застосування технологічних засобів, вимагає нового підходу щодо їх впровадження як від користувача, так і від компанії, яка постачає ІТ-продукт. Розглянемо деякі можливості практичного застосування інформаційних технологій на прикладі конкретного підприємства.

Приватне сільськогосподарське підприємство (ПСП) «Укрсільмаш» було створене у 1998 році й розташоване на території міста Херсон. Підприємство відноситься до об'єктів малого підприємництва. Воно оподатковується за спрощеною схемою. Управління підприємством здійснюється директором – Антоненко Миколою Павловичем, який є його власником.

За 20 років існування підприємство диверсифікувало свою діяльність у різні сфери бізнесу. На теперішній час воно займається виробництвом вікон, закупівлею та продажем продукції сільського господарства, а також наданням туристичних послуг на базі відпочинку (БВ) «Маяк», розташованій у селі Більшовик Голопристанського району Херсонської області. Останній напрямок є важливою складовою бізнесу, який приносить більше половини доходів.

База займає земельну ділянку несільськогосподарського призначення площею 2 гектари і використовується ПСП «Укрсільмаш» на правах оренди у ВАТ «Київобленерго» (м. Київ). Надання базою послуг здійснюється лише влітку, її місткість становить 694 ліжко-місця у 60-ти дерев'яних будиночках.

Як структурний підрозділ, база не має самостійного балансу. Основні функції управління здійснює директор ПСП «Укрсільмаш», а під час курортного сезону – адміністратор. База є прибутковою частиною підприємства, не зважаючи на значні витрати. Рентабельність витрат у 2017 р. становила 86%.

З існуючих інформаційних систем управління, у ПСП «Укрсільмаш» широко застосовується модуль обліку ПММ програми «1С-Підприємство» та «1С-Бухгалтерія». Даний модуль - представляє собою систему прикладних рішень, побудованих за єдиними принципами, на єдиній технологічній платформі. Використання додаткових модулів цієї системи дає можливість створити та підтримувати інформативну нормативно-довідкову базу, корегувати ціни на послуги, розраховувати коефіцієнти на кожну трудову операцію з можливих змін умов праці.

Для вдосконалення організаційної структури управління ПСП «Укрсільмаш», ми пропонуємо логістичну систему, реалізація якої дозволить виконувати швидкий обробіток даних на різних етапах діяльності підприємства. Таким чином, завдяки синергії підрозділів, можна підвищити ефективність господарювання.

Управлінськими задачами, які ми пропонуємо вирішити за допомогою інформаційних систем на підприємстві можуть бути:

- 1) розробка логістичної мережі руху автомобільного транспорту від ПСП «Укрсільмаш» до БВ «Маяк» та інших населених пунктів Херсонської області;
- 2) формалізація процесу вибору постачальника матеріальних цінностей;
- 3) створення інформаційної клієнтської бази;
- 4) оптимізація розподілу відпочиваючих у будиночках;
- 5) контроль за наявністю вільних ліжко-місць (щоб мати можливість виділити їх для «стихійних» клієнтів).

Зазначимо, що логістика послуг в Україні відноситься до недостатньо розроблених напрямків, в той же час вона може бути важливим фактором, який дозволяє заощадити час та кошти підприємства.

Так, на основі даних про відстань від ПСП «Укрсільмаш» до постачальників у Херсонській області та до бази відпочинку «Маяк», нами був побудований графік мережі доріг та виконані розрахунки маршрутів до того чи іншого населеного пункту. Це дозволить скоротити час щодо визначення оптимального маршруту, зекономить витрати пального та час. В графіку передбачені маршрути повернення, щоб виконувати додаткові замовлення, або брати додаткові замовлення в будь якому контрольному пункті.

Щоб ефективно конкурувати в умовах ринкової економіки, підприємство повинно мати надійних постачальників із прийнятними цінами, якісною продукцією й поставками з найменшими втратами при доставці

сільськогосподарської продукції. Для вибору надійних постачальників, для даного підприємства пропонується використання методу аналітичної ієрархічної процедури. В цьому випадку програма розраховує найбільший коефіцієнт корисності постачальників й ранжує їх за значимістю. Зміна вимог до постачальника, автоматично змінює розрахунки й ранжування, що значно спрощує задачу вибору партнера по бізнесу.

Використання аналітичного CRM за допомогою ABC-аналізу дозволяє без додаткової експертної оцінки створити базу даних про клієнтів БВ «Маяк», розподілити їх за сегментами, спрогнозувати рівень їхньої купівельної стабільності. Так, при формуванні наповненості бази в категорію «А» входять постійні клієнти, які купують велику кількість путівок, тому їм надається перевага при виборі часу заїзду та кількості необхідних місць. В категорію «В» входять клієнти, які є постійними. До категорії «С» належать можливі клієнти які подавали попереднє замовлення, але не зарекомендували себе як постійні.

Таким чином, використання сучасних інформаційних систем є суттєвим фактором підвищення рівня результативності господарської діяльності підприємства та ефективності прийняття управлінських рішень.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н, доцент,

**Вальховський Д.С.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ**

Глобалізація це процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації у світовий ринок на основі транснаціоналізації та регіоналізації. На цій базі відбувається формування єдиної світової мережевої ринкової економіки – геоекономіки та її інфраструктури, руйнування національного суверенітету держав, що є

головними діючими особами міжнародних відносин протягом багатьох століть.

У сучасних умовах розвитку економіки з врахуванням процесів глобалізації одним із пріоритетних її напрямків є вироблення основних теоретичних і методологічних позицій з використання сучасних аспектів менеджменту в практичній діяльності українських організацій.

Питанням досліджень обраного напрямку присвячено наукові праці А. Л. Гапоненка, Б. П. Будзана, Ф. І. Хміля, Г. А. Дмитренка, О. Є. Кузьміна, В. Г. Герасимчука, Г. О. Коваленка, М. В. Туленкова та ін. Але окремі аспекти даної проблеми вивчені недостатньо та потребують більш детального розгляду.

Сучасний менеджмент супроводжується рядом важливих нових функцій, які багато в чому відрізняються, а в деякому своєму прояві доповнюють функції традиційного менеджменту, а саме: інтелектуальний характер процесів прийняття рішення; розгалуження єдиної системи загального менеджменту на інвестиційний менеджмент, маркетинговий, інноваційний та інші; виникнення нових функцій менеджменту, що пов'язано з ускладненням середовища управління, необхідністю максимального використання всіх внутрішніх резервів менеджерів, зростання впливу менеджерів на кінцеві результати, необхідністю зростання інтелектуального рівня керівництва та кваліфікації менеджерів; використання інформаційних технологій в менеджменті. [1, с. 97].

Таким чином, слід виділити головні складові сучасного менеджменту в Україні, які безпосередньо впливають не тільки на успіх компаній, але і на економіку в цілому: культура організації розглядається як важливий чинник прибутку і конкурентоспроможності комерційної організації та як фактор успіху, ефективності діяльності, а часом і виживання некомерційних організацій; стратегічне управління та стратегічне планування знаходять своє застосування у все більшій кількості конкурентних управлінських ситуацій; концепції, методи і моделі управління, які довели свою ефективність в



комерційних організаціях, все більше поширюються на некомерційну сферу; маркетингові підходи до управління втілюються в діяльність публічної адміністрації та громадських організацій; некомерційні організації з успіхом застосовують організаційні елементи бізнес-планування та ін. [2, с. 35].

В той же час, можна виділити ряд проблем, з якими стикається менеджмент українських підприємств: скорочення, яке трапляється, коли організація навмисно стає меншою, зменшуючи кількість робітників або цілі підрозділи чи навіть закриваючи підприємства; недостатність та несвоєчасність забезпечення управлінців якісною інформацією для прийняття управлінського рішення; недотримання максимального рівня якості управлінських рішень; недостатність нематеріальної мотивації працівників на підприємствах [3, с. 122].

Дослідження виявили, що концепція ефективної діяльності українського бізнесу повинна базуватися на певних чинниках: відмова від старих принципів ієрархічних відносин панування та підкорення й перехід до партнерства, до принципу «спортивної команди» та тіснішої взаємодії; самостійний та інноваційний характер діяльності, креаціонізм, або, точніше, безперервний творчий підхід до всіх питань; прагнення не до максимального, а до соціально обґрунтованого прибутку; гнучкий, швидкий та вільний перехід від однієї ролі до іншої відповідно до нових вимог насиченого ринку; синтез і запровадження на практиці свободи, рівності та справедливості; експериментування - перевірка різних підходів для віднаходження здатності та розуміння, як трансформувати можливості в успішну реальність.

Таким чином, сучасне господарське управління характеризують багатоваріантність можливих вирішень, гнучкість і неординарність господарських ситуацій та неповторність способів дії в конкретній ситуації. Сучасний менеджмент навчає, як, знаючи прийоми, способи та шляхи вирішення тих чи інших управлінських завдань, досягти успіху в умовах конкретного підприємства. При цьому керівник-менеджер стає центральною фігурою управління, скеровує організацію в потрібному напрямку,

розробляє варіанти господарських вирішень, бере на себе відповідальність за розробку та впровадження управлінських команд. Тому підготовка високопрофесійного управлінських кадрів, що володіють сучасними технологіями та інструментами менеджменту буде сприяти підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень та забезпечить успішний розвиток підприємства в українських реаліях з врахуванням процесів глобалізації.

### Література

1. Будзан Б.П. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи / Б.П.Будзан. – К.: Основи, 2001. – 349 с.
2. Іванова Т.В. Сучасні проблеми та перспективи розвитку менеджменту / Т. В. Іванова // Сучасні проблеми менеджменту : матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції (28 жовтня 2016 р.) – Київ: Національний авіаційний університет, 2016. – С. 35.
3. Нарольська В. Проблеми розвитку сучасного менеджменту і маркетингу / В. Нарольська // Матеріали Всеукраїнської науково практичної конференції (26-27 квітня 2017 р.). – Полтава : Полтавська державна аграрна академія, 2016. – С. 122.

**Мухіна І.А.**, к.е.н, доцент

**Рикун Є.В.**, студентка 3 курсу економічного факультету  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### ЕКОНОМІЧНІ ТА ІДЕОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО- СПРЯМОВАНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ

За останні десятиріччя аграрний бізнес України став привабливою сферою інвестування капіталу. Між тим, в галузі функціонують нерівноцінні

групи економічних суб'єктів, які різняться за формою господарювання, рівнем розподілу ресурсів, економічною ефективністю виробництва, рентабельністю первинних підрозділів, засобами вирішення соціальних та екологічних проблем. Серед них: чисельна група власників домогосподарств, набагато менша група дрібних та середніх товаровиробників, незначна група власників великих товарно-промислових підприємств.

Активізація великих власників створює в аграрній сфері умови для вкрай нерівномірного розподілу ресурсів і доходів серед інших учасників. Це призводить до підвищення соціальної напруги в галузі. Отже, ситуація, що склалася, потребує пильної уваги. Саме тому Державна цільова програма розвитку аграрного сектору на період до 2020 року ставить задачу «створення організаційно-економічних умов для ефективного соціально-спрямованого розвитку аграрного сектору». Вирішення цієї задачі можливо завдяки використанню не лише економічних важелів, а, в першу чергу, ідеологічних, що слугуватимуть призмою, через яку розглядаються певні організаційні та економічні заходи.

Викликом до виконання задачі, поставленої Державною цільовою програмою є те, що саме представники великого бізнесу знаходяться у владного керма. Усвідомлення ними неминучих матеріальних втрат через виникнення соціальних конфліктів, повинно слугувати ланкою ланцюжка, яка поверне до необхідності обмежувати вплив великого бізнесу.

Коли відносини в аграрному секторі економіки будуватимуться за принципом синергії, то від цього виграють всі учасники господарського процесу (рис. 1.).

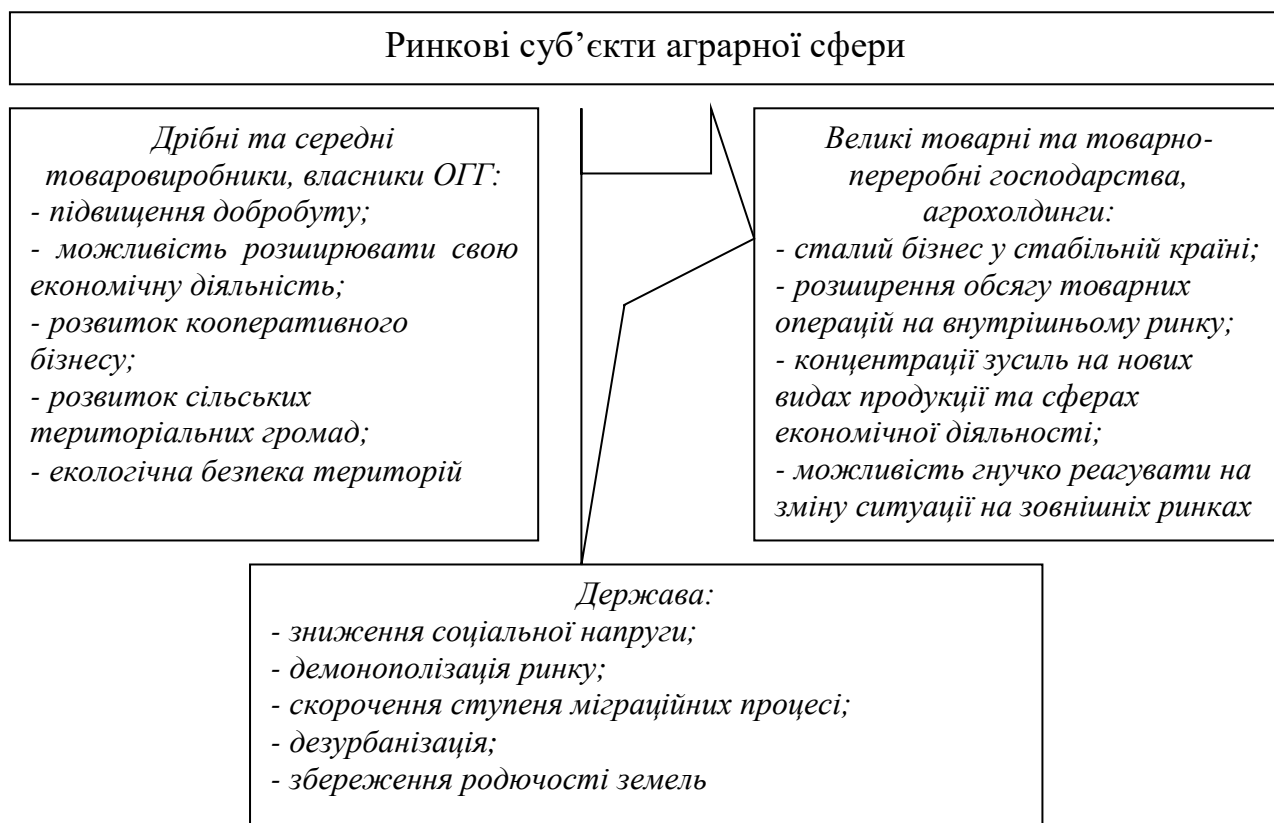


Рис. 1. Переваги соціалізації економіки для ринкових суб'єктів аграрної сфери

Узагальнення висновків науковців, дозволило виявити етапи та напрямки необхідних заходів щодо соціалізації економіки:

- 1) розвиток домогосподарств (ОГГ) для розширення діяльності й створення на їх основі дрібнотоварного виробництва;
- 2) розвиток кооперативних підприємств, шляхом подальшого об'єднання дрібнотоварних виробників;
- 3) утворення складних та змішаних організаційних структур (командитних товариств), поєднання різних типів та видів співробітництва;
- 4) відповідальність держави за регулювання та улагоджування соціальних протиріч у аграрній сфері виробництва.

Економічною основою сталого існування всіх верств населення дослідники вважають зростання добробуту громадян. Ця сторона соціалізації

розглянута науковцями досить широко, стосовно ж ідеологічної складової, то на вона опрацьована дуже мало.

Разом з тим, історичний досвід економічно розвинутих країн свідчить про можливість ефективного партнерства на основі цінностей і принципів кооперації. Це особливо важливо для підприємств змішаних форм власності, які є перспективною формою нової, соціалізованої економіки.

Для того, щоб економічна діяльність могла слугувати якнайширшому колу членів соціуму, світовою наукою були визначені та розроблені кооперативні цінності. В їх основі - загальні суспільні цінності, які розділяються членами кооперативів та застосовуються з метою задоволення своїх матеріальних, соціальних і культурних потреб.

На відміну від цінностей, кооперативні принципи носять більш конкретний характер. Вони використовуються в якості основних ідей в процесі організаційної та практичної діяльності підприємств (рис. 2.).

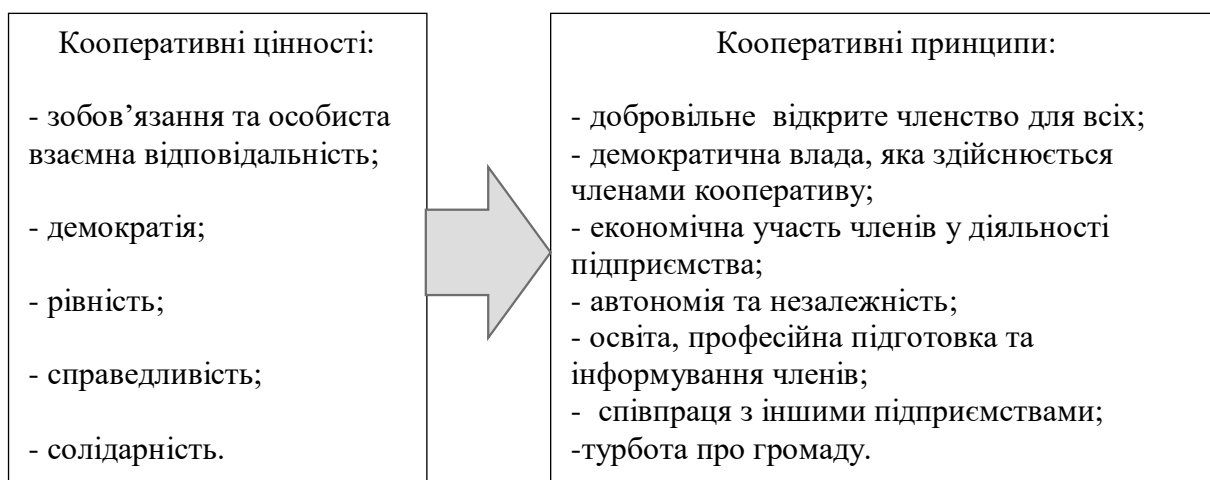


Рис. 2. Взаємодія кооперативних принципів і цінностей

Як видно з рисунку, гуманістичні цінності є основою принципів співпраці. Звичайно, не всі принципи (або не повною мірою) можуть бути використані у підприємствах змішаних форм власності, але в цілому вони також можуть слугувати ідеологічним підґрунтям соціалізації економіки.

## **2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНОМУ, ФІНАНСОВОМУ, ІНФРАСТРУКТУРНОМУ ТА ІНШИХ СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ.**

**Морозов О. В.**, д. с.-г. н., професор

**Ісачсенко С.О.**, акспірант

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **SWOT-АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ГРУНТОЗАХИСНОЇ СИСТЕМИ ОБРОБІТКУ ГРУНТУ (NO-TILL)**

Останніми роками нульовий обробіток ґрунту у світі стрімко поширюється. Вагається, що нульовий обробіток має агрономічні, екологічні, соціальні та економічні переваги у порівнянні з традиційним обробітком ґрунту. При обґрунтуванні та впровадженні ґрунтозахисної системи обробітку ґрунту (No-till) доцільно застосувати SWOT–аналіз.

SWOT – початкові літери слів *Strengths* (Сильні сторони), *Weaknesses* (Слабкі сторони), *Opportunities* (Можливості), *Threats* (Загрози). В 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професор К. Ендрюс вперше публічно озвучив акронім SWOT. Цей акронім був представлений візуально у вигляді матриці SWOT. З появою SWOT-моделі аналітики отримали інструмент для своєї інтелектуальної праці [1].

SWOT-аналіз доцільності впровадження ґрунтозахисної системи обробітку ґрунту (No-till) - це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані у виробничій діяльності [2].

SWOT-аналіз - це своєрідний інструмент; він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати

процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок про ефективність системи обробітку ґрунту (No-till).

SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей — адаптації до середовища або формування впливу на нього. Широке застосування та розвиток SWOT-аналізу пояснюються тим, що стратегічне управління пов'язане з великими обсягами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, аналізувати, використовувати, а відтак виникає потреба пошуку, розробки та застосування методів організації такої роботи.

Головною метою проведення SWOT-аналізу є отримання достовірних даних про можливості компанії і загрози просування її на ринку товарів і послуг. Тому, для досягнення цієї мети перед SWOT-аналізом ставляться наступні завдання: виявлення маркетингових можливостей, які відповідають ресурсам фірми; визначення маркетингових загроз і розробка заходів щодо знешкодження їхнього впливу; виявлення сильних сторін фірми й зіставлення їх з ринковими можливостями; визначення слабкостей фірми та розроблення стратегічних напрямів їх подолання; виявлення конкурентних переваг фірми та формування її стратегічних пріоритетів [2].

Для здійснення SWOT-аналізу на підприємстві необхідне відповідне інформаційне забезпечення, яке повинно включати: базу даних; методи та моделі, необхідні для SWOT-аналізу; набір організаційних і методичних прийомів, необхідних для підвищення надійності інформаційного забезпечення [4, с.34]. Методика SWOT-аналізу ґрунтується на підході, який дає змогу вивчати зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства разом. За допомогою цієї методики можна встановити взаємозв'язки між силою та слабкістю, які властиві підприємству, і зовнішніми загрозами і можливостями. Спершу виявляють сильні і слабкі сторони, а також загрози та можливості, після цього встановлюють взаємозв'язки між ними, що може бути використано для розробки стратегії підприємства.

При проведенні SWOT-аналізу необхідно ретельно визначити сферу кожного SWOT-аналізу, зрозуміти відмінності між його елементами, бути об'єктивним і використовувати різносторонню вхідну інформацію, уникати просторових і двозначних заяв.

Загальна характеристика сильних і слабких сторін організації та впровадження ґрунтозбеігаючої системи обробітку ґрунту (No-till) представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Загальна характеристика сильних і слабких сторін організації та впровадження ґрунтозбеігаючої системи обробітку ґрунту (No-till).

Сильні сторони	Слабкі сторони
- підвищення продуктивності праці, майже у 3-5 разів;	- кліматичні умови – холодна волога весна, що затримує процеси нітрифікації і спричиняє азотне голодування;
- можливість здійснення сівби польових культур у найкращі агротехнічні строки;	
- захист ґрунтів від ерозії, дефляції і антропогенного ущільнення;	- організаційні умови – відсутність відповідної техніки, потреба значних коштів на придбання відповідної техніки і засобів хімізації;
- підвищення вмісту в ґрунті органічної речовини і гумусу;	
- збереження ґрунтової вологи від втрат на фізичне випаровування;	- технологічні фактори – забур'яненість полів, наявність мишеподібних гризунів і хвороб;
- можливість за певних умов підвищення урожайності сільськогосподарських культур і зниження собівартості продукції рослинництва [3].	- не вирішені питання адаптації технології нульового обробітку ґрунту до ґрунтово – кліматичних умов зони Степу України [3].

### Література

1. <http://www.marketing-ua.com/research.php>.
2. <http://in1.com.ua/book/13007/10315>.
3. <http://www.infowave.ru/projects/adviser/swot-analysis>.



4. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник/За ред. Л.В.Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с.–(Вища освіта ХХІ ст.).

5. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ/За ред. д.е.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.

**Осадчук І.В.**, к.с-г.н., доцент

**Гетьман А.Л.**, студентка економічного факультету  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПРИЧИН, ЩО ЗУМОВЛЮЮТЬ НЕОБХІДНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ЗАПЛАНОВАНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Здійснення та адаптація нововведень є однією з найбільш важливих сфер діяльності менеджера аграрного підприємства. Водночас це два різні процеси, які, не зважаючи на всі труднощі, є надзвичайно захоплюючими. Нововведення доступні лише деяким організаціям, які функціонують в аграрному секторі. Ці організації, зазвичай, йдуть попереду, а інші, здійснюючи адаптацію нововведень, наслідують їм.

Необхідності здійснювати нововведення у всіх організаціях, які займаються виробництвом сільськогосподарської продукції немає, але кожна з них має шукати, знаходити і впроваджувати в життя нові виробничі та управлінські технології, здійснювати заплановані, цілеспрямовані організаційні зміни, що перебувають у прямій залежності від існуючого стану організації та можливості/неможливості опори на нього в ході майбутнього розвитку.

Причини, які викликають необхідність цілеспрямованих змін в організації, можуть мати зовнішнє, внутрішньоорганізаційне та внутрішньоособистісне походження. Так, при наявності змін у зовнішньому і непланованих змін у внутрішньому середовищі організації, її керівник усвідомлює необхідність щось змінювати свідомо, цілеспрямовано. Однак, іноді у нього виникає бажання щось змінювати навіть тоді, коли здається, що об'єктивних причин для цілеспрямованих змін немає. Наприклад, він вирішує розвивати новий напрям діяльності, виготовляти новий товар лише через те, що він йому подобається, а не через об'єктивну необхідність. У цьому випадку мова йде про внутрішньоособистісні причини здійснення цілеспрямованих змін в організації.

Усі зовнішні причини, які зумовлюють необхідність цілеспрямованих змін в організації, можна об'єднати у дві великі групи.

I група – причини, джерела виникнення яких знаходяться у зовнішньому середовищі непрямого впливу. Наприклад: економічні – спад або піднесення економіки, зміна податкової політики країни, обмінних курсів і процентних ставок, зміни в системі фінансування тощо; політичні – зміна керівників на різних рівнях влади, зростання рівня дотримання законів, нестабільність політичної обстановки тощо; науково-технічні – зростання асигнувань на науково-дослідні розробки; посилення державного контролю за якістю і безпекою, виникнення нових виробничих технологій, інформаційних систем та каналів комунікації, зміна умов доступності до нових технологій тощо; природничі - виснаження сировинних ресурсів, погіршення екологічної ситуації в регіоні, стихійні лиха; соціальні – зростання рівня руху, підвищення грамотності, зміна соціально-професійної структури, системи соціального захисту, демографічних характеристик населення; культурні – зміна традицій суспільства, цінностей населення тощо.

II група - причини, джерела виникнення яких знаходяться у зовнішньому середовищі прямого впливу. Наприклад: причини, зумовлені зміною поведінки постачальників – погіршення якості сировини, підвищення

ціни на напівфабрикати, неякісна підготовка фахівців тощо; причини, зумовлені зміною законів, повноважень державних органів влади – правові й податкові зміни, що впливають на товари і послуги, підвищення ролі місцевих органів влади; причини, зумовлені зміною поведінки споживачів – відмова або підвищення попиту на певні види товарів і послуг, зміна смаків споживачів; причини, зумовлені зміною конкурентного середовища – поява нових конкурентів, зростання частки ринку у конкурента, занепад існуючих конкурентів тощо.

Внутрішньоорганізаційні причини, які зумовлюють необхідність цілеспрямованих змін в організації, теж можна об'єднати у дві великі групи:

I група - об'єктивні причини внутрішнього характеру. Наприклад: старіння наявної техніки, зростання середнього віку персоналу, нудна і монотонна робота, зумовлена особливостями виробничого процесу, складність і великі розміри організаційної структури управління, зavelика кількість управлінських працівників порівняно з виконавцями, що є наслідком скорочення виробництва і непередуманого скорочення кількості робітників попереднім власником, відсутність можливості просування по службі через невеликі розміри організації, невеликі обсяги продажу через обмеженість виробництва, слабкі позиції на ринку, викликані молодим віком організації, невідповідність кваліфікації працівників через нестачу фахівців, низька конкурентоспроможність продукції через застаріле обладнання, низька продуктивність праці через погані умови праці тощо.

II група – суб'єктивні причини внутрішнього характеру. Наприклад: погіршення міжособистісних відносин у трудовому колективі, переоцінка цінностей організації та її колективу, загострення напруження між робочими групами, неправильне використання професійних здібностей робочих груп, нечіткий розподіл ролей, обов'язків і відповідальності через некомпетентність відповідальних за це людей, відсутність можливості просування по службі через неправильне ставлення керівництва до вирішення цього питання, великий плин кадрів через погане ставлення

керівництва до підлеглих, нездатність керівництва утримувати людей, що мають потрібні якості, зверхжорстка система і механізми контролю через недовіру до співробітників, низька продуктивність праці через небажання працівників працювати відповідним чином, неякісне обслуговування клієнтів тощо.

Результативність і ефективність діяльності організації залежить як від стану внутрішнього середовища, так і від її комунікаційних систем, організаційних можливостей та рівня адаптованості до зовнішнього середовища. Тому змінами в організації потрібно управляти. І розпочинати цей процес слід з визначення причин, що зумовлюють необхідність здійснення запланованих змін.

**Осадчук І.В.**, к.с.-г.н., доцент

**Гринько Д.П.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ У ПОСТІЙНИХ ТА НЕПОСТІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ**

Мотивація праці є одним з вирішальних факторів успіхів в управлінні підприємством та результативності роботи, і в цьому розумінні вона становить основу трудового потенціалу працівника, тобто всієї сукупності властивостей, що впливають на виробничу діяльність. Тема мотивації праці актуальна у будь-якому трудовому колективі, але є різниця у методах мотивування у постійних та непостійних групах. Стимулювання праці припускає створення умов, при яких активна трудова діяльність, що дає певні результати, стає необхідною і достатньою умовою задоволення значимих і соціально обумовлених потреб працівника, формування в нього мотивів праці.[1]. Створюючи свою теорію мотивації в 40-ві роки, Маслоу визнавав, що люди мають безліч потреб, але вважав при цьому, що ці потреби можна

розділити на п'ять основних категорій: фізіологічні потреби є необхідними для виживання (погребі в їжі, воді, притулку, відпочинку, а також сексуальні потреби); потреби в безпеці і впевненості в майбутньому (включають потреби в захисті від фізичних і психологічних небезпек з боку навколишнього світу і впевненості в тому, що фізіологічні потреби будуть задоволені в майбутньому); соціальні потреби, які іноді називають потребами в причетності (це поняття, яке включає відчуття приналежності до чогось або когось, відчуття, що тебе приймають інші, відчуття соціальної взаємодії, прихильності і підтримки); потреби в повазі (включають потреби в самоповазі, особистих досягненнях, компетентності, повазі з боку оточуючих, визнанні)- погребі самовираження - потреба в реалізації своїх потенційних можливостей і росту як особистості) [2]. Аналізуючи діяльність великої кількості підприємств та організацій, а саме роботу колективу та фактори впливу на неї, можемо стверджувати, що Маслоу був правий у своїх висновках. Але, враховуючи особливості формування та роботи у постійних та непостійних організаціях, треба зазначити, що не всі способи мотивації властиві постійним організаціям працюють у непостійних. Говорячи про постійні організації, зазначимо фактори мотивації до праці персоналу. Підтримуючі фактори в даному випадку - гроші;· умови;· інструменти для роботи;· безпека;· надійність. Мотивуючі ж фактори:· визнання;· ріст;· досягнення;· відповідальність і повноваження. Якщо обидві групи факторів відсутні - робота стає нестерпною. Якщо присутні тільки підтримуючі фактори - незадоволеність від роботи мінімальна. Якщо обидві групи факторів присутні - робота приносить максимальну задоволеність. А максимальна задоволеність від роботи є стимулом до отримання у подальшому цих факторів, створюючи тим самим взаємозв'язок : Наявність факторів мотивації передують ефективній роботі – ефективна робота передують отриманню факторів мотивації.[3]

Тепер порівняємо фактори мотивації у непостійних групах. Яскравим прикладом непостійної організації є екіпаж круїзного судна. Саме судно

працює майже весь рік, не враховуючи часу на ремонт. Але екіпаж змінюється не один раз у рік. В залежності від виду діяльності, різні департаменти змінюються у різний період, тим самим роблячи склад екіпажу постійно змінюваним. Ще однією особливістю такого екіпажу є те, що один член екіпажу може побувати на кожному судні однієї компанії лише один раз. Це означає, що йому постійно треба звикати, на час його контракту, до нових людей, місця та правил судна. Факторами мотивації тут виступають, як і у першому випадку підтримуючи та мотивуючи фактори. Розглянемо їх детальніше. Підтримуючи фактори: - гроші, це перший стимул, через який людина йде працювати (у морській справі це не проблема, бо морська праця є справою міжнародною і отримує підтримку з усіх країн, де такі судна зупиняються та працюють; умови., які в даному випадку демонструють тенденцію до постійної підтримки у належному стані, як і інструментів так і рівня безпеки. Без цього є ризик не тільки економічних втрат, але й фізичної смерті екіпажу. Відрізняються також і мотивуючи фактори: Важливим є кар'єрний ріст від нижчого до вищого рангу. Від цього залежить і відповідальність, яка буде покладатись на моряка, та повноваження, які будуть надані йому. Це цікаве питання, бо спостерігаючи за різними організаціями, залежно від їх постійності складу кадрів, у морському екіпажу явно видно різницю у рівні повноважень та рівню доступу до певних благ між простим моряком та офіцером. Це спостерігається, наприклад в умовах відпочинку та саморозвитку. Офіцерам дозволяється користуватись спортзалами, барами та іншими розвагами та навіть меню на обід, які пропонуються пасажерам, відповідно вищої якості та комфорту. Тоді як простий моряк, повинен користуватись тим же, але нижчого рівня якості та комфорту. Щоб досягнути вищого рівня доступу до благ та комфорту потрібно робити набагато більше, ніж у постійній групі. Отже, головна різниця між цими організаціями полягає в тому, що постійність складу, вид діяльності та сфера праці впливає на мотивацію. У непостійних треба постійно працювати, щоб не втратити отриманий рівень, який дуже легко

понизити. Це і відрізняє мотивацію у постійних та непостійних організаціях. У першому випадку всі блага отримуються однаково і у короткий час та за менших зусиль. Основними стимулами є гроші, визнання та кар'єрний ріст, які не так сильно взаємозалежні. У другому ж випадку треба всі ці стимули взаємозалежні так, що неможливо відірвати їх один від одного, і всі вони залежать від твого рангу, на який і працює член колективу, що дуже ясно видно у морській справі.

### **Література**

1. <http://library.if.ua/book/34/2294.html>.
2. <http://ni.biz.ua/11-1/454.html>.
3. <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream.pdf>.

**Захаров І. К.**, здобувач магістратури

**Новоселець А.І., Ішакова Д.В.**, студенти

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ПОШУК КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ**

Традиційно хліб є головним продуктом харчування в Україні. Тому взаємозв'язок між рівнем забезпеченості зернопродукцією та добробутом населення цілком очевидний. Ринкова економіка створює всі необхідні умови для задоволення потреб ринку в хлібопродукції, тобто забезпечує збалансованість попиту на дану продукцію та її пропозиції. Проте окремі питання у сфері маркетингової діяльності, особливо на регіональних ринках, залишаються недостатньо розробленими. Це стосується взаємовідносин між складовими маркетингового ланцюга, збалансування попиту та пропозиції, прогнозування розвитку регіонального зернопродуктового підкомплексу, організації маркетингової інфраструктури регіону [3].

Кожне підприємство в процесі підприємницької діяльності намагається максимізувати свій прибуток [2]. В сучасних умовах кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, здійснювати підбір цільових ринків відштовхуючись від власних виробничих можливостей, розробляти ефективний комплекс маркетингу [5] і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль.

Таким чином, суть стратегічного маркетингу полягає в пошуку рішень, спрямованих на задоволення потреб споживачів і на отримання у них переваг в порівнянні з конкурентами за допомогою спеціальних ринкових заходів. Тема побудови ефективної системи маркетингу на підприємстві була і буде актуальною завжди, особливо з урахуванням того, що економіка країни, в цілому, все ще знаходиться в процесі переходу або навіть переродження від виробничої економіки до сучасної ринкової економіки, в якій враховуються усі побажання, потреби та попит споживачів на продукцію.

Харківська область завжди була одним із найбільших виробників зерна та продуктів його переробки в Україні. Сприятливі природні умови, родючі ґрунти та працелюбні люди є основою ефективного їх виробництва. Однак протягом перших десяти років незалежності Україна не змогла скористатися своїм потенціалом у виробництві зерна та продуктів його переробки. Лише в 2001-2002рр. вона стала одним із провідних експортерів зерна. Цього вдалося досягти в результаті значних реформ у сферах власності та ринкових відносин. Використання елементів системи маркетингу вплинуло на зміцнення позицій вітчизняної зернопродукції на світовому та внутрішньому ринках. Щодо, хлібопекарської промисловості, то слід зазначити, що вона відіграє важливу соціально-економічну роль в економіці країни, так як приймає безпосередню участь у формуванні продовольчої безпеки країни, шляхом задоволення потреб українського населення в основному продукті харчування. Ринок хліба та хлібобулочних виробів України на 99% представлений продукцією вітчизняного виробництва. На сучасному етапі



хлібопекарська галузь характеризується стабільним рівнем попиту на свою продукцію, однак відповідно до офіційної статистики динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні має стійку щорічну тенденцію до зниження: на 204 419 т, або на 13,1 % від попереднього року – у 2014 р., на 125 826 т, або на 9,3 % – у 2015 р. та на 108 677 т. або на 8,8% – у 2016 р. За останні роки виробництво хлібопродуктів значно зменшилося, причиною цього є досить високий знос основних засобів виробництва, в свою чергу це зумовлено фінансовою обмеженістю підприємства, а також збільшення податкового тиску на сільськогосподарські підприємства, тим самим збільшення вартості основної сировини хлібопекарської промисловості [4]. Зміни тенденцій розвитку економічних явищ і процесів, у ринковому середовищі та світовому господарстві, вимагають застосування сучасних моделей економічного розвитку. В свою чергу раціональне підприємництво дає змогу розширити сферу прикладання праці, створити нові можливості для працевлаштування незайнятого населення [5]. Стабільне та ефективне функціонування саме хлібопекарської промисловості, має стратегічне значення у контексті дотримання та генерування економічної безпеки (а саме однієї з найважливіших складових національної економіки – продовольчої безпеки країни).

### Література

1. Новойтенко І.В. Формування конкурентних переваг підприємств хлібного ринку України [Електронний ресурс] / І.В. новойтенко, В.В. Малиновський // Глобальні та національні проблеми економіки. – Випуск 7. – 2015. – С. 432-437.
2. Пономарьова М.С. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарських підприємств / М.С. Пономарьова, Н.Ю. Муха // Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки». - 2012. - № 6. С. 123 - 129. - 299 с.
2. Войтко В. В. Управління поведінкою організації (на прикладі промислових підприємств) : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 / В. В.

Войтко ; Харківський національний економічний університет. – Х., 2004. – 21 с.

3. Солошонок А. Л. Основні аспекти сучасного розвитку підприємств хлібопекарської галузі України [Електронний ресурс] / А. Л. Солошонок, А. Ю. Мамочка // Продуктивність агропромислового виробництва. економічні науки. - 2015. - № 27. - С. 68-76.

4. Пономарьова М.С. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень / М.С. Пономарьова, Ю.В. Загорська, І.І. Чернега // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (35). – С. 6–12. 218 с.

5. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності / І.С. Рябуха // Теоретико- методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ. – Х., 2014. – С. 81–83.

**Рудік Н.М.**, к.с-г.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична діяльність господарюючих суб'єктів з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, що здійснюється на власний ризик з метою одержання прибутку або власного доходу [3]. Історія підприємництва починається від середніх віків. У Київській Русі воно зародилося у формі торгівлі і промислів, підприємцями-початківцями були перші купці, ремісники, торговці.

В даний час у економіці України діє 1865,7 тис господарюючих суб'єктів, серед яких частка підприємств становить 16,4%, фізичних осіб-

підприємців 83,6%, а обсяг реалізованої продукції підприємствами складає 92,9%, фізичними особами-підприємцями – 7,1%.

Вперше поняття підприємець ввів у науковий обіг англійський економіст Річард Кантильйон. За його визначенням підприємець — це людина, яка на свій страх і ризик спрямована до ринкового обміну з метою отримання прибутку. Адам Сміт та Давид Рикардо вважали, що підприємець, як власник капіталу заради реалізації певної комерційної ідеї та отримання прибутку йде на ризик, компенсацією якого і є підприємницький прибуток.

Відомий французький економіст Жан Батіст Сей указував на активний, інноваційний характер підприємництва, пов'язаний не лише з пошуком, але і з необхідністю створення нових факторів виробництва.

Отже підприємець — це людина, яка планує, контролює, організовує і володіє підприємством і він поєднує в собі функції власника капіталу і функції управління цим капіталом.

На думку американського вченого Пітера Друкера, під підприємцем слід розуміти людину, яка відкриває свій власний, новий бізнес, створює новий ринок, формує нових покупців.

Усвідомлення значення, ролі та головним чином мотиваційного механізму підприємництва відбулося на межі ХІХ—ХХ ст.

Натепер підприємець — це власник капіталу, його керівник, що часто поєднує функції власника з особистою продуктивною працею та бере на себе всі види ризиків, які можуть виникнути в процесі виробничої діяльності.

Існуючі теорії мотивації об'єднують у 2 групи – змістові і процесуальні. Змістові базуються на вияві потреб, спонукальних мотивів діяльності, а процесуальні на врахуванні сприйняття та пізнання певних дій у поведінці людей вихідними категоріями. Вихідні категорії для всіх теорій мотивації це потреби й винагорода або потреби, інтереси, зацікавленість.

Для суб'єктів підприємницької діяльності головною частиною мотиваційного механізму виступають матеріальні інтереси. Мотивом підприємницької діяльності є отримання прибутку шляхом виробництва економічних благ і їх реалізації з урахуванням попиту на них.

Підприємницька діяльність не насаджується суб'єкту господарювання зовні, вона є свідомо сформованою його потребою. Ця потреба реалізується в самостійній, ініціативній діяльності на власний ризик. Тут поєднується два мотиваційні аспекти – матеріальний (отримання винагороди в вигляді прибутку) та загальноекономічний (реалізація індивідуальних здібностей).

Діяльності підприємця властива невизначеність результатів, ризикованість дій і це змушує його до вивчення та опанування ринкової поведінки.

Підприємницька діяльність є інноваційною, підприємці привносять на ринок нові товари або послуги, відкривають нові ресурси (або використовують старі на новий лад), сприяють розвитку нових технологій, відкривають нові ринки, реорганізують існуючі підприємства. Тому підприємницька діяльність є творчою та новаторською. Отже підприємницька діяльність полі мотивована.

Підприємець виконує чотири функції, властиві саме цьому виду діяльності: ресурсну, управлінську, інноваційну, ризикову. Виконуючи ресурсну функцію підприємець бере на себе ініціативу поєднання ресурсів у процесі виробництва товару чи надання послуги, організовує виробництво, розподіляє засоби виробництва і трудову діяльність.

Управлінська функція підприємця полягає у прийнятті управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності, здійснення організації, планування, мотивації та контролю виробництва.

Ризикова функція полягає в необхідності прийняття рішень, які спрямовані на досягнення успіху, але не гарантують його через

невизначеність та мінливість економічної ситуації. Особливістю ризику підприємця є те, що він ризикує не лише своєю власністю, вкладеними коштами, а й своєю працею, часом, діловою репутацією.

Інноваційна функція передбачає здійснення інновацій (нововведень), освоєння нової продукції, нових технологій та нових форм організації виробництва і праці, пошук нових ринків збуту, нових засобів задоволення потреб споживача, перехід від традиційних до нових форм господарювання, які не мають аналогів у господарській діяльності.

Саме новаторська функція підприємця визначається тісною взаємодією складових мотивації до праці, матеріальних та моральних стимулів, мотивів до самовиразу, реалізації власних можливостей. Підприємця серед решти людей вирізняє три особливості: прагнення до незалежності, підвищене прагнення до досягнення мети і схильність до ризику. Підприємці — це люди, що живуть за принципом «можеш — зроби». Психологи стверджують, що вони готові взяти на себе відповідальність за допущені помилки, так само як і винагороду за досягнуті успіхи. Вони ніколи не ставляться до невдачі як до фіналу, а лише як до набутого досвіду, на якому ґрунтуватиметься подальший успіх.

Отже сутність підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця - підприємець повинен мати не лише бажання або схильність до підприємництва, а й певні ділові якості й риси характеру: впевненість у собі, уміння ризикувати, рішучість і сміливість, уміння знаходити нестандартні рішення та оцінювати перспективність нових ідей.

Відомий американський економіст Йозеф Шумпетер стверджував, що підприємець це людина особливого складу, прибуток для нього є лише символом успіху. Найголовніше для нього стати на незвіданий шлях, далекий від усталених рішень. Дослідження вчених-соціологів свідчать, що на першому місці серед мотивів діяльності підприємців опинилися можливість

діяти самостійно, бажання проявити власні здібності та займатися улюбленою справою, і лише потім — отримання прибутку. Хоча і натепер багато людей вважають, що єдиною метою підприємця є отримання прибутку.

Однак роль бізнесу не завжди зводиться до заробляння грошей, у підприємницькій діяльності поєднуються приватний та суспільний інтереси. Підприємець передусім реалізує свій особистий, приватний інтерес, організовує власну справу таким чином, щоб отримати від неї найбільшу вигоду. Прибуток для нього не є самоціль, і поєднується з бажанням реалізації ідеї. Підприємці в сучасних умовах активно залучаються до розв'язання проблем, які постають перед країною та світом, є соціально відповідальними, добровільно розвивають благодійність та меценатство, формують етику підприємництва.

Провідними факторами мотивації в підприємницьких структурах є інтерес до свого бізнесу; потреба працювати в середовищі собі подібних професіоналів; бажання реалізувати свої лідерські якості та ідеї. Реалізація мотиваційного механізму підприємницької діяльності можлива за умови розвитку конкурентного середовища, яке сприяє накопиченню критичної маси підприємців, задоволенню зростаючих потреб та розвитку суспільства.

### Література

1. Варналій З. С. Основи підприємництва: Навчальний посібник. – 2-ге вид.. випр. і доп. -К.:Знання-Прес, 2003. - 285с.
2. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www. ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

**Міняйленко І.В.**, ст. викладач

**Ушакова Ю.С.**, студентка

Полтавський національний технічний університет

імені Юрія Кондратюка

## **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА МЕТОДОМ «360 ГРАДУСІВ»**

Кожна організація чи підприємство завжди прагне досягнення поставлених цілей. Рівень ефективності праці та реалізація тої чи іншої мети підприємства значною мірою залежить від особливостей механізму управління персоналом — основним ресурсом будь-якої організації. Саме від рівня кваліфікації персоналу, його професійного розвитку, умінь та здібностей працівників залежить ефективність функціонування та розвиток підприємства. Але, сьогодні достатньо важко визначити рівень професіоналізму працівника лише за документами про освіту. Тому в організаціях зазвичай використовують оцінку персоналу, що є критерієм його професійних здібностей, а також показує особисті якості та перспективні можливості тих чи інших працівників.

У загальному розумінні оцінка персоналу — це така система, що дозволяє визначити результати роботи та рівень професійної компетенції працівників, а також їх потенціалу в розрізі стратегічних завдань підприємства [1]. При проведенні оцінки персоналу необхідно, перш за все, обрати такий метод, що зможе забезпечити найбільш об'єктивну оцінку та відповідатиме особливостям підприємства чи організації в цілому.

Одним з найефективніших методів оцінки персоналу є метод «360 градусів» (або кругова оцінка) — це метод оцінки персоналу за компетенціями, коли ділове оточення оцінює співробітника на ступінь його

відповідності займаній посаді [2]. Тобто суть даного методу полягає у тому, що співробітника оцінюють оточуючі його працівники відповідної організації.

Саму назву «Метод оцінки 360 градусів» запропонував П. Ворд. Він визначив його «як метод систематичного збору інформації стосовно результатів групи або індивідуума, отримуваної від оточення» [3].

Головна мета даного методу — отримання інформації про розвиток тих компетенцій співробітника, що є найбільш важливими для ефективного виконання завдань та досягнення цілей певної організації. Компетенція працівника — це його здатність вирішувати певні професійні завдання.

Унаслідок проведення оцінки за даним методом керівник підприємства отримує рейтинг компетенцій працівника, розуміючи, таким чином, що цей працівник робить найкраще, що у нього виходить непогано, а з чим є проблеми. Важливо зазначити, що усі ці сторони оцінюваного працівника бачить не тільки сам керівник, а й усі, хто входить у оточення даного працівника.

Основними умовами застосування методу «360 градусів» є такі: анонімність проведення оцінювання; оповіщення співробітника перед його оцінюванням; роз'яснення мети оцінювання: не для того, щоб, наприклад, звільнити когось, знизити зарплату тощо, а для того, щоб організація чи підприємство могло розвиватися та планувати свою роботу продуктивніше.

Для проведення оцінювання працівника за даним методом треба створити модель компетенцій — систему всього того, що повинен знати й уміти працівник, що обіймає певну посаду, для того, щоб ефективно працювати в організації [3], керуючись при цьому особливостями професійної діяльності відповідного працівника. Саме ті здібності, що будуть визначати успішність виконання професійної діяльності, і стануть складовими моделі компетенцій.



Переходячи від моделювання компетенцій до розробки самої анкети для оцінки, треба спочатку розробити індикатори компетенцій. У цих індикаторах відображається конкретна спостережувана поведінка працівника, у якій проявляється певна компетенція, кожна з яких може проявлятися на п'яти рівнях: негативний, обмежений, базовий, майстерність, стратегічний. Далі розробляється шкала оцінювання, яка цим рівням відповідає, після чого складається анкета для оцінювання, у якій кожен оцінювач проставляє бали оцінюваному співробітнику за індикаторами компетенцій. Завершальний етап оцінювання — аналіз результатів анкетування. Таким чином, усереднивши оцінки за кожною компетенцією, можна виявити слабкі й сильні сторони оцінюваного працівника. Отже ключовою особливістю і великим плюсом оцінки персоналу методом «360 градусів» є, по-перше, високий рівень об'єктивності оцінювання і, по-друге,— одержання інформації, яка ґрунтується на спостереженнях багатьох, а не лише однієї людини, а це максимально знижує можливість впливу особистого ставлення, симпатій чи антипатій і взагалі вказує на демократичність стилю керівництва.

### Література

1. Оценивание персонала: Методы оценки персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.brainity.ru/business/career/10424>.
2. Оцінка персоналу за методом «360 градусів» [Електронний ресурс]. — Режим доступу:<https://uk.wikipedia.org>.
3. «360 градусів»: оцінка компетенцій співробітника [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=5555>.

**Виноградова Т.І.**, старший викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ШЛЯХИ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА**

Сьогодні перед вищою школою, насамперед перед навчальними закладами системи аграрної освіти, постали принципово нові завдання, що полягають у забезпеченні нової якості підготовки фахівців відповідно до суспільних вимог, викликані кардинальними змінами нашого часу. Вирішення завдань такого типу пов'язане із формуванням менеджерів нового покоління, представників національної гуманітарно-технічної еліти.

Успішне розв'язання такого завдання потребує організації і проведення серйозного аналізу професійних очікувань студентів та їх реалізацію. Становлення кар'єри студента тісно взаємопов'язане із успішністю його навчання різнопрофільним дисциплінам, особливо психолого-педагогічного спрямування.

Підготовка спеціалістів у вищій школі є процесом формування професійної компетенції, яка з предметними знаннями, включає в себе соціально-психологічну готовність особистості до майбутньої діяльності. Водночас навчання починається із самоусвідомлення, тобто розуміння самого себе, власних сил, прагнень, властивостей і можливостей їх розвитку. Подібний рівень самосвідомості може сформуватися на основі особистої діяльності людини, для ефективного якої є всі психологічні передумови.

Зазвичай професійний розвиток особистості майбутнього фахівця починається у вищому навчальному закладі, де формуються його професійно значущі якості, творчі здібності, інтереси, потреби, зростає загальний рівень культури. Крім того є можливість опанувати мистецтво спілкування з людьми, що в подальшому багато в чому визначає успіх у його професійній діяльності, уміння керувати своїми психічними процесами та станами.

З іншого боку, низька психологічна культура юнаків і дівчат, які переступили поріг університету, обмежує їхню здатність до інтроспекції та саморегуляції, що виявляється в нездатності молоді успішно здійснити процес власного професійного самовизначення в період навчання в середній школі, через що вибір навчального закладу для оволодіння майбутньою спеціальністю найчастіше відбувається з причин, що не мають безпосереднього відношення до професійних інтересів особистості. Як вже неодноразово зазначалося в психолого-педагогічній літературі, якби майбутні студенти усвідомлювали, що становитиме сутність їхньої роботи за спеціальністю, то особливих проблем з виховання і навчання спеціалістів у вищих закладах освіти не існувало б. Багатьох проблем навчання та професійного становлення особистості можна було б уникнути за умови її здатності до глибокого психологічного самоаналізу, самоідентифікації. Однак цьому процесу слід сприяти.

В умовах зміни педагогічної парадигми, гуманізації освіти, активізації тенденцій особистісно орієнтованого навчання та виховання оновлюються погляди на цілі, зміст, принципи, завдання, технології професійної освіти фахівців аграрної сфери. Сучасна соціокультурна ситуація актуалізує питання підготовки кваліфікованого фахівця, котрий вільно володіє своєю професією, здатний до ефективної комунікативної взаємодії з іншими людьми, готовий до постійного професійного вдосконалення та саморозвитку.

За таких умов особливого значення для професійної підготовки майбутніх спеціалістів набуває цикл дисциплін професійної та практичної підготовки. Одним із компонентів цього циклу є дисципліни психолого-педагогічної спрямованості, покликані забезпечити знання й уміння, визначених галузевими стандартами й іншими нормативними актами. Метою практичної та професійної підготовки майбутніх фахівців у вищому навчальному закладі є формування професійних умінь і особистісних якостей фахівця, оволодіння найважливішими видами професійної діяльності.

Актуальність формування конкурентоспроможності фахівця полягає в тому, що ринок праці, який знаходиться у стані динамічного розвитку, і «ринок особистостей» висовують до спеціалістів високі вимоги. Все більшої ваги набувають такі якості як соціальна відповідальність, адекватне сприйняття і мобільне реагування на нові фактори, самостійність і оперативність у прийнятті рішень, готовність до демократичного спілкування, соціально активних дій, здатність швидко адаптуватись до нових умов та інші якості, що визначають конкурентоспроможність особистості.

У зв'язку з цим ще більш актуальною стає задача визначення сутності конкурентоспроможності фахівця та її складових елементів, які мають становити базу психолого - педагогічного процесу формування згаданої якості у майбутнього фахівця – випускника вищого навчального закладу.

Зміст професійної підготовки майбутнього фахівця повинен забезпечити здатність особи вирішувати різні задачі, які можуть виникнути в майбутній професійній діяльності, а також передбачати можливості засвоєння нею змісту навчання. Надзвичайно широкий діапазон необхідної обізнаності для прийняття якісних професійних рішень у майбутній фаховій діяльності менеджера зумовлює набір навчальних дисциплін, представлених у навчальному плані. Такими дисциплінами є предмети психолого-педагогічної спрямованості, що направлені на розвиток і формування навичок комунікативної взаємодії майбутнього фахівця, тому сприяють формуванню стилю професійно-зорієнтованого спілкування майбутніх менеджерів, розвитку особистості, формують фахові та особистісні якості майбутнього спеціаліста.

Отже, підготовка майбутніх фахівців у вищій школі не може обмежуватися накопиченням суто предметних знань, умінь та навичок. Важливим елементом компетенції спеціаліста є його соціально-психологічна готовність до майбутньої діяльності. Здатність особистості виявити себе “практичним психологом”, вміння проникнути у внутрішній світ людини,

адекватно інтерпретувати, прогнозувати, коректувати як власну поведінку, так і поведінку оточуючих, є ознакою професіоналізму. Зважаючи на «характер» психології, озброєння майбутніх фахівців професійно важливими психологічними знаннями повинно мати міждисциплінарний характер.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н, доцент,

**Хохуля І.В.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ПРАВИЛА РОБОТИ ЗІ СКЛАДНИМИ КЛІЄНТАМИ В РОБОТІ МЕНЕДЖЕРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**

У будь-якій сфері послуг, в тому числі і в готельно–ресторанній індустрії, ключову роль відіграє задоволеність клієнта. При цьому, враження буде складатися не тільки через кінцевий результат послуги - величезне значення має сам процес переговорів, а також вміння персоналу залагоджувати конфлікти і виробляти позитивне враження.

Згідно статистики незадоволений клієнт ділиться своїми враженнями з іншими більш охоче, ніж клієнт, якому обслуговування сподобалося. Втрата клієнтів є небезпекою для будь-якої організації, тому що створює їй антирекламу. За результатами американських досліджень 70 % опитаних респондентів (понад 3000 осіб) змінили магазин, в якому обслуговувалися, через погане ставлення до них продавців та менеджерів [1].

Спілкуючись з клієнтом, дуже важлива повна концентрація на вирішенні його проблеми. Варто продемонструвати свою зацікавленість у ситуації, що склалася, вказати шляхи, які можна використати, щоб вирішити проблему. Необхідно домагатись врівноваженості у відносинах з клієнтом. Принцип рівноваги полягає в тому, що надавач послуг не відступає, а нейтралізує тиск клієнта, не пригнічує, а піднімає його до свого рівня знань

товару і послуг, переконаності в їхніх перевагах, щирості і впевненості в поведінці [2].

Важливо використовувати правильні словосполучення. Наприклад, «Ми можемо запропонувати Вам альтернативу» звучить для клієнта набагато сприятливіше, ніж «Що Ви хочете натомість?». Не варто обходити слова вибачення за незручності, якщо вони мають місце. Приємним показником компанії для будь-якого клієнта є додаткові бонуси, пов'язані з надаваною послугою.

Використовуючи різні форми спілкування менеджери отримують інформацію про потреби клієнта, мотивацію його звернення до їхньої організації; рівень задоволеності очікувань клієнта; поведінку клієнта до і після купівлі продукту чи послуги; думку про різні аспекти діяльності організації. Оскільки основою дій клієнтів є певний мотив, то й дослідження менеджер повинен починати з вивчення мотивів поведінки клієнтів. Для ефективного спілкування з клієнтами необхідно, щоб менеджери були тактовними та ввічливими, а найголовніше - точними у виконанні своєї обіцянки. Не можна демонструвати клієнтові свою надмірну зайнятість, безперервно розмовляючи по телефону, весь час виходячи в інші кабінети тощо. Якщо прийнято якесь рішення, то його треба дотримуватися. На всі телефонні дзвінки та листи необхідно давати своєчасну і вичерпну відповідь. Такі вимоги стосуються як працівників організації, так і клієнтів. Якщо таке ставлення буде з обох сторін, то й взаємини будуть приємними для кожної з них. Важливо пам'ятати, що завдяки негативним відгукам з'являється корисна можливість відстежити та усунути вади діяльності, підняти проект на новий рівень, виправити слабкі місця.

Таким чином побудова відносин з клієнтом повинна ґрунтуватися на можливості уникнення конфлікту та досягненні окрім функціонального, ще й психологічного комфорту клієнта.

## Література

А. Я. Психологія: тести, тренінги, словник, статті [Електронний ресурс] : [Веб-сайт].- Електронні дані. – Режим доступу: <http://azps.ru/> (дата звернення 17.04.2018) – Психологічні особливості партнерів, клієнтів.

Чайка Г.Л. – Культура ділового спілкування менеджера – Навчальний посібник / Г.Л. Чайка. - К.:Знання, 2005.-442 с.

### **3. НОВІ РЕАЛЬНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ: СТРАТЕГІЧНЕ ТА АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ, УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА ІННОВАЦІЯМИ, СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ.**

**Морозов О. В.**, д. с.-г. н., професор  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**Морозова О. С.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародних  
економічних відносин та економічн. теорії,  
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу та права»

### **ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО: ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

У системі забезпечення сталого розвитку регіонів і України в цілому важливе місце належить виробництву екологічно безпечних продуктів харчування на основі впровадження інноваційних технологій у сільське господарство. В процесі становлення і розвитку органічного агровиробництва постає завдання виробництва високоякісного продовольства і сировини, що сприяє поліпшенню здоров'я і добробуту населення, забезпеченню вимог екології і охорони навколишнього середовища.

В Україні виробництво екологічно чистого продовольства перебуває на початковому етапі розвитку. Регламентуючими документами в сфері забезпечення населення екологічно безпечною продукцією є Закони України: «Про екологічну експертизу»; «Про пестициди та агрохімікати»; «Про екологічну мережу України»; «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року»; «Про безпечність харчових продуктів»;

«Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини; «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності»; «Про дитяче харчування» та інші.

Єдиним законодавчим документом, що регламентує правила та норми виробництва екологічно чистої продукції, є Закон України «Про органічне виробництво» [1]. Згідно з ним, органічна продукція та сировина мають бути вироблені у визначених зонах для ведення органічного сільськогосподарського виробництва. Для продуктів харчування та нехарчових продуктів вимоги до екологічної чистоти продукції будуть різними (рис. 1.).

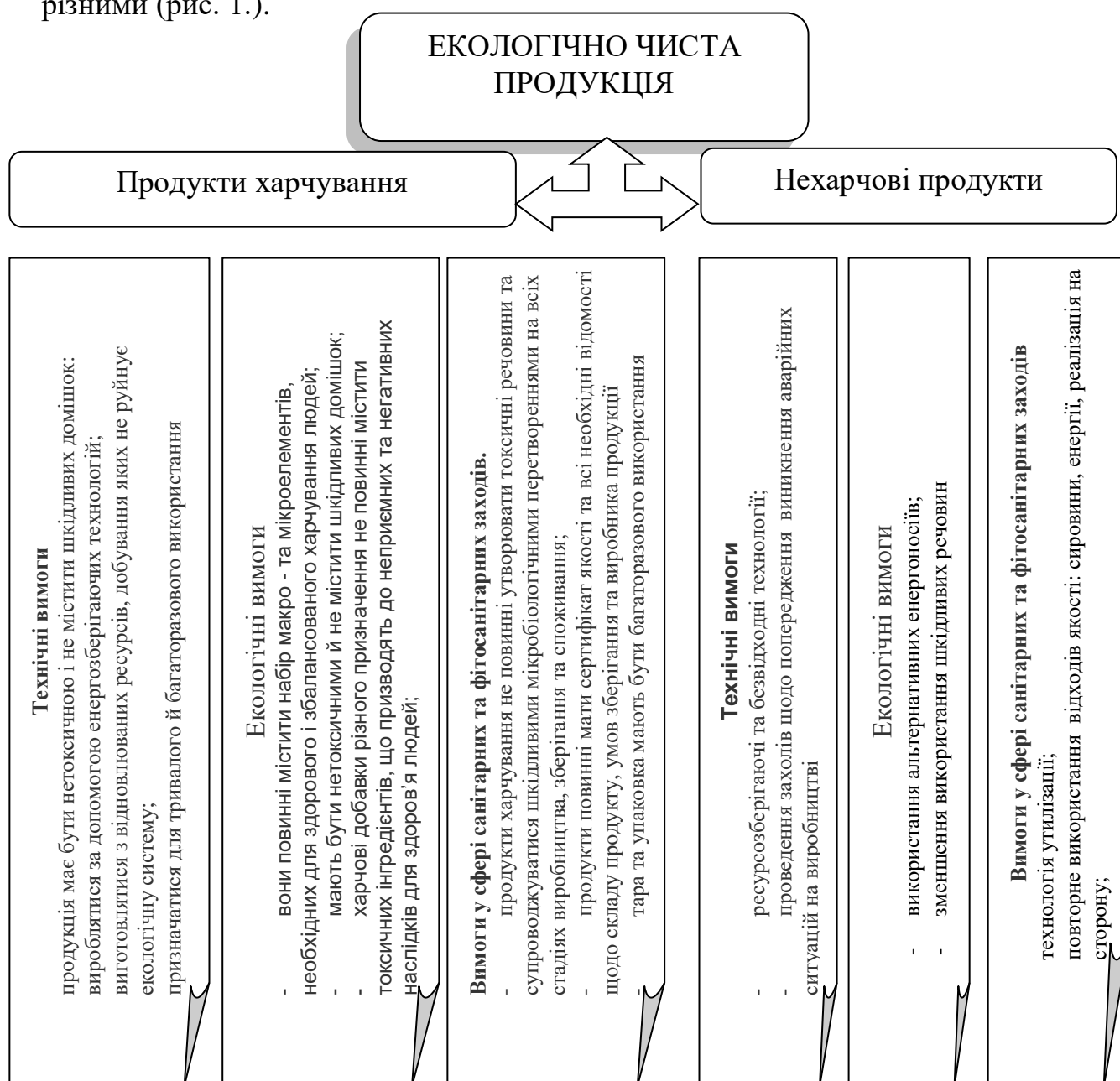


Рис. 1. Підходи до Екологічно Чистої Продукції та ознаки „екологічно безпечних” харчових та нехарчових продуктів[2,3, 4,5]



Слід зазначити, що в різних країнах існують деякі термінологічні відмінності при позначенні продукції екологічно чистого (еквіваленти – органічного, біологічного) виробництва. Наприклад, в країнах ЄС та США єдиним офіційно прийнятим позначенням є термін «органічна продукція» (organic food, або organic products). В інших країнах Європи та СНД, крім зазначеного, також вживають терміни «екологічно чиста», «біоорганічна» та «екологічно безпечна» продукція. У країнах ЄС екологічно чистою (органічною) продукцією вважається тільки та, яку було вироблено, оброблено та реалізовано відповідно до органічних стандартів Постанови Комісії (ЄС) №889/ 2008 або стандартів Міжнародної федерації органічного сільського господарства (IFOAM).

Органічне виробництво є пріоритетним напрямом розвитку сільського господарства, дозволяє реалізувати концепцію збалансованого розвитку агросфери за рахунок соціально-економічної і природно-ресурсної збалансованості і має на меті забезпечення суспільства безпечними та якісними продуктами харчування, а також збереження та покращення стану навколишнього природного середовища.

Таким чином, органічне виробництво забезпечує вихід екологічно безпечної продукції, яка є результатом органічного виробництва – процесу, що забезпечує вирощування сільськогосподарської продукції, використовуючи лише біологічні ресурси та не завдаючи шкоду навколишньому середовищу. Переваги органічної продукції в тому, що вона корисна для здоров'я та екологічно безпечна.

### Література

1. Закон України «Про органічне виробництво» від 19.07.2010 № 7003 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
2. Екологічно чиста продукція АПК: суть поняття, суспільно-географічні підходи до дослідження / Т. В. Єрошина // Український

географічний журнал. - 2012. - № 2. - С. 33-37. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UGJ\\_2012\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UGJ_2012_2_8).

3. Кобець М.І. Органічне сільське господарство - [Електронний ресурс] // Пропозиція – 2006. – № 06. Режим доступу до статті: <http://www.ukragroportal.com/propoz/item.html?PropozRubID=3&Year=&NumID=&obl=&ItemID=1972&Page=40>.

4. Костенко І.В. Обґрунтування застосування екологічного маркетингу на підприємствах України // Наук. вісник УкрДЛТУ. – 2003. – Вип. 13.1. – С. 245-247.

5. Моніторинг як складова управління різними сферами практичної діяльності О.В. Яріш, [Електронний ресурс] Режим доступу: [file:///C:/Users/User/Downloads/Npkntu\\_e\\_2013\\_24\\_7%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Npkntu_e_2013_24_7%20(2).pdf).

**Вайда Т.С.**, канд. пед. наук, доцент,  
завідувач кафедри спеціальної фізичної та вогневої підготовки  
Херсонського факультету Одеського державного  
університету внутрішніх справ

## **СТВОРЕННЯ ПІДРОЗДІЛІВ ПОЛІЦЕЙСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СУЧАСНА УМОВА УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ОПЕРАТИВНО-СЛУЖБОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ**

Удосконалення менеджменту діяльності Національної поліції (далі – НПУ) Міністерства внутрішніх справ України (далі – МВС України) спрямовано в першу чергу на забезпечення безпечних умов життєдіяльності громадян і суспільства в цілому, поступову зміну негативних соціальних стереотипів та оцінок населенням виконуваних правоохоронних функцій (отримуваних результатів фахової діяльності працівників поліції). Саме

поліцейський нині є обличчям публічної безпеки, саме правоохоронець щодня під час вирішення професійних завдань спілкується зі значною кількістю громадян, надає їм посильну допомогу, запобігає створенню негативних соціальних конфліктів тощо [1, с. 84-94].

Нормативні документи, в тому числі й Стратегія розвитку органів внутрішніх справ України, серед пріоритетів протидії злочинності передбачає комплекс заходів по забезпеченню зміцнення публічної безпеки і порядку в державі шляхом виконання превентивних програм та підвищення спроможностей органів системи МВС у цьому напрямі [2]. Низький рівень ефективності превентивних заходів у сфері протидії злочинності є одним із викликів, до боротьби з котрим повинні бути готовими підрозділи Національної поліції.

Особливо ускладнюють несення служби поліцейським такі обставини професійної діяльності, котрі пов'язані з охороною громадського порядку в умовах проведення масових заходів (демонстрацій, мітингів, футбольних матчів тощо). Тому, враховуючи досвід європейських країн, в Україні у сучасних умовах назріла до вирішення проблема створення в системі НПУ окремих підрозділів поліції, котрі б виконували функції превентивної діяльності – поліції комунікації (поліції діалогу). Представники цього підрозділу поліції працюють в багатьох країнах світу – в Монреалі (Канада), Сіетлі (США), Чеська Республіка та ін. На відміну від поліцейських діяльність таких працівників не викликає роздратування, не провокує в асоціальних елементів зворотну агресію, при цьому максимально забезпечується дотримання встановлених норм співіснування у суспільстві [3].

Найбільш наближеною моделлю для створення поліції діалогу в Україні (з врахуванням вітчизняних реалій) є європейський досвід. Наприклад, у Чехії становлення поліції комунікації тривало біля 10 років. В той же час експерти бачать суттєву проблему в українському варіанті

запровадження цього підрозділу – поліція діалогу сприймається як явище чужорідне, котре нав'язується реформаторами або закордонними партнерами.

Працівники підрозділів превенції намагаються попередити будь-які конфліктні ситуації, роз'яснюють дії поліції та зупиняють агресивних громадян несиловими методами (у формі пояснень, переконань, профілактичної бесіди тощо). Їх завданнями є налагодження діалогу із організаторами та учасниками акцій в екстремальних умовах проведення масових заходів: мітингів, футбольних матчів, концертів, маршів, релігійних заходів і т.д.

Дослідженню та вирішенню проблем вдосконалення службової (в тому числі й мовної) етики працівників поліції присвячено праці низки вітчизняних та зарубіжних науковці (О.В. Беца, І.В. Ващенко, І.С. Войцехівська, Н.П. Довгань, А.А. Івін, В.В. Литвин, О.Л. Націєвський, О.О. Небрат, Я.В. Подоляк, В.І. Ряшко, Л.Д. Столяренко, Ф.І. Хміль, Ю.А. Шрейдер та ін.).

Разом з тим, незважаючи на наявність численних наукових досліджень, що стосуються удосконалення культури спілкування працівників правоохоронних органів з громадянами, залишаються без належної уваги питання, які потребують подальшого прискіпливого та детального вивчення – налагодження поліцейськими оперативного діалогу з особами-правопорушниками під час проведення масових заходів, при перебуванні потерпілої особи в екстремальній ситуації, оперативна деескалація конфліктів тощо.

Метою роботи є визначення особливостей менеджменту функціонування новостворюваних підрозділів поліції комунікації як умови удосконалення службово-оперативної діяльності НПУ при забезпеченні правоохоронцями публічної безпеки.

Пропоноване дослідження виконано у відповідності до тематичного плану науково-дослідної роботи Одеського державного університету внутрішніх справ із проблеми «Пріоритетні напрямки розвитку та реформування правоохоронних органів в умовах розгортання демократичних процесів у державі» (державний реєстраційний № 0116U006773).

Результати дослідження. Поліція комунікації (поліція діалогу) – це підрозділи НПУ (відділи забезпечення масштабних масових заходів Департаменту превентивної діяльності НПУ МВС України), котрі стали активно функціонувати в нашій державі з осені 2017 року. Їхнє завдання – зупиняти агресивних громадян вербальними методами на противагу сили (поліцейських заходів примусу – уточнено нами), котра застосовується правоохоронними спецпідрозділами у разі порушення ними (особами – уточнено нами) публічного порядку.

Працівники поліції діалогу з вересня 2017 року були залучені до понад 600 масових заходів. Позитивним результатом є той факт, що 99 % заходів проходили мирно та спокійно, але ж, звичайно, є й винятки. Жодних додаткових коштів з бюджету на створення підрозділів комунікації не витрачено – навчання та екіпірування проводяться за рахунок держав-донорів (Консультативної місії Європейського союзу – уточнено нами). По аналогії з функціонуванням штатних підрозділів у місті Києві – це не додаткові працівники поліції, а ті штатні правоохоронці, які повсякденно займаються забезпеченням правопорядку – їх вивели в окрему структуру, тобто жодних додаткових асигнувань на працівників поліції діалогу не виділяється [3]. Поліцейський-перемовник – це не привілейована особа, а звичайний працівник поліції, який виконує функції з охорони публічного правопорядку. Заробітна плата – звичайна, як і у решти поліцейських, – в залежності від посади, вислуги років, спеціального звання.

На основі аналізу результатів їх роботи за вищезазначений короткий період часу можемо зробити висновок, що представники поліції комунікації

добре зарекомендували себе в першу чергу на масових заходах, під час проведення перемовин з правопорушниками, з потерпілими особами, які потрапили в екстремальну ситуацію, тощо.

Над створення цього підрозділу в Департаменті превентивної діяльності НПУ розпочали працювати ще навесні 2016 року. За основу було взято досвід поліції комунікації Чеської Республіки, а реалізація в нашій країні стала можливою завдяки взаємодії МВС України з Консультативною місією Європейського союзу з реформування сектору цивільної безпеки в Україні, котра діє в українській державі з 2014 року.

На сьогоднішній день у поліції комунікації працює близько 600 поліцейських, які пройшли відповідне навчання та тренінги [3]. Такі підрозділи працюють на позаштатній основі в усіх регіонах держави. Як окремі структурні підрозділи вони функціонують у місті Києві та найбільших містах України (Львів, Одеса, Харків), а також у Черкаській і Дніпропетровській областях.

Для роботи у цій службі відбирають осіб, які пройшли відповідне навчання, в тому числі завдяки допомозі фахівців Консультативної місії ЄС за участю чеських поліцейських (психологічні тренінги із базових знань у галузі соціальної психології, психології натовпу тощо), котрі (закордонні спеціалісти – уточнено нами) провели навчання українських правоохоронців. Тобто серед вітчизняних правоохоронців є сертифіковані фахівці-тренери для масової підготовки правоохоронців НПУ для підрозділів діалогу, які (вітчизняні тренери – уточнено нами) мають сертифікати і Європейського союзу, і Чехії.

Розглянемо більш детально особливості професійної діяльності працівників підрозділу комунікації. Основна мета та завдання поліції комунікації – налагодження взаємодії і довіри з громадянами в потенційних місцях локалізації злочинності, в тому числі роз'яснення окремим особам чи групам людей вимог чинного законодавства України: що можна робити в

публічних місцях, які дії заборонено, а у випадку порушень ними встановлених норм – які можуть застосовуватись санкції, тобто це роз'яснення громадянам їхніх прав, обов'язків і можливих наслідків. Перемовини з організаторами акцій, зняття емоційного напруження між людьми різних соціальних чи політичних груп, роль активного слухача та в деяких випадках навіть виконання ролі досвідченого психолога – все це є складовими служби антиконфліктних груп.

Виконуючи функцію представника державного органу по забезпеченню публічного порядку, працівник поліції у формі в багатьох випадках викликає агресію у громадян (історична традиція українського народу). Тому працівник поліції комунікації заступає на службу у цивільній формі одягу в спеціальному жилеті, на якому зазначено, що він є працівником підрозділу комунікації.

У випадку, якщо вплив вербальних методів (розмов, бесід, переконань тощо) є неефективним, то в таких обставинах працівники поліції комунікації вимушені залишати місце проведення заходу (вчинення правопорушення). Працівники поліції комунікації не застосовують заходів примусу і силу – це є завданням інших спецпідрозділів поліції. У свою чергу, якщо особи порушують законодавство, то вони повинні нести за це відповідальність.

Під час несення служби з працівниками підрозділу комунікації поліцейські інших підрозділів (патрульна служба, дільничні інспектори поліції, військовослужбовці Національної гвардії тощо) не погоджують своїх дій. Виникають, наприклад, такі ситуації, коли поліція патрульної служби діє згідно із поставленими їй завданнями, а є поліція діалогу – виконує службові завдання за своїм планом (перебувають серед натовпу громадян, проводять бесіди з окремими особами тощо). Але у випадку значних масових заворушень, появи та радикального загострення конфліктів поліція діалогу наразі стає безсилою (вичерпує свої можливості).

Особливу увагу працівники підрозділів поліції комунікації мають приділяти спілкуванню зі правопорушниками, особам з девіантною поведінкою. Під час припинення правопорушення працівник поліції змушений спілкуватися з особами, поведінка яких виходить за межі прийнятих у суспільстві норм. Таких осіб потрібно завжди уважно вислуховувати, виявляючи психологічну стійкість (стресостійкість) до образ, звинувачень тощо.

Опинившись в екстремальній ситуації правопорушення, поліцейський повинен намагатися схилити правопорушника до відмови від його вчинення чи попередити особу про можливі наслідки проступку. Для того, щоб переконати осіб з антисоціальною спрямованістю припинити правопорушення, правоохоронцю потрібно намагатися спілкуватись у звичній для них манері [4, с. 70-79]. У таких випадках поліцейському потрібно подолати власну збудженість, емоційну неврівноваженість, а також знизити агресивність у затриманого. У разі виникнення розбіжностей в точках зору на подію під час дискусії правоохоронцю потрібно вибудувати таку мовно-психологічну схему діалогу, яка б одразу спонукала обидві сторони до досягнення повної або часткової згоди. До того ж, потрібно оперативно підібрати комунікативну стратегію спілкування таким чином, щоб встановити цілісну картину події або з'ясувати причини та мотиви того, що спонукало вчинити особу конкретний ресоціалізований вчинок.

Інколи особа з певними відхиленнями не розуміє негативної значущості власних дій та агресивно сприймає вимоги представників поліції. Правоохоронці в таких випадках можуть демонструвати силу й рішучість власних дій з метою психологічного тиску на затриману особу. Водночас поліцейським бажано уникати застосування сили та вирішувати всі конфлікти шляхом діалогу в мирному контексті [1, с. 90].

Висновки. Створення в системі НПУ підрозділів комунікації – це, на наш погляд, правильна та раціональна сучасна ідея в контексті реформування



МВС держави в цілому, актуальність реалізації котрої вже підтверджена ефективними діями багатьох вищезазначених поліцейських підрозділів під час масових заходів в різних регіонах України.

Разом з тим, констатуємо існування також і багато проблем, над вирішенням котрих потрібно наполегливо працювати працівникам новостворених підрозділів комунікації, оскільки нова практика правоохоронної діяльності НПУ вимагає в першу чергу добре підготовлених кадрів.

На практиці ж працівники підрозділів комунікації НПУ в багатьох випадках вчаться на своїх помилках, поволі набувають індивідуального досвіду, власними силами й часто малоефективно вирішують нестандартні ситуації в оперативно-службовій діяльності, добирають тактику спілкування з особами в залежності від категорії учасників масових заходів тощо. З метою удосконалення фахової підготовки працівників підрозділів комунікації необхідно планувати та проводити в системі службової підготовки з поліцейськими щоденні заняття і додаткові навчання-тренінги, допущені наявні недоліки своєчасно аналізувати та виправляти для їх подальшого уникнення у найближчому майбутньому.

Для забезпечення ефективності фахових дій працівників цього підрозділу в екстремальних ситуаціях необхідно, на нашу думку, налагодити: по-перше, професійний відбір осіб, які мають відповідні особистісні якості та досвід роботи в екстремальних умовах (стресостійкі, комунікабельні, спостережливі тощо); по-друге, провести їх ґрунтовну базову фахову підготовку для забезпечення готовності адекватно впливати на неадекватних осіб чи натовп (окремих громадян, груп людей тощо) з врахуванням їх психоемоційного стану, конкретної ситуації, складності правопорушень тощо; по-третє, систематично підвищувати кваліфікацію новопризначених поліцейських з інших підрозділів, яких переведено для подальшого проходження служби в поліцію комунікації.

Під час спілкування з порушниками публічного порядку, особливо під час масових заходів, поліцейський підрозділу комунікації повинен виявляти ряд специфічних особистісних фахово важливих якостей – толерантність, коректність, урівноваженість, повагу до особи, чітко висловлювати власну позицію згідно із законодавством відносно вчиненого порушення, не звертаючи уваги на різні провокативні дії та висловлювання з боку правопорушника чи інших зацікавлених осіб. Усі дії поліцейського повинні відбуватися лише в межах законодавства та не викликати негативний резонанс у суспільстві.

### Література

1. Литвин В.В. Професійне спілкування патрульних поліцейських із різними категоріями громадян / Вікторія Вікторівна Литвин // Юридична психологія. – № 1 (18). – 2016. – С. 84-94.
2. Стратегія розвитку органів внутрішніх справ України: розпорядження Кабінету Міністрів України від 22 жовтня 2014 року № 1118-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1118-2014-%D1%80>.
3. Шевченко В. В Україні діє поліція комунікації: що це таке? / Валерій Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/details/29059408.html>.
4. Вайда Т.С. Виховання комунікативної культури майбутніх офіцерів міліції при вивченні циклу гуманітарних дисциплін у відомчих ВНЗ МВС України / Тарас Степанович Вайда // Таврійський вісник освіти : науково-методичний журнал / гол. ред. А.М. Зубко. – 2012. – Випуск № 2 (38). – С. 70-79.

**Дудченко В.В.**, доктор економічних наук,

Директор Інституту рису НААН України

**Морозов Р.В.**, доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри менеджменту організацій

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**Чекамова О.І.**, кандидат економічних наук,

завідувач сектору маркетингових досліджень,

інтелектуальної власності та економічного аналізу

Інституту рису НААН України

## **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РИСІВНИЦТВІ**

Перетворення потенціалу аграрної науки в рушійну силу економічного піднесення галузі рисівництва можливе лише на основі формування і реалізації інноваційного потенціалу в системі «наука-інновації-виробництво», тому дослідження можливостей наукової сфери в забезпеченні виробничих потреб галузі є своєчасними і актуальними. Сьогодні необхідне проведення досліджень процесів формування інноваційного потенціалу науково-інноваційної діяльності в галузі рисівництва України.

Нині інновації є ключовим чинником економічного зростання галузі рисівництва, а інновації, створені на основі наукових досягнень, мають суттєвий вплив на рівень розвитку як галузі, так і окремих сільськогосподарських підприємств, формуючи конкурентні переваги.

Визначено, що інноваційний потенціал науково-інноваційної продукції є критерієм результативності науково-інноваційного процесу на всіх його фазах та визначається як сукупність наявних можливостей, засобів реалізації

прав на інтелектуальний продукт як нематеріальної складової науково-інноваційної продукції для отримання економічних вигод від її використання, які відображають націленість на комерційний результат.

Зазначимо, що наукова та інноваційна діяльність мають як спільні риси (інтелектуальна, творча діяльність), так і відмінності (не всі наукові досягнення мають інноваційний характер, так само як і не всі інновації є результатом наукових досліджень, інноваційні рішення орієнтовані на комерційне використання, але не завжди мають таку характеристику як наукова новизна). Інновація базується на такому науковому результаті, який має інноваційний потенціал, та корелюється потребами виробництва і ринковими процесами.

Процес науково-інноваційного забезпечення виробничої сфери передбачає взаємодію наукової, інноваційної та виробничої сфери. Інтеграція наукової сфери у виробництво відбувається за посередництва інноваційної сфери. Інноваційна складова є програмуючою оболонкою для наукового процесу, що вказує напрям та програмує результати наукової діяльності. В свою чергу, виробнича сфера є тим середовищем, в рамках якого здійснюється науково-інноваційна діяльність.

Оцінка інноваційного потенціалу галузі рисівництва здійснюється з одного боку, через показники потенціалу знань і інтелектуального капіталу, з іншого – через складові науково-технічної продукції і їх вплив на вирішення проблем в розвитку товарного виробництва і ринку. Для реалізації проблемно-орієнтованого методу гармонізації та оцінки інноваційного потенціалу в рисівництві розроблена модель застосування методу оцінювання інноваційного потенціалу на стадіях його формування та реалізації (рис. 1).

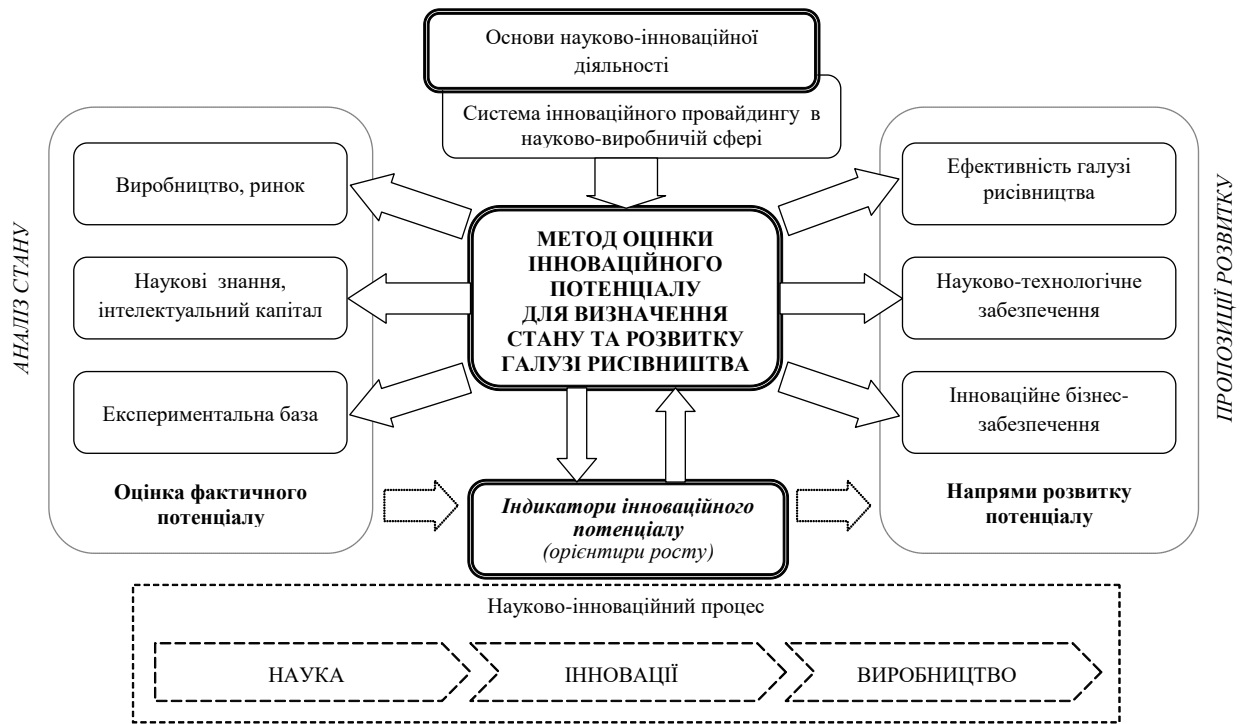


Рис. 1. Модель застосування методу оцінювання інноваційного потенціалу

Таким чином, інновація як капіталізована і комерціалізована новація (науково-технічна продукція) є об'єктом ринкових відносин. Ефективність інновацій характеризується поняттям інноваційного потенціалу як здатності і можливості суб'єктів наукоємного ринку виробляти конкурентоспроможну продукцію за рахунок впровадження інновацій та готовність галузі до їх сприйняття з метою формування і реалізації конкурентних переваг на національному та світовому ринку. Особливості, притаманні ринку інновацій, вимагають врахування підходів до оцінювання інноваційного потенціалу на етапах створення (у ринкових відносинах винахідник – інноваційний підприємець) та реалізації (у відносинах між інноваційним підприємцем, виробниками, споживачами продукту). Ключовими критеріями оцінки інноваційного потенціалу на етапі створення виступає якість і практичність інноваційного продукту, на етапі реалізації – здатність існуючої виробничої системи до освоєння і отримання вигоди.

**Ломовських Л.О.**, к.е.н., доцент,

**Ковальова В.І.**, здобувач другого (магістерського) рівня  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогоднішній день SWOT-аналіз є важливим інструментом стратегічного планування як діяльності підприємства, так і розвитку галузі, області, країни у цілому. SWOT-аналіз передбачає виявлення сильних та слабких сторін досліджуваного об'єкта, а також його можливостей та загроз. За результатами аналізу необхідно розробити заходи щодо перетворення слабких сторін у сильні, розвитку можливостей та запобігання загроз [1, 2].

Проведемо SWOT-аналіз маркетингової діяльності СТОВ «Маяк» Чугуївського району Харківської області.

Сильними сторонами підприємства є:

- близьке розташування до районного центра – м. Чугуєва, що є основним місцем збуту продукції роздрібним покупцям;
- розміщення СТОВ «Маяк» на рівнині, на якій переважають дерново-підзолисті ґрунти та чорноземи, які є цінними та родючими ґрунтами;
- рентабельність виробництва, що дає можливість розширеного відтворення;
- забезпеченість власними органічними добривами;
- наявність власної кормової бази завдяки існуванню в господарстві галузі тваринництва.

Слабкі сторони підприємства: постійне зростання рівня збитковості тваринницької галузі; фізично та морально застарілі трактори та комбайни, які унеможливають ефективне здійснення обробітку ґрунту та отримання врожаїв з найменшими втратами при збиранні; неможливість виділення достатньої кількості коштів на придбання мінеральних добрив та кормів,

якісного насіннєвого матеріалу, отрутохімікатів; відносно невисока урожайність сільськогосподарських культур та продуктивність корів; недотримання сівозмін; низька частка посівних площ у площі ріллі.

Можливості: підвищення кількості та якості врожаю; придбання техніки в кредит або лізинг на вигідних (для підприємства) умовах; залучення до роботи в СТОВ «Маяк» молодих фахівців, які, як правило, є генераторами нових ідей та мають більш сучасне бачення щодо ведення бізнесу в аграрній сфері.

Загрози: постійна політична нестабільність в країні; економічна криза, яка проявляється у високих темпах інфляції, надмірному зростанні курсу валют, зниженні закупівельних цін на продукцію (при зростанні її собівартості), відмові банківських установ у наданні кредиту; відсутність продуманої та стабільної державної політики щодо підтримки сільськогосподарських товаровиробників; існування великої кількості конкурентів на ринку сільськогосподарської продукції; нестабільні погодні умови.

Таким чином, в господарській діяльності СТОВ «Маяк» існує велика кількість як позитивних, так і негативних моментів. Також слід підкреслити існування достатньої кількості можливостей та загроз, що несе в собі зовнішнє середовище. Так, за результатами аналізу можна зробити висновок про те, що фактори макросередовища впливають на СТОВ «Маяк» в цілому негативно, при цьому несприятливий вплив чинять такі фактори: нестабільна політична ситуація, зростання темпів інфляції, низький рівень державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, еміграція населення, скорочення доходів населення, не сприятливі погодні умови.

Підводячи підсумки необхідно відзначати, що, за результатами виконаного аналізу, загальній стан підприємства покращується, оскільки СТОВ «Маяк» Чугуївського району Харківської області має достатній потенціал для успішного функціонування, однак необхідно застосувати всі його переваги та можливості для усунення наявних недоліків та загроз.

Розвиток комплексу маркетингу та підвищення його значення на сільськогосподарських підприємстві здебільшого залежать від ефективності роботи структурних підрозділів, відповідальних за застосування маркетинг [3]. Якщо СТОВ «Маяк» бажає надалі існувати на ринку та розвиватись, конкуруючи з іншими підприємствами, йому необхідно терміново приймати стратегічні рішення щодо усунення слабостей, уникнення загроз, використання можливостей та росту сильних сторін підприємства. А саме слід звернути увагу на розвиток галузі тваринництва, подальше пристосування до зовнішніх неконтрольованих чинників задля досягнення основної мети діяльності підприємства – отримання високих прибутків та показників рентабельності, зниження собівартості продукції за рахунок дотримання агротехнології, збільшення питомої ваги посівних площ у структурі ріллі, модернізація галузі тваринництва.

### Література

1. Єфремова Н.О. SWOT-аналіз маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств України /Н.О. Єфремова// Problems of the development of modern science: theory and practice. – 2018. – С. 169-172.
2. Ломовських Л.О. Підвищення економічної ефективності діяльності підприємства на основі стратегічного планування / Л.О. Ломовських, С.С. Яропук // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». - 2014. - № 6. - С. 210-215.
3. Рябуха І. С. Розробка комплексу маркетингу та поліпшення маркетингової діяльності на базі товариства з обмеженою відповідальністю "Новоолександрівське" Вовчанського району Харківської області / І. С. Рябуха // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В.Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 6. - С. 196-203. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau\\_ekon\\_2013\\_6\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_6_31).



**Морозов Р.В.**, доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
**Вожегов С.Г.**, доктор сільськогосподарських наук, вчений секретар  
Інституту рису НААН України

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГАЛУЗІ РИСІВНИЦТВА**

Концепція стратегічного управління розвитком галузі рисівництва – це система ключових положень, що досить повно, цілісно і всебічно розкривають окреслені сфери, об'єкти і суб'єкти управління, цілі, методи, функції та завдання суспільно-політичних і територіальних рівнів управління, а також послідовність дій з удосконалення системи управління.

Як зазначає автор колективної монографії «Управління комплексним розвитком агропромислового виробництва і сільських територій» П.Т. Саблук, «...потрібна принципово нова організація управління аграрним сектором, яка б з врахуванням змін у суспільно-економічній системі країни раціонально поєднувала територіально-самоврядні і галузеві аспекти управління комплексним розвитком сільського господарства і сільських територій» [3, с. 5].

Сутність «стратегічного управління» вітчизняні науковці визначають як «...підготовка і реалізація генеральної, основної програми, спрямованої на досягнення мети в будь-якій галузі діяльності. Управління стратегічне забезпечує способи та форми планування, підготовки, а також методи здійснення управлінського впливу на об'єкт управління для досягнення поставленої мети» [2, с. 322].

Таким чином, дослідження дають підстави розглядати управління як цілеспрямований і свідомий вплив суб'єкта (організаційної структури

управління) на будь-які об'єкти з метою зміни їх стану, який спрямовується на досягнення поставлених цілей.

З огляду на викладене доцільно дослідити сфери і об'єкти управління розвитком галузі рисівництва.

Доведено, що до складу АПК входять три основні сфери: виробництво засобів виробництва для сільського господарства та його виробничого обслуговування; власне сільське господарство; заготівля, переробка, зберігання, транспортування і збут сільськогосподарської продукції [1, с. 83].

За такого підходу об'єктами управління в галузі рисівництва мають бути:

- рисівницькі господарства, підприємства, які займаються прийманням на зберігання і переробкою рису, виробники технічних засобів та інших матеріально-технологічних ресурсів для виробництва рису, підприємства, які займаються допоміжними видами економічної діяльності (технічним обслуговуванням і експлуатацію зрошувальних систем);

- організації продовольчого ринку, ринків матеріально-технічних ресурсів і агротехнічних послуг;

- інститути ринкової інфраструктури (інститути ринку фінансових послуг, інститути ринку праці, інститути товарних ринків) та допоміжна інфраструктура (консалтингові організації, аудиторські контори);

- первинні суб'єкти місцевого самоврядування – державні партнери (територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування);

- науково-дослідні і освітні установи аграрного профілю;

- природоохоронні заклади тощо.

Оскільки суб'єктами управління аграрним сектором є органи управління, які за суспільно-політичними рівнями поділяються на органи господарського, громадського професійного управління та державні

управлінські установи, їх повноваження з управління знаходяться в різних площинах.

Як відмічає М.Ф. Кропивко, «...господарське (підприємницьке) управління розвитком агропромислового виробництва і самоврядне управління розвитком сільських територій здійснюється на засадах повної господарської самостійності, а діяльність органів державного, регіонального (обласного) і громадського професійного управління розвитком агропромислового виробництва і сільських територій має демократичний забезпечувальний характер на основі законів і правових норм» [1, с. 87].

Слід зазначити, що за такого підходу відбувається розмежування повноважень і відповідальності між суспільно-політичними рівнями управління розвитком сільськогосподарського виробництва.

Таким чином, нині ефективне функціонування галузі рисівництва в Україні, як відкритої динамічної системи зернового сектору економіки регіону та складової продовольчих ресурсів, вимагає розробки і впровадження нових підходів до стратегічного управління. Зрештою, йдеться про комплексну модернізацію системи управління розвитком рисівництва, що має стати визначальною передумовою реалізації складних завдань стабільного розвитку цієї галузі сільського господарства.

### Література

1. Організація управління аграрною економікою : монографія / [М. Ф. Кропивко, В. П. Немчук, В. В. Россоха та ін.] ; за ред. М. Ф. Кропивка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 420 с.
2. Осовська Г. В. Економічний словник/Осовська Г. В., Юшкевич О. О., Завадський Й. С. – К. : Кондор, 2007. – 358 с.
3. Управління комплексним розвитком агропромислового виробництва і сільських територій / [Саблук П. Т., Кропивко М. Ф., Булавка О. Г. та ін.] ; за ред. П. Т. Саблука, М. Ф. Кропивка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 454 с.

**Морозова О.Г.**, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри зовнішньоекономічної діяльності,  
ДВНЗ «Херсонський національний технічний університет»

## **УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ НАПРЯМАМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Історія і практика розвитку світової економіки та економіки окремих держав і регіонів свідчить, що найвищого рівня добробуту та багатства досягають насамперед ті держави, які йдуть шляхом створення конкурентоспроможного господарства, невід'ємним елементом якого є підтримка експортної діяльності суб'єктів господарювання на всіх щаблях господарського управління. З огляду на це, найголовнішим завданням зовнішньоекономічної політики України на сучасному етапі є створення та підтримка конкурентоспроможних на світовому рівні сфер національного господарства та економік регіонів, забезпечення найбільш сприятливих умов для розвитку їх експортного потенціалу, підтримка зовнішньоекономічної діяльності такими способами, які дозволяють зменшити суперечності між суб'єктами економічної діяльності і забезпечують найбільший економічний ефект. У науково-теоретичному плані вибір таких способів становить складну комплексну проблему, одним із методів розв'язання якої є формування ефективного механізму управління та активізації зовнішньоекономічної діяльності. Отже, дослідження організаційно-економічного механізму управління та активізації зовнішньоекономічної діяльності регіону є актуальною науковою проблемою, вивчення якої значно інтенсифікувалося за останні десятиліття, з огляду на проголошення інтегрування України до ЄС стратегічним пріоритетом зовнішньої політики держави. Управління на цьому шляху здійснюється завдяки формуванню відповідних концепцій та теоретичних положень, які частково знайшли

практичну реалізацію у розробці і прийнятті законів, нормативно-правових актів, формуванні та реалізації стратегій і програм соціально-економічного розвитку регіонів України [1].

У межах поставленої мети дослідження доцільним є вирішення таких завдань: формулювання концептуальних підходів до формування механізму зовнішньоекономічної діяльності регіону з точки зору стратегії розвитку держави; обґрунтування принципів та специфіки зовнішньоекономічної діяльності регіону, визначення його місця в системі зовнішньоекономічної стратегії та політики держави; здійснення економічного аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності південного регіону, дослідження його місця в євроінтеграційному поділі праці і міжнародному співробітництві; з'ясування ролі області у системі міжнародних транзитних коридорів України; визначення напрямів вдосконалення регіонального механізму міжнародної співпраці; обґрунтування стратегічних напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіону, оцінка їх ефективності на перспективний період [2].

Сучасний розвиток підприємств промисловості України характеризує собою процес зміни визначальних характеристик економічної системи, зокрема, її елементів, зв'язків між ними та пропорцій розвитку. Це стосується не тільки економіки в цілому, а й її підсистем галузевого рівня, що мають регіональну прив'язку. У кожному регіоні діють, або мають перспективи розвитку, підприємства, що можуть забезпечити істотне зростання ВВП і допомогти зайняти Україні одне з провідних місць на відповідному ринку на світовій арені.

Організаційно-економічний механізм розвитку євроінтеграційної політики – це сукупність всіх можливих практичних заходів, засобів та важелів організаційного й економічного характеру, відповідних структур та регуляторів, методів управління, управлінських рішень, за допомогою яких реалізується євроінтеграційна політика.

Цей механізм повинен бути основою для формування організаційно-економічного механізму регіонів, як основних складових економіки держави.

Формування організаційно-економічного механізму розвитку євроінтеграційної діяльності України повинен зумовлювати необхідність визначення стратегічних цілей, мети та завдань євроінтеграційної діяльності, а реалізація цього механізму здійснюється за допомогою певних принципів, методів, способів та прийомів.

Одним з механізмів реалізації євроінтеграційної діяльності України є регіональна політика, що об'єктивно зумовлена інтеграційними процесами, які розгортаються в Європі та трансформаційними процесами української економіки. Особливий акцент при цьому слід робити саме на механізмах її реалізації, які включають головні напрямки та важелі, що працюватимуть на зміцнення соціально-економічного потенціалу як самих регіонів, так і національної економіки в цілому.

Розгортання інтеграційних процесів у Європі зумовлює формування цілей регіональної інтеграції в Україні відповідно до кожного ієрархічного рівня: внутрішньорегіонального, міжрегіонального, в тому числі на міждержавному рівні. Розширення функцій регіонів в реалізації процесів міжнародної інтеграції може дати позитивні результати за умови оптимізації економічних зв'язків між самими регіонами, посиленні ролі держави в забезпеченні політичної і економічної безпеки, відігриванні нею ролі гаранта в розв'язанні спірних питань на міжнародному рівні, захисника вітчизняних ринків і товаровиробників від недоброякісної конкуренції і експансії вітчизняного ринкового простору сумнівними зарубіжними фірмами, що постачають низькоякісну продукцію. Формуючи стратегії регіонального розвитку, реалізуючи заходи регіональної політики слід мати чітко сформульовані цілі розвитку регіонів на кожному ієрархічному рівні регіональної інтеграції. Такими рівнями виступають - регіональна інтеграція всередині регіону, міжрегіональна інтеграція всередині держави та міжрегіональна.

Основними ланками, що забезпечують функціонування економіки регіону є підприємства, незалежно від форм організації їх діяльності. Вважаємо, що організаційно-економічний механізм управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємства має забезпечити: ефективну взаємодію складових підприємства та їх орієнтацію на досягнення кінцевої мети; раціональне використання всіх ресурсів, що беруть участь у процесі зовнішньоекономічної діяльності, та підвищення їх продуктивності; удосконалення методики та техніки підготовки і прийняття управлінських рішень; розробку та впровадження системи показників ефективності функціонування об'єкта; створення економічних умов, які дадуть можливість виконувати програму розроблених заходів за рахунок економічної зацікавленості всіх учасників процесу діяльності.

Таким чином, організаційно-економічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства повинен: відповідати цілям і завданням діяльності підприємства; формуватися відповідно фірмових пріоритетів; створити мотиваційну цінність умов діяльності; орієнтуватися на сучасні, актуальні методи управління; мати, відповідний впливу зовнішніх умов, потенціал свого вдосконалення і розвитку; визначати, відповідний до механізму управління, стиль управління. І в цих умовах є обов'язковим оцінка його функціонування та прогнозування варіантів подальшого розвитку з урахуванням стратегічних пріоритетів і за умов ефективного використання стратегічних ресурсів.

### Література

1. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посібник / [М.Г. Грещак, О.М. Гребешкова, О.С. Коцюба та ін.] ; за ред. М.Г. Грещака. – К. : КНЕУ, 2001. – 228 с.
2. Герасимчук В. Г. Діагностика системи управління підприємством: навч. посібник. – К. : ІСДО, 1995. – 120 с.

**Єфремова Н.О.**, к.е.н., доцент,

**Засядько А.В.**, здобувач другого (магістерського) рівня

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ СКЛАДОВОЇ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЗАПОБІГАННЯ МАРКЕТИНГОВИМ РИЗИКАМ**

Існують різні підходи до структурування внутрішнього середовища підприємств. Внутрішнє середовище будь-якого підприємства складається з сукупності чинників, що створюються і контролюються ним. Найчастіше в ньому виділяють п'ять складових: цілі, структура, технологія, завдання і працівники, який виконує ці завдання з допомогою відповідної технології.

Деякі дослідники вважають, що внутрішнє середовище – це структура підприємства, її ресурси та культура; інші до внутрішнього середовища відносять структуру, рівень розподілу праці та організаційні комунікації, а також кадровий склад підприємства, трудові й технологічні процеси, що використовують для перетворення ресурсів на необхідний суспільству продукт.

Будь-яке підприємство для здійснення своєї діяльності повинно мати ресурси. Наявність достатньої кількості ресурсів, а також їх аналіз є чинником запобігання маркетинговим ризикам, у зв'язку з чим підприємствам необхідно постійно здійснювати всебічний аналіз наявних ресурсів.

Ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств – це сукупність матеріальних, трудових, фінансових, нематеріальних ресурсів, включаючи здатність працівників підприємства використовувати ефективно дані ресурси для досягнення стратегічних та поточних цілей підприємства.

Ресурсний потенціал підприємств характеризується величиною ресурсів і залучених, і підготовлених до використання у виробництві,



можливостями кадрів використовувати ресурси та реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності.

Проведемо аналіз ресурсів Кегичівського району Харківської області.

В сільськогосподарських підприємствах земля є основним засобом виробництва, без якого неможливий процес сільськогосподарського виробництва, а його ефективність безпосередньо залежить від її якісного стану, характеру та умов використання. В аграрному виробництві земля функціонує одночасно і як предмет, і як засіб праці.

В структурі земельного фонду ТОВ «Новий сад» 97 % займають сільськогосподарські угіддя, а саме рілля, інші 3 % становлять несільськогосподарські угіддя. Земельна площа досліджуваного підприємства становить понад 4 тис. га і протягом останніх п'яти років мала тенденцію до зростання за рахунок збільшення орендованих земель.

Іншою складовою є кадровий потенціал. Чисельність працівників у підприємстві протягом досліджуваного періоду коливалася, у цілому маючи тенденцію зростання. Забезпеченість ТОВ «Новий сад» персоналом недостатня, оскільки на 100 га сільськогосподарських угідь припадає 3 особи.

Основні фонди – це частина засобів виробництва, які діють у процесі виробництва протягом тривалого періоду часу, зберігають при цьому впродовж усього періоду натурально-речовинну форму і переносять свою вартість на продукцію по частинах у міру зносу у вигляді амортизаційних відрахувань. У ТОВ «Новий сад» показник наявності основних фондів з кожним роком збільшується. Це відбувається за рахунок переважання надходження за рік основних засобів над вибуттям їх за рік. Показник надходження зріс приблизно на 90 % за рахунок купівлі основних засобів, а показник вибуття збільшився у 10 раз через списання застарілої техніки та продажу основних засобів. Показник оновлення збільшився у понад 30 разів, що свідчить про те, що підприємство має фінансову можливість для купівлі основних засобів.

В умовах ринкового господарювання виробнича діяльність аграрних підприємств і фермерських господарств все більше набуває форму підприємницького бізнесу [3]. Ефективність використання оборотного капіталу ТОВ «Новий сад» протягом останніх років зростає, збільшується матеріаломісткість, матеріаловіддача зменшується. Аналіз показав, що власні обігові кошти у збільшилися у 20 раз за рахунок збільшення власного капіталу та зменшення довгострокових зобов'язань, що для підприємства є гарним показником. Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами також збільшився. Це свідчить про те, що підприємство має можливість власні кошти для погашення заборгованості. Маневреність робочого капіталу зменшилась, що збільшує платоспроможність підприємства. Збільшилась маневреність власних обігових коштів у 30 раз це означає, що підприємство стає більш кредитоспроможним, а саме можливість виплати боргу у встановлений термін основної суми з відсотками. Коефіцієнт фінансової незалежності збільшився на 45,3 а рахунок збільшення власного капіталу. Показник коефіцієнт фінансової залежності зменшився, що говорить про фінансові ризики підприємства знаходяться на прийнятному рівні. Коефіцієнт фінансової стійкості зріс. Отже, можна сказати, що ТОВ «Новий сад» є досить фінансово стійким, платоспроможним та має гарні потенційні можливості.

### Література

1. Єфремова Н.О. SWOT-аналіз маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств України /Н.О. Єфремова// Problems of the development of modern science: theory and practice. – 2018. – С. 169-172.
2. Ломовських Л.О. Підвищення економічної ефективності діяльності підприємства на основі стратегічного планування / Л.О. Ломовських, С.С. Яропук // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». - 2014. - № 6. - С. 210-215.

3. Пономарьова М.С. Економічні та правові важелі підприємництва як складника ефективного розвитку агробізнесу / М.С. Пономарьова, Л.В. Шовкун, О.М. Савельєва // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». - 2015. - № 1. С. 227-236. - 257 с.

**Бержанір А.Л.**, к. соц. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини

## **РОЛЬ МЕНЕДЖЕНТУ КОМПАНІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

У сучасних умовах формування та реалізація соціальної політики здійснюється державою, але вирішення проблем соціального розвитку буде більш ефективним за умови включення у цей процес на основі принципів соціального партнерства і взаємної соціальної відповідальності бізнесових структур.

Для того, щоб бути по-справжньому сучасною компанією вже недостатньо постійно нарощувати прибуток, виплачувати заробітну плату працівникам і сплачувати податки. Компанії, які прагнуть зайняти міцні позиції на ринку, приходять до розуміння того, що декларовані наміри про соціальну відповідальність стають важливою управлінською категорією, що забезпечує високу ділову репутацію, ринкову привабливість, а також розширені можливості доступу до капіталу.

Як стверджують В. Г. Бульба, М. В. Третьак, менеджмент корпорації повинен урахувати інтереси тих груп, на які компанія впливає у рамках своєї діяльності. Соціальна відповідальність у цьому випадку покликана врівноважувати внутрішні суто економічні цілі керівництва із соціальними, політичними та економічними інтересами стейкхолдерів. Таким чином, крім виконання вимог законодавства компанія повинна прагнути внести певний внесок у життя соціуму [1].

У сучасне поняття соціальної відповідальності менеджменту можуть входити: орієнтація фірми на реалізацію соціальних інтересів громадян; відшкодування суспільних витрат (наприклад, екологічних; на будівництво чи утримання інфраструктури тощо); збереження капіталу фірми як складової економіки країни. За таких підходів менеджмент забезпечує соціально-економічний розвиток компанії, вкладаючи свій внесок у вирішення проблеми підвищення рівня і якості життя людей.

Для цього потрібно визначити основні принципи формування довгострокової стратегії діяльності підприємства у напрямі соціально відповідального бізнесу:

- високі стандарти якості товарів та послуг;
- виконання зобов'язань перед співробітниками, постачальниками, партнерами;
- задоволення потреб та інтересів усіх стейкхолдерів.

До головних переваг організаційного управління, заснованого на цих принципах можна віднести: краще розуміння потреб і очікувань суспільства; підвищення ефективності управління ризиками; поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами; поліпшення репутації організації в цілому.

Найбільш розповсюдженим для більшості підприємств є підхід, відповідно до якого послідовність етапів формування стратегії має наступний вигляд: визначення місії та цілей, аналіз внутрішніх можливостей, аналіз зовнішнього середовища, аналіз альтернатив та вибір стратегій, реалізація та оцінка вибраної стратегії. Кожен етап формування стратегії підприємства повинен бути узгодженим з принципами соціальної відповідальності, які покладені в основу базової концепції СВБ. Базова концепція СВБ підприємства представляє собою комплексну модель, яка має на меті задовольняти інтереси всіх учасників бізнес-процесу [2, с. 28].

Завдяки діяльності менеджменту повинні формуватися сприятливі умови для ефективного функціонування організації. Менеджер, зокрема, повинен прагнути до того, щоб компанія досягла оптимального рівня

прибутку у довгостроковому періоді. Але прибуток не може бути отриманий до тих пір, поки не будуть відшкодовані витрати виробництва, у які входять і суспільні витрати. Тому ефективний менеджер повинен визначити ці витрати шляхом детального аналізу соціального балансу між організацією і суспільством.

Також менеджери повинні сприяти максимальному залученню співробітників у розробку стандартів соціальної відповідальності та діяльність із їх впровадження. Кожен суб'єкт господарювання, підкреслює О. Іваніцька, використовує особливі способи виробництва та побудови соціально-виробничих відносин, зокрема ставлення до персоналу, дотримання екологічних норм, готовність до вирішення соціальних та інфраструктурних проблем на рівні суспільства чи громади. Отже, і суспільство ставить до товаровиробника, його діяльності та продукції, що він виробляє і пропонує на ринку, відповідно до того, яким чином та на якому рівні він може вирішити завдання, що становлять інтерес для певних соціальних груп, центральної та місцевої влади. [3].

Таким чином, для реалізації політики соціальної відповідальності визначальну роль відіграє спланована та організована система внутрішнього менеджменту компанії, яка виступає основою для ефективної діяльності у цьому напрямку. Підприємства, які турбуються не лише про прибутки, але, усвідомлюючи свою суспільну роль, і про соціальний розвиток забезпечують позитивний внесок у вирішення соціальних проблем суспільства, беруть участь у різноманітних благодійних акціях і є спонсорами багатьох соціальних проектів.

### Література

1. Бульба В. Г. Зарубіжний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / В. Г. Бульба, М. В. Третяк // Теорія та практика державного управління. – 2013. – Вип. 3. – С. 343–350. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu\\_2013\\_3\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2013_3_48).

2. Комарова К. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К. В. Комарова, Н. В. Ковальчук // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5–6. – С. 25–30.

3. Іваницька О. Глобальні стандарти соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / О. Іваницька // Незалежний аудитор. – 2015. – №5–6(40–41). – Режим доступу: [http://n-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive?view](http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive?view).

**Макуха О.В.**, к.с.-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБУР'ЯНЕНOSTІ ПОСІВІВ ФЕНХЕЛЮ ЗВИЧАЙНОГО ПРИ ВИРОЩУВАННІ ЗА БЕЗГЕРБІЦІДНОЮ ТЕХНОЛОГІЄЮ**

У посівах сільськогосподарських культур може рости понад 1000 видів диких рослин, з яких близько 400 видів можуть завдавати шкоди, 100-120 видів вважаються стабільно шкочинними бур'янами.

Бур'яни конкурують з культурними рослинами за фактори життя (елементи живлення, вологу, світло), пригнічуючи їх розвиток, ускладнюють проведення робіт догляду за посівами, збільшують витрати пального, добрив, засмічують урожай, сприяють масовому розповсюдженню хвороб та шкідників. У результаті негативний вплив бур'янів проявляється в значному зниженні врожаю сільськогосподарських культур та погіршенні його якості. Прямі втрати врожаю від бур'янів, у середньому, становлять 10,3% валового збору [1], при сильній засміченості втрати потенційної продуктивності посівів сягають 30% і більше залежно від культури та її здатності протидіяти бур'янам [2].

Фенхель звичайний, як і інші рослини родини селерові, дуже вимогливий до чистоти полів від бур'янів [3].

Культура на початкових етапах росту та розвитку характеризується низькою конкурентоспроможністю по відношенню до бур'янів. Це пов'язано зі значною тривалістю періоду сівба-сходи, повільним розвитком та наростанням надземної маси в період формування двох пар справжніх листків. Перші 1,5-2 місяці після сівби – гербокритичний період для рослин фенхелю. У зв'язку з цим розробка елементів технології вирощування культури обов'язково повинна супроводжуватись дослідженням їх впливу на рівень засміченості посівів.

До задач досліджень входило встановлення впливу фону живлення, строку сівби та ширини міжряддя на кількісний та видовий склад бур'янів у посівах фенхелю звичайного в умовах півдня України.

Польові досліді проводились у 2014-2016 роках на темно-каштанових ґрунтах Великоолександрівського району Херсонської області, типових для зони півдня України. Схема досліду включала такі фактори та їх варіанти: Фактор А – фон живлення: без добрив; N30; N60; N90; Фактор В – строк сівби: ранній (третьа декада березня); середній (перша декада квітня); пізній (друга декада квітня); Фактор С – ширина міжряддя, см: 15; 30; 45; 60. Дослід закладений методом розщеплених ділянок у чотирикратній повторності. Агротехніка вирощування фенхелю звичайного в досліді була загально-прийнятою за винятком факторів та варіантів, що вивчались.

Забур'яненість посівів визначали кількісним методом. У фазу сходів, перед першим міжрядним обробітком та перед збиранням урожаю по діагоналі ділянки в п'яти місцях на поверхню ґрунту накладали рамки, у межах яких підраховували кількість бур'янів та визначали їх видовий склад [4].

Ступінь засміченості більшості дослідних ділянок був середнім. Домінуючою за кількісним складом та видовою різноманітністю була група малорічних дводольних бур'янів. Видовий склад бур'янів по варіантах досліду майже не змінювався, домінування одного або декількох видів не виявлено.

Видовий склад бур'янів у посівах фенхелю звичайного в досліді був представлений:

– малорічними дводольними бур'янами – щириця звичайна (*Amaranthus retroflexus*), лобода біла (*Chenopodium album*), нетреба звичайна (*Xanthium strumarium*), грицики звичайні (*Capsella bursa-pastoris*), курай руський (*Salsola ruthenica*), портулак городній (*Portulaca oleracea*), підмаренник чіпкий (*Galium aparine*), ромашка непахуча (*Matricaria inodora*), кучерявець Софії (*Descurainia Sophia*), скандікс гребінчастий (*Scandix pecten-veneris*), злинка канадська (*Erigeron canadensis*);

– малорічними однодольними бур'янами – просо куряче (*Echinochloa crus-galli*), вівсюг звичайний (*Avena fatua*), мишій сизий (*Setaria glauca*);

– багаторічними дводольними бур'янами – осот рожевий (*Cirsium arvense*), березка польова (*Convolvulus arvensis*), молочай лозний (*Euphorbia virgata*).

Серед факторів, що вивчались, значний вплив на рівень забур'яненості посівів фенхелю мали строки сівби та ширина міжряддя. Суттєвих змін кількісного складу бур'янів на фоні застосування різних доз азотних добрив не відмічено.

Вплив строків сівби на забур'яненість посівів фенхелю звичайного спостерігався у фазу сходів культури. У середньому за роки досліджень, кількість бур'янів на ділянках ранньовесняного строку становила 12,4 шт./м<sup>2</sup>, при запізненні із сівбою на одну-дві декади зменшилась на 18,5-57,3%. Проведення в передпосівний період додаткових суцільних культивацій на ділянках середнього і, особливо, пізнього строків сівби за рахунок знищення сходів малорічних та підрізання вегетативних органів багаторічних бур'янів забезпечило створення передумов для випереджаючого розвитку культурного компонента агрофітоценозу. Позитивний вплив від перенесення сівби на першу-другу декади квітня зберігався протягом вегетації фенхелю звичайного, але його ступінь поступово зменшувався.



Динаміка забур'яненості посівів фенхелю звичайного по фазах розвитку залежала, у першу чергу, від способу сівби культури. Кількість бур'янів на ділянках з шириною міжряддя 15 см досягала максимального значення у фазу 7-8 листа фенхелю звичайного і становила, без урахування строків сівби, 22,6 шт./м<sup>2</sup>, у варіантах з шириною міжряддя 30 см у фазу стеблуння забур'яненість досягала рівня 28,4 шт./м<sup>2</sup>. На широкорядних посівах кількість бур'янів підтримувалась на стабільному рівні протягом гербокритичного періоду фенхелю за рахунок обробітку ґрунту в міжряддях. Максимального значення даний показник досягав у фазу цвітіння на ділянках з шириною міжряддя 45 см, у фазу плодоутворення – у варіантах з міжряддям 60 см та становив, у середньому, без урахування впливу інших факторів, 16,1 та 19,8 шт./м<sup>2</sup>, відповідно.

У липні-серпні на фоні зменшення загальної засміченості посівів спостерігалась зміна видового складу бур'янів за рахунок збільшення питомої ваги портулаку городнього, березки польової, які займали нижній ярус посіву, а отже, суттєвого впливу на ріст та розвиток фенхелю звичайного не мали.

На основі аналізу забур'яненості посівів фенхелю звичайного можна зробити висновок, що мінімальний її рівень спостерігався при широкорядній сівбі з міжряддям 45 см у пізній строк, найвищий – на ділянках ранньовесняної сівби з міжряддям 30 см. З точки зору зменшення ступеня засміченості посівів та раціонального використання матеріально-технічних ресурсів доцільним є поєднання варіантів раннього та середнього строків з широкорядним способом сівби, а також проведення сівби з міжряддями 15, 30 см у пізній строк.

### Література

1. Кулешов А.В. Фітосанітарний моніторинг і прогноз: навчальний посібник / Кулешов А.В., Білик М.О. – Харків: Еспада, 2008. – 512 с.

2. Казаков Г.И. Обработка почвы в Среднем Поволжье: монография / Г.И. Казаков. – Самара: Изд-во Самарской гос. с.-х. академии, 2008. – 251 с.
3. Bown D. Encyclopedia of herbs & their uses. – London: Dorling Kindersley Limited, 1995. – p. 283-284.
4. Основи наукових досліджень в агрономії: Підручник / В.О. Єщенко, П.Г. Копитко, В.П. Опришко, П.В. Костогриз [За ред. В.О. Єщенка]. – К.: Дія, 2005. – 288 с.

**Овсянюк-Бердадіна О. Ф.**, к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

## **УПРАВЛІНСЬКІ ЗАСАДИ УСПІШНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ**

Сучасні ринкові реалії загострюють питання управління змінами, оскільки вибір інструментів і засобів, які використовуються для підтримки стійкого стану організації, прагматично актуалізуються, торкаючись життєво важливих інтересів бізнесу і суспільства, підвищуючи ціну економічних і соціальних наслідків рішень і дій, що ухвалюються для їх реалізації. Необхідною умовою поступального розвитку бізнесу стає ухвалення і реалізація ним зважених і узгоджених рішень з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін. Будь-які дії спрямовані на зміну організаційної чи функціональної парадигми бізнесу повинні бути скоординовані з його стратегічними завданнями. Процес такого узгодження повинен базуватися на низці базових принципів, зокрема:

- системності, який передбачає, що зміни повинні охоплювати організацію як цілісну систему, а тому їх результат необхідно дифузувати на всі без виключення елементи внутрішнього середовища;
- дуальності, який передбачає врахування впливу екзогенного середовища як на етапі формування необхідності у змінах, так і при їх реалізації;

- ієрархічності, який враховує те, що реалізація змін повинна враховувати ієрархічність елементів організаційної системи підприємства та послідовність ефектів їх імплементації;

- конфігуративності, який визначає особливості реалізації та результативність змін через відкриті та приховані інтереси менеджерів, що їх провадять;

- узгодженості, який передбачає погодження методів й процесів змін зі звичайною діяльністю й управлінськими процесами в організації. При цьому в реальних умовах часто виникають конфлікти, які зумовлюються нівелюванням фактору обмеженості ресурсів та психологічних аспектів управління.

За спостереженням Ідріс Муті більш як 60% компаній працюють на основі бізнес-моделей, а 20% використовують психологічні моделі управління. Однак на сьогодні швидкі темпи змін у зовнішньому середовищі функціонування організацій (світова криза, швидкий темп провадження нових технологій, зокрема інформаційних) зумовлюють низьку результативність змін, які реалізуються за допомогою вищезазначених моделей. Тому успішна трансформація бізнесу є інтегративним поєднанням наступних складових:

- розробка точки зору майбутнього, що дозволяє створити стратегічний форсайт і реалізувати глибокі організаційні ідеї,

- спільна розробка бренду передумов, який надихне працівників майбутніми можливостями;

- розробка переконливих аргументів на користь необхідності змін, що будуть зрозумілими керівникам, інвесторам, працівникам і діловим партнерам;

- розробка практичних заходів, щоб реалізувати інновації з бажаним майбутнім станом;

- дизайн системи стимулювання змін, який узгоджується з отриманими результатами певної поведінки працівників в напрямку досягнення організацією майбутнього бажаного стану;

- розробка механізму зворотного зв'язку для кожного етапу впровадження змін для моніторингу прогресу та безперервного його удосконалення.

При цьому необхідно враховувати проблему швидкості реалізації змін, оскільки прагматика необхідності реалізації змін виникає перманентно, тобто коли організації реалізувала певний етап змін, зовнішнє середовище змінилося або змінило вектор свого впливу на організацію і організація повинна знову змінюватися. Це зумовлює потребу імплементацію специфічного інструментарію змін в діяльність конкретної організації, який би враховував психологічні аспекти впливу на колектив та реалії функціонування певного бізнесу.

### **Література**

1. Мути И. Брендинг за 60 минут / Идрис Мути. - Изд-во ЄКСМО. - 2016. - 256 с.
2. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Управління змінами // О. Ф. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. - Тернопіль: СПМ Тайп, 2014. – 232 с.

**Петрова О.О.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Застосування стратегічного управління на підприємствах дозволяє охарактеризувати економічні, організаційні, технічні можливості

виробництва та їх максимальне використання, своєчасно координувати роботу з розробки бізнес-планів розвитку підприємства. Загалом стратегічне управління підвищує ефективність роботи підприємств у сучасних умовах.

Суть стратегічного управління полягає в тому, що на підприємствах, з одного боку, існує чітко виділене і організоване, так зване "формальне" стратегічне планування, а з іншого боку - структура управління підприємством, механізми взаємодії окремих підрозділів побудовані так, щоб забезпечити розробку довгострокової стратегії та її реалізацію через поточні виробничо-господарські плани. Стратегічний менеджмент складається з різних елементів:

- стратегія, як сукупність управлінських рішень щодо перспективного її розвитку;
- відповідна структура управління, зорієнтована на розроблення і впровадження стратегій;
- організаційна культура.

Із цих визначень можна зробити висновок, що стратегія – це такий компонент стратегічного менеджменту, який дозволяє підприємству досягати чітко встановлених цілей підприємства, забезпечити конкурентоспроможність на ринку, тобто забезпечити такий стан підприємства, щоб воно могло успішно працювати у жорстких ринкових умовах. Сучасна фінансова стратегія організації повинна відповідати цілям розвитку компанії та містити у собі наступні складові частини:

- 1) стратегію фінансування, що визначає фондіві інструменти компанії та їх джерела;
- 2) стратегію інвестування (реінвестування), що містить мету та ключові принципи використання фінансових ресурсів, включаючи використання операційного грошового потоку;

3) функціональну стратегію фінансової служби, що описує цілі розвитку та плани трансформації функції з метою підвищення її ефективності [1].

У системі стратегічного управління підприємством найбільш складною і відповідальною ланкою є фінансовий менеджмент. З огляду на це, в економіці управління фінансами підприємства необхідне своєчасне коригування його ідеології та фінансової стратегії, постійний пошук новітніх методичних прийомів обґрунтування фінансових та інвестиційних управлінських рішень, нових фінансових інструментів для їхньої реалізації.

З урахуванням методологічних підходів до розуміння сутності фінансового менеджменту сформулюємо авторський підхід до його трактування. Фінансовий менеджмент розуміють як науку про динамічне керування фінансами підприємства, яка спрямована на досягнення збалансованих цілей стейкхолдерів, що взаємодіють у внутрішньому та зовнішньому середовищі суб'єктів господарювання.

Фінансовий менеджмент, спрямований на розробку фінансової політики, поділяється на стратегічний і тактичний. Стратегічний фінансовий менеджмент полягає в прогнозуванні напрямів фінансової діяльності на майбутнє, моделюванні параметрів розвитку фінансових процесів з урахуванням прогнозних змін чинників зовнішнього середовища.

В системі управління фінансами доцільно використовувати механізм формування фінансової стратегії підприємством, в основі якого лежать домінанти і модель формування фінансової стратегії підприємства. Слід наголосити, що будь-які зміни в системі управління фінансами призводять до трансформування домінант формування фінансової стратегії підприємства.

Даний механізм дає змогу здійснити побудову та комплексне оцінювання фінансової стратегії в системі стратегічного фінансового менеджменту шляхом поєднання результатів інтегральної оцінки

фінансового стану та рейтингової оцінки якості управління підприємства. Це надає можливість виявити і врахувати взаємозв'язки, взаємообумовленість та взаємовплив між системою корпоративного управління та її складовою – фінансовою стратегією підприємства.

Система стратегічного управління фінансами суб'єктів господарювання містить чотири складники: проблеми та цілі фінансової системи; механізм стратегічного фінансового управління; сукупність фінансових рішень; зворотний зв'язок, що дає змогу встановити ступінь досягнення мети. Таким чином, формування сучасних систем фінансового менеджменту на підприємствах України вимагає не лише узагальнення та вдосконалення власних здобутків у цій сфері, а й залучення прогресивних управлінських технологій, що зарекомендували себе у практиці функціонування успішних зарубіжних компаній. Враховуючи досягнення управлінської науки та прогресивні перетворення у практиці фінансового управління зарубіжних та вітчизняних підприємств, можна говорити, що на сучасному етапі фінансовий менеджмент спроможний змінювати пріоритети і тенденції розвитку економічних суб'єктів формувати якісно нову систему цілеспрямування підприємств. Саме з цих позицій у системі корпоративного управління підприємством він відіграє ключову роль у забезпеченні ефективності господарювання економічних суб'єктів.

### **Література**

1. Кубарева В.С. сутність стратегічного управління підприємством. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/23491/1/12-55-60.pdf>. (Дата звернення 06.05.2018).

**Поправко О.В.**, к. філос. н.,  
доцент кафедри економіки, управління та адміністрування  
Мелітопольський державний педагогічний  
університет імені Богдана Хмельницького

## **ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Івент-менеджмент – це одна з галузей сфери послуг, яка сьогодні розвивається шаленими темпами у всьому світі. Усе більше компаній звертаються до івент-менеджменту як одного з дієвих інструментів формування ставлення до компанії та її продукту.

Івент з англійської мови дослівно перекладається як розважальна або рекламна вистава, що відбувається на театральній сцені, кіно- або телеекрані, на спортивній або цирковій арені з використанням різноманітних образотворчих прийомів, світлової техніки, комп'ютерної графіки і т. п. Поняття івент включає в себе не лише подію, захід, церемонію чи шоу, а передовсім, містить смислові відтінки сприятливого впливу, виняткової події, найбільш бажаного результату заходу. Він покликаний створити захід, який би сприймався його учасниками як особлива, абсолютно виняткова, неповторна подія.

Отже, івент – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час із певною метою та має певний резонанс для суспільства.

Івент-менеджмент – це прикладна галузь вивчення і простір професійної практики, присвяченої плануванню, проведенню та управлінню спеціальними заходами. Як випливає з назви, в його основі лежить подія, комплекс спеціальних заходів, організованих для просування товару або послуги. Спеціальна подія, з точки зору бізнесу, – це форма залучення



людини до культури бренду, до корпоративної або іншої спільноти через організацію певних дій, переживань.

Запланована подія (івент) – це просторово-часовий феномен, кожен з яких унікальний унаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, системи управління, включаючи розробку окремих елементів і програми. Привабливість івентів полягає в тому, що вони завжди різні, ніколи не повторюються. Кожен з них створюється з певною метою, а тому вам треба побувати там, у певному місці в певний час, для того, щоб отримати виняткові враження. Івенти дуже важливі, вони виконують безліч стратегічних завдань і часто дуже ризиковано залишати їх організацію та проведення поза увагою чи довіряти непрофесіоналам.

Івент-менеджмент включає широкий спектр маркетингових комунікацій, що здійснюється за допомогою організації різних заходів. Масштаби впливу можуть бути різними – від одного підприємства до великих громадських мас. Важливими рушійними силами для розвитку івент-менеджменту стали результати проведення заходу та повернення вкладених коштів.

Цей вид діяльності включає вивчення особливостей бренду, визначення цільової аудиторії заходу, розробка концепції заходу, планування логістики й координування технічних аспектів організації й проведення заходу. По суті, івент-менеджмент є програмою управління заходом.

Особливістю івент-менеджменту як одного з найдієвіших інструментів PR, є те, що він спрямований на отримання не одноразового ефекту, а довгострокового процесу у формуванні іміджу підприємства, його вплив на суспільні інтереси та потреби. Event-менеджмент означає перетворення заходу у щось абсолютно виняткове, неповторне з погляду споживача.

Як окрема галузь івент-індустрія сформувалась на початку ХХ століття. Івент-менеджмент зародився й отримав розвиток у США близько 150 років тому. Сьогодні там вже існують професійні асоціації, відповідна література, визнані стандарти галузі. Івент-менеджмент є потужною галуззю сфери

послуг, про що свідчать неймовірні прибутки компаній, які працюють у цій сфері. Так, у США сьогодні прибуток від івент-індустрії перевищує прибуток від автопримисловосі [1]. Найбільшою популярністю у США користуються такі послуги івент-індустрії як планування заходів та їх координація, створення ідеї, маркетинг і промоушн заходу, дослідження та оцінка заходу.

У країнах Західної Європи івент-менеджмент – відносно новий тип бізнесу (йому близько 20 років), а тому він ще не набув таких масштабів як у США. Однак, у багатьох університетах створено курси та напрями з підготовки фахівців даної сфери.

В Україні івент-менеджмент – це зовсім молодий напрям. У нашій державі ринок івент-послуг став розвиватись з 2005 року. За період свого становлення ринок значно змінився не лише кількісно, але й якісно, зокрема, підвищилась якість послуг, розширився спектр послуг, застосовується гнучка цінова політика компаній, самі заходи поступово починають набувати європейського рівня. Хоча існують і певні труднощі. Як зазначає Наталія Чижова «Івент в Україні – це ринок з високою конкуренцією, але низькою культурою». Серед основних проблем розвитку івент-менеджменту вона називає: відсутність на ринку площадки для комунікації агенств, неготовність українських клієнтів до креативних рішень, недостатню кількість кваліфікованих фахівців [2].

Загалом, ефективний івент-менеджмент – це перспективна залузь вітчизняної економіки, яку необхідно розвивати.

### Література

1. Карпюк О. А. Сингаївська А. О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. [Електронний ресурс]. URL: [http://eprints.zu.edu.ua/23241/1/\\_docx%20%282%29.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/23241/1/_docx%20%282%29.pdf).
2. Наталия Чижова: корпоратив в нашем понимании – это больше, чем выпить и послушать музыку // Контакты UA. [Електронний ресурс]. URL: <http://kontrakty.ua/article/91779>.

**Соколова Л.В.**, старший викладач кафедри менеджменту  
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», м. Херсон

## **ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

У рейтингу Всесвітнього економічного форуму за рівнем Індексу глобальної конкурентоспроможності 2017-2018 рр. [1] Україна посіла 81 місце (з 134 країн світу), втративши позиції за 4 із 12 основних складових показників Індексу, а саме: «ефективність ринку праці» (-13 пунктів), «інновації» (-9), «інфраструктура» (-3), «вища освіта і професійна підготовка» (-2). Інноваційні позиції країни оцінюються за здатністю до інновацій, якістю науково-дослідних інститутів, витратами компаній на дослідження і розробки, співпрацею університетів та промисловості у дослідженнях та розробці, державними закупівлями високотехнологічної продукції, наявністю вчених та інженерів. Серед негативних факторів для ведення бізнесу в Україні було визначено недостатню здатність до інновацій.

На інноваційний розвиток України впливають певні чинники: низька ефективність державного регулювання та законодавства, складність організації та ліквідації бізнесу, процедур сплати податків, нерозвинутість інфраструктур, низька інтенсивність конкуренції на локальних ринках, низький рівень захисту інвесторів; низька якість державного регулювання економіки України та рівень нормативно-правової бази у сфері інновацій, низька інноваційна готовність підприємств, низький рівень співпраці у дослідницькій діяльності між університетами та промисловістю, слабе ресурсне забезпечення інноваційної діяльності, низька кількість патентів та статей у науково-технічних журналах, відсутність ефективно функціонуючих кластерних структур [2].

Питання інноваційного розвитку актуальні для менеджменту як на макро- так і на мікрорівнях. Теоретичні та методологічні дослідження

інноваційної діяльності здійснили класики економічної теорії: Й. Шумпетер, І. Ансофф, П. Друкер. Інноваційний розвиток, інноваційний процес, відбір та реалізацію інновацій проаналізували зарубіжні автори: В. Хайдріх, Г. Мінцберг, Ф. Янсен, Б. Санто, Д. Кларк, П.Н. Завлин, В.Н. Гунин, С.Д. Ильєнкова, В.Д. Маркова, Р.А. Фатхутдинов та інші. Питання визначення рейтингу інноваційної спроможності, інноваційного потенціалу, індексу інновацій, характеристики інноваційної продукції, інноваційних факторів та інноваційної активності підприємств висвітлювали у своїх роботах вітчизняні науковці: З.С. Варналій, Т.В. Гринько, О.С. Єфремов, А.С. Захарченков, О.В. Корнух, В.М. Орлова, В.А. Павлова, С.В. Прохорчук. Проте подальшого дослідження потребують проблеми стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства.

Успішне функціонування та розвиток сучасного підприємства в умовах конкурентного та нестабільного зовнішнього середовища можливе за умови ефективної реалізації всіх складових елементів управлінського процесу, одним з яких є стратегічне управління. Стратегічне управління підприємством охоплює всі види дальності керівника по розробці місії підприємства, ключових цілей, способів їх досягнення наявним та залученими ресурсами на тривалу перспективу.

Динамічність змін зовнішнього середовища та множинність цілей підприємства потребують реалізації комплексу взаємопов'язаних стратегічних рішень втілених у відповідні інноваційні стратегії, які спрямовуються як на забезпечення перспективного розвитку так і на створення нових або підтримання існуючих конкурентних переваг підприємства.

Інноваційна стратегія розробляється на довгостроковий період і визначає напрямки інноваційної діяльності підприємства такі як: виробництво нової продукції, розробка нової технології, надання нових послуг, створення нових якісних характеристик, освоєння нового ринку, введення нових способів управління та інше. Результатом інноваційної

стратегії є інновація – новий товар (послуга), або нові більш привабливі для споживачів характеристики існуючого товару (послуги).

Реалізація інноваційних процесів здійснюється в межах загальної стратегії розвитку підприємства і потребує значних капітальних вкладень, однак саме впроваджені інновації стають новим джерелом інвестиційних надходжень чим створюють потенціал для подальшого довгострокового ефективного розвитку підприємства. Таким чином стратегія інноваційного розвитку відноситься до функціональних стратегій підприємства та визначає тип його поведінки в умовах певного ринку чи його сегменту.

За поведінкою у ринковому середовищі інноваційні стратегії можуть мати наступальний або оборонний характер. Підприємства-лідери інновацій, які мають можливості для активного і цілеспрямованого проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, високий фінансовий потенціал та кваліфікований науково-технічний персонал, реалізують наступальні стратегії орієнтовані на маркетинг, стратегію злиття, стратегію придбання [3]. Оборонні стратегії застосовуються підприємствами для реагування на дії конкурентів та поведінку споживачів, пошуку оптимального співвідношення між витратами та результатами інноваційної діяльності. До оборонних належать: захисна стратегія, імітаційна стратегія, стратегія вичікування, стратегія безпосереднього реагування. Такі стратегії не передбачають виходу на ринок з новою продукцією (послугою) чи збільшення частки ринку, вони спрямовуються на збереження та підтримання існуючих на ринку конкурентних позицій підприємства.

### Література

1. The Global Competitiveness Report 2017–2018. URL : <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>.
2. Прохорчук С.В. Інноваційна спроможність економіки України в умовах глобалізації / С.В. Прохорчук // Бізнес-навігатор. – 2015. – №1 (36). – 93-97.

3. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. Навч. посіб. 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.

**Вонберг Т.В.**, к.е.н., доцент кафедри УП та ЕП, доцент  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

### **ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Перш за все відзначимо, що категорія «екологічна безпека» розкривається у ст. 50 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» [1], відповідно до якої екологічна безпека являє собою такий стан навколишнього природного середовища, за якого забезпечується попередження погіршення екологічного стану та виникнення небезпеки для здоров'я людей. Екологічна безпека гарантується громадянам України здійсненням широкого комплексу взаємопов'язаних політичних, господарчих, технічних, організаційних, державно-правових та інших заходів.

Варто наголосити, що для екологічної безпеки як доволі специфічної категорії характерний ряд особливостей. По-перше, це – її суперпріоритетність, тобто екологічна безпека є невід'ємною складовою національної безпеки держави, яка повинна гарантуватися поряд з військовою, економічною та особистою безпекою. По-друге, колективний характер її присвоєння. Крім того, особливість екологічної безпеки пов'язана з її тісною інтегрованістю в інші життєві цінності та складними процесами взаємодії з соціальними пріоритетами суспільства на окремих стадіях його розвитку. А це означає необхідність пошуку компромісів між вирішенням

екологічних проблем і розв'язанням невідкладних соціально-економічних завдань.

Відмітимо, що до найгостріших проблем екологічної безпеки, за твердженням науковців, можна віднести нераціональні структури виробництва і споживання, що є основною причиною кризового стану навколишнього природного середовища України; існування бідних верств населення та диспропорції в економіці. Крім того, зберігається сировинна спрямованість та витратний характер господарського комплексу. З цією метою здійснюється реструктуризація відповідних галузей, яка передбачає удосконалення їх структур, оновлення фондів, закриття нерентабельних підприємств, перехід до інноваційної політики тощо. Пріоритети в сфері екології та використання ресурсів базуються на принципах гармонійності взаємодії людини і довкілля.

На сьогодні проблема екологічної безпеки набуває все більшої популярності. Виходить, що країни мають забезпечувати захист навколишнього середовища, біосфери, атмосфери, рослинного і тваринного світу. Для реалізації цієї мети створені безліч організацій, програм, фінансових рішень даного аспекту. Соціально відповідальні країни повністю контролюють це питання, проте таких країн та компаній досить мало. Також відповідальні країни запроваджують «зелені фінанси», тобто розглядають фінансові інвестиції, які забезпечують екологічні переваги в більш широкому контексті сталого розвитку та безпеки країн.

В цілому, можна довго перелічувати безліч важливих проблем, котрі мають великий вплив на екологічну безпеку держав, і, разом із тим, на сьогодні лише невелика частка країн дійсно розуміють що таке соціальна відповідальність. Держави частіше за все переслідують власні інтереси, забуваючи про соціум та не беручи до уваги думку людей. Не можна забувати що соціальна відповідальність – це не тільки гармонійне співіснування але і відповідальне ставлення, взаємодія та вирішення найгостріших питань без проведення війн та провокацій.

## Література

1. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/main/1264-12>.

**Кириченко Н.В.**, к.е.н., доцент

**Ларченко О.В.**, к.с.-г.н., доцент

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗАВДЯКИ ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

На даний час більшість аграрних підприємств України в цілому та Херсонської області зокрема мають нестабільне та складне положення функціонування. Тому залучати масштабні інноваційні продукти, реалізовувати стратегічні державні проекти чи кардинально змінювати виробничий процес не здатні. У такому випадку необхідною умовою успішного механізму активізації інноваційної діяльності вважаємо адаптацію існуючих можливостей й реалізацію наявного інноваційного потенціалу господарюючого суб'єкта [1]. Вважаємо за доцільне з метою вдосконалення процесу організації впровадження інновацій запропонувати для прийняття рішення про реалізацію інновацій аграрними підприємствами та вибір альтернативного інноваційного продукту здійснювати на основі використання можливостей програмного пакету Microsoft Office.

Керівникам та іншим зацікавленим особам впровадження інновацій аграрними підприємствами необхідно скласти порівняльну таблицю, метою якої є визначення співвідношення можливостей аграрного підприємства та вимог альтернативних інноваційних продуктів. Базовими критеріями оцінки



нашого дослідження були: оцінка стану господарюючого суб'єкта (фінансовий стан підприємства, досвід впровадження інновацій, рівень економічної безпеки підприємства) та оцінка альтернативного інноваційного продукту (обсяг необхідних фінансових ресурсів, термін окупності інновацій, рівень приросту сукупного доходу від впровадження інновацій). Даний перелік не є остаточним і може бути розширений будь-яким господарюючим суб'єктом відповідно до його особливостей і завдань. Для забезпечення наочності графічної моделі впровадження інновацій аграрними підприємствами необхідно привести оцінку критеріальних показників до єдиної системи, а саме проводити оцінку за відносною системою оцінювання (табл. 1).

Таблиця 1

Система оцінювання критеріальних показників можливості впровадження інновацій аграрними підприємствами \*

№	Критеріальний показник	Оцінка				
		1	2	3	4	5
1	Фінансовий стан підприємства	критичний	низький	задовільний	середній	високий
2	Досвід впровадження інновацій	негативний	існують незавершені перспективні інновації	відсутній	знаходиться на стадії впровадження інших інновацій	позитивний
3	Рівень економічної безпеки підприємства	критичний	низький	задовільний	середній	високий
4	Обсяг необхідних фінансових ресурсів	обсяг витрат більше власних фінансових ресурсів	обсяг витрат більше 50% власних фінансових ресурсів	обсяг витрат до 49% власних фінансових ресурсів	обсяг витрат не перевищує 10% власних фінансових ресурсів	не потребує фінансових ресурсів
5	Термін окупності інновацій	більше семи років	від п'яти років до семи	від трьох до п'яти років	від року до трьох	до року
6	Рівень приросту сукупного доходу підприємства від впровадження інновацій	відсутній	низький	задовільний	середній	високий

\* розроблено авторами.

На наступному кроці, обираються альтернативні інноваційні продукти для їх впровадження у діяльність підприємства та проводиться оцінка за відповідними критеріальними показниками (табл. 1). За результатами даного дослідження формується діаграма (для більшої наочності рекомендуємо використовувати тип діаграм пелюсткові), на якій відображаються існуючі можливості у підприємства для впровадження найбільш оптимального варіанту альтернативних інновацій господарюючого підприємства [2]. Таким чином, удосконалення процесу організації впровадження аграрними підприємствами інновацій завдяки проведеному аналізу дозволяє: визначити стан впровадження інновацій аграрного підприємства; визначити рівень попиту на вироблену ним продукцію, отриману внаслідок впровадження інновацій, і їх вплив на результативність функціонування суб'єкта господарювання в цілому; виявити актуальні напрями впровадження інновацій; визначити інновації, для впровадження яких не потрібно витратити фінансові ресурси на створення додаткової документації, придбання патентів, ліцензій тощо; виявити можливі перешкоди й особливості впровадження тих чи інших інновацій; проаналізувати досвід реалізації продуктових інновацій; виявити очікувані ризики та заходи з їхнього подолання, нейтралізації та попередженню тощо.

Отже, удосконалення процесу організації впровадження інновацій завдяки оцінці ефективності та визначення доцільності реалізації інновацій аграрними підприємствами на основі запропонованої методики є доступною для всіх господарюючих суб'єктів галузі, не потребує витрачання значних фінансових ресурсів і проведення оновлення матеріально-технічної бази. Натомість вона дозволяє наочно визначити переваги й слабкі місця альтернативних інноваційних продуктів і скоординувати можливості господарюючого суб'єкта з вимогами інновацій, що дозволяє підвищити ефективність впровадження інновацій аграрними підприємствами.

### Література

1. Пиж Н.С. Оцінка ефективності впровадження інновацій на підприємстві. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2012. № 38. С. 203-206.
2. Кириченко Н. В. Методика оцінки доцільності впровадження інновацій у діяльність аграрних підприємств. Ефективна економіка. 2014. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

Даниленко О.А., к.е.н., доцент  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

### **ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ ФОНДУ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В ОЦІНЦІ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

На сьогоднішній день в Україні немає загальноприйнятого підходу до оцінки соціально-економічного стимулювання персоналу за рахунок коштів фонду соціального розвитку (ФСР) організації, розмір і порядок розподілу якого відіграє значну роль у цьому процесі.

У свою чергу прийнятий порядок формування самого ФСР визначається виходячи із умов загального порядку розподілу прибутку організації, який залежить від чинного законодавства, форми власності, організаційно-правового статусу організації та вимог профспілкового комітету до обсягу цих витрат. Ключовим моментом у можливості сформувати ФСР є наявність чистого прибутку і бажання власників організації його розподілити на соціальні цілі, у чому власне і проявляється соціальна відповідальність бізнесу.

Аналізуючи ефективність використання коштів фонду, важливо визначити, якою мірою задовольняються соціальні, культурні і побутові потреби працівників організації та членів їхніх сімей. Це може слугувати

вагомою складовою загальної оцінки соціально-економічного стимулювання персоналу організації. Тоді для оцінки рівня прояву соціально-економічного стимулювання персоналу за рахунок коштів ФСР, на нашу думку, можуть використовуватись такі показники:

- частка та кількість працівників, охоплених соціальними заходами з ФСР;
- частка та кількість працівників, охоплених видачею путівок в санаторії, профілакторії, будинки відпочинку за рахунок ФСР;
- частка працівників, діти яких забезпечені дитячими садками, оздоровчими закладами;
- витрати з ФСР на часткову або повну оплату харчування працівників у робочий час у розрахунку на одного працівника;
- кількість посадочних місць в їдальні у розрахунку на 100 працівників;
- витрати на корпоративні вечірки з коштів ФСР у розрахунку на одного працівника;
- частка і кількість працівників, що мають оплачену індивідуальну підписку на періодичні видання з коштів ФСР;
- частка і кількість працівників, що підвищують свою кваліфікацію з коштів ФСР;
- частка і кількість працівників, що здійснюють перекваліфікацію з коштів ФСР;
- частка витрат на підвищення кваліфікації працівників з коштів ФСР у витратах організації / витратах на персонал;
- частка та кількість працівників, що навчаються у вищих, середніх, середніх спеціальних навчальних закладах, у системі підготовки робочих кадрів організації за рахунок коштів ФСР;
- частка працівників, діти яких навчаються за рахунок коштів ФСР;

- витрати з ФСР на навчання / утримання дітей працівників організації у розрахунку на одну особу;
- витрати з ФСР на пенсійні програми бувшим працівникам організації у розрахунку на одну особу;
- частка працівників, забезпечених житлом за діючими нормами;
- частка бажаючих працівників, охоплених програмами житлового будівництва з коштів ФСР;
- частка бажаючих працівників, охоплених оздоровчими програмами за рахунок коштів ФСР;
- чисельність і частка працівників, що мають медичні страховки від організації за рахунок коштів ФСР;
- частка працівників, що зміцнили своє здоров'я в санаторіях, профілакторіях, будинках відпочину, за туристичними путівками і т.д. з коштів ФСР;
- частка тимчасово непрацездатних за період (рік, квартал);
- кількість днів тимчасової непрацездатності у розрахунку на одного непрацездатного;
- коефіцієнт частоти випадків захворюваності;
- економічні втрати внаслідок тимчасової непрацездатності працівників;
- втрати робочого часу внаслідок тимчасової непрацездатності;
- витрати з ФСР на спонсорство, добродійність та інші аналогічні заходи у місцеву громаду за окремими напрямками;
- частка витрат на спонсорство, добродійність й т.п. у чистому прибутку / чистому доході (виручці) від реалізації.

Для узагальненої характеристики рівня соціально-економічного стимулювання персоналу за рахунок коштів ФСР може використовуватися інтегральний показник за допомогою методу експертних, що розраховується як середня арифметична на основі поодиноких показників у балах,

визначених експертами, або як середньозважена арифметична величина з використанням за її обчислення коефіцієнтів вагомості всіх визначених поодиноких показників.

Вивчення перелічених показників слід здійснювати по організації в цілому та за категоріями працівників. У процесі аналізу можна вивчити виконання плану та динаміку цих показників. Доцільне їх порівняння з показниками кращих організацій – аналогів, що працюють у цій же сфері економічної діяльності, що й досліджувана організація (бенчмаркінг підхід).

Розраховані показники вводять у аналітичну таблицю, визначають причини їх зміни, роблять висновки щодо конкурентоспроможності організації у напрямку соціально-економічного стимулювання та мотивації поведінки працівників. Виконання і перевиконання плану, позитивна динаміка, значення показників вищі ніж у організацій-аналогів сприяють зростанню ефективності та продуктивності праці і позитивно характеризують роботу організації, яка може позиціонувати себе як соціально відповідальну.

**Михайловська О.В.**, к.е.н., доцент

Чернігівський національний технологічний університет

## **РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Одна з найважливіших задач розвитку підприємства й країни в цілому, нерозривно пов'язана з ефективністю виробництва, забезпечення випуску необхідної кількості сучасних виробів та покращення якості, досягнення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку.

На сучасному етапі світового розвитку бути конкурентоспроможним – значить мати певні сильні сторони серед інших схожих собі компаній та організацій. Бути конкурентоспроможним – значить розвиватись. За своєю

суттю конкурентоспроможність є багатогранною категорією, яка залежить від великої кількості чинників та оцінюється багатьма методами.

Вперше провідна роль конкуренції для функціонування ринкової економіки була встановлена в рамках класичної економічної теорії в XVII ст. Адамом Смітом, його відомим принципом «невидимої руки» [1].

Оцінка ролі конкуренції в ринковій економіці залежить від вихідної точки зору, у зв'язку з чим виділяються поведінковий, структурний і функціональний підходи (Таблиця 1).

Таблиця 1

## Характеристика основних підходів до конкуренції [2]

Підхід	Сутність	Представники
Поведінковий	Розглядає конкуренцію як боротьбу, змагання, суперництво суб'єктів господарювання, що зацікавлені у досягненні єдиної мети. Суть поведінкового трактування конкуренції полягає у ринковій боротьбі за грошові ресурси покупця шляхом задоволення його постійно зростаючих потреб.	А. Сміт, М. Портер, А. Юданов та інші.
Структурний	Передбачає аналіз структури ринку, а також умов та факторів, що впливають на розвиток підприємництва, акцентує увагу не на суперництві конкурентів один з одним, а на аналізі структури ринку, тих умов, в яких він існує. Структурна концепція розглядає конкуренцію як процес, якому притаманні зміни властивостей, структури і функцій.	К. Макконелл, С. Брю, Ф. Шерер, Д. Росе, Дж. Мейсон, С. Авдашева, Н. Розанова та ін.
Функціональний	Визначає роль конкуренції в економіці. Функціональна трактовка конкуренції – це суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним. При такому підході характерним є загострення уваги важливості наслідків конкурентної боротьби.	Й. Шумпетер, Ф. Хайек, В. Новиков та ін.

Слід відзначити, що конкурентним відносинам притаманний динамічний характер. Вони трансформуються під впливом змін, пов'язаних з глобалізацією, нерівномірністю розвитку, загостренням конкурентної боротьби між країнами, регіонами і фірмами [3].

Як було доведено багатьма економістами, конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення. На сучасному етапі світового розвитку конкуренція як рушійна сила змушує постійно шукати нові шляхи підвищення їхньої якості продукції та надаваних послуг, зниження ціни, підвищення якості сервісу тощо [4].

У динамічних умовах ринкової економіки перед підприємством постає задача не лише оцінки своєї конкурентоспроможності на даний час, але й вчасного реагування на зміни та визначення своєї майбутньої конкурентоспроможності. Для вирішення даних питань важливе значення має визначення складу та взаємозв'язку факторів, що впливають на загальний рівень конкурентоспроможності підприємства.

У сучасних умовах досягнення підприємством належного рівня конкурентоспроможності забезпечується за допомогою визначення головних факторів, що на неї впливають, надійних методів дослідження та оцінки, а також розробки та реалізації адекватних конкурентних стратегій. Виконання даних умов знизить вплив негативних ризиків та дозволить адекватно спрогнозувати подальшу діяльність підприємства [5].

### Література

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. В 2-х тт.: Пер с англ. – Т.1. — М.: Наука, 1993. – 11 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М., 2000. – С. 14-15.
3. Савченко І. А. Сучасні підходи до економічної сутності конкурентних відносин / І. А. Савченко // Журнал «Ефективна Економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1785>.



4. Трунина И. М. Підходи до дослідження конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1894/1/16Strizh.pdf>.

5. Михайловська О.В. Роль конкурентоспроможності в аспекті забезпечення розвитку підприємств / О.В. Михайловська / Інноваційно-інвестиційні напрями формування ефективної системи управління економікою за євро інтеграційних процесів: [колективна монографія] / під заг. ред. І.В. Калінько. – К.: Кондор-Видавництво, 2014. – 222 с.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н, доцент,

**Кравець О. В.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЛЬ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Впровадження управління знаннями в організації передбачає не просто створення відповідної одиниці в структурі управління. Критично важливим при цьому є поступове адаптування організаційної структури, культури та інформаційної системи всієї організації до нових ініціатив, адже впровадження управління знаннями є організаційною інновацією та стратегічною зміною водночас. Тому управління змінами відіграє виключно важливу роль в даному процесі і є актуальною задачею менеджера як в науковому, так і в прикладному аспектах.

Не зважаючи на те, що питанням управління знаннями та управління змінами присвячено досить багато праць вчених, в наявних дослідженнях все ще недостатньо приділено уваги практичним аспектам впровадження даних концепцій і використання методів, що пропонуються, для досягнення бажаного стану організації, що обумовлює актуальність наукових пошуків в цьому напрямку.

Більшість вчених та практиків переконані, що не існує стандартних схем впровадження управління знаннями в різних організаціях. Однак проведений нами аналіз наукових праць та практичного досвіду компаній показує, що, в цілому, можна виділити три етапи в процесі впровадження управління знаннями: стратегічний аналіз; вибір та розробка стратегії управління знаннями; реалізація стратегії управління знаннями в межах загальнокорпоративної стратегії. За моделлю ж управління організаційними змінами К. Левіна виділяють три етапи змін: 1) «розморожування»; 2) «рух»; 3) «заморожування». Перший етап визначає поточний стан та виявляє потреби у змінах, на другому здійснюється перехід за допомогою намічених дій до бажаного стану, а третій передбачає стабілізацію здійснених змін та їх впровадження у повсякденне життя організації. Саме тому логічно та ефективно застосовувати інструментарій управління змінами в процесі впровадження управління знаннями в організації [1].

Для визначення поточного та бажаного станів організації та управління знаннями в ній можна використовувати традиційні методи стратегічного аналізу, такі як STEEP-аналіз та і діамант М. Портера для аналізу зовнішнього середовища, методи організаційного аналізу для виявлення сильних та слабких сторін організації та можливостей щодо управління знаннями в ній.

В подальшому для діагностики потреб у змінах як для організації в цілому, так і для управління знаннями, найдоцільніше, на нашу думку, застосовувати модель Надлера-Ташмена, за якою досить легко визначити загально-організаційні стратегічні цілі і відповідно до них встановити цілі управління знаннями. Таким чином, від етапу стратегічного аналізу здійснюється перехід до розробки стратегії.

На вибір стратегії управління знаннями значно впливають такі фактори як рівень змін та їх темп. Визначивши рівні зміни, можна оцінити, скільки часу займе їх реалізація, наскільки складними вони можуть бути. При цьому враховують крім того наступні чинники: рівень та вид очікуваного опору

змінам; владу та повноваження ініціатора змін; об'єм інформації; фактори ризику. Отже розроблена стратегія управління знаннями визначатиме напрями, рівні та темп переходу від поточного стану щодо можливостей організації в даній сфері до майбутнього бажаного стану управління знаннями.

На етапі реалізації стратегії управління знаннями надзвичайно важливу роль для успішності процесу впровадження управління знаннями відіграє формування позитивного відношення до управління знаннями, подолання опору змінам та реалізація пілотного проекту. На готовність організації до змін можуть вплинути: нарощування невдоволеності існуючим положенням щодо процесів створення, передавання, обміну, збереження та використання знань в організації; розвиток здатності до змін шляхом проведення навчання; залучення сторонньої допомоги в формі презентацій представників успішних в сфері впровадження управління знаннями організацій галузі та суміжних галузей; створення спеціальних каналів інформування персоналу, щоб продемонструвати об'єктивну необхідність змін, а також довести працівникам, що зміни не можна відкладати; розкриття основних етапів та досягнутих результатів із впровадження ініціатив управління знаннями в корпоративних виданнях або на внутрішніх сайтах.

В будь якому разі для вирішення проблем опору необхідно створити у виконавців мотивацію до змін через створення умов, за яких їх поведінка природним чином буде відповідати меті зміни, забезпечити прозорість інформації та використовувати розгалужену систему матеріального та морального стимулювання. Важливу роль також відіграє безпосередньо функціональне забезпечення управління знаннями, яке відповідно до основних складових управління знаннями передбачає нормативне, кадрове, організаційне, культурне та інформаційне забезпечення реалізації стратегії.

Таким чином в процесі дослідження було встановлено, що впровадження управління знаннями нерозривно поєднується з концепцією управління організаційними змінами. Було показано, що під час вибору та

обґрунтування стратегії управління знаннями є можливість застосування інструментарію управління змінами з метою визначення рівня та темпу змін. Пріоритетними напрямками дослідження в подальшому можуть бути детальні розробки щодо практичного застосування інструментів та методів управління змінами в процесі впровадження управління знаннями в організації.

### **Література**

1. Серіков А. В. Управління організаційними змінами: Навчальний посібник / Серіков А. В. – Харків: Фірма «БУРУН і К», 2013. С 74-82.

**Осадчук І.В.**, к.с-г.н., доцент,

**Литвинов В.О.**, студент економічного факультету,  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОБґРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Рух України до Європи є досить складним. У кожній галузі економіки відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва та збуту товарів і послуг, здійснюється аналіз сучасного стану галузі в цілому та окремих підприємств, окреслюються їхні перспективи на майбутнє. Ці процеси характерні і для сфери готельно-ресторанного бізнесу, зорієнтованої на отримання прибутку шляхом надання різноманітних послуг у вигляді проживання, харчування, послуг транспортного та іншого сервісів.

Забезпечення поступального розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні є надзвичайно актуальною проблемою, адже її вирішення може поліпшити соціально-економічну ситуацію в нашій державі.

За даними Держкомстату України станом на 01.01.2016 р. у сфері готельно-ресторанного бізнесу було зареєстровано понад 20368 суб'єктів підприємництва, що складає 1,71% від загального обліку зареєстрованих

суб'єктів ЄДРПОУ, з них 19389 із юридичним статусом та 2209 - фізичних осіб - підприємців. Згідно з даними статистики у 2016 р. підприємства готельно-ресторанного бізнесу в цілому по Україні були збитковими.

Дослідження обсягу інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України показало, що станом на 01.01.2017 р. понад 78% загального обсягу капіталовкладень було спрямовано на розвиток готелів та інших місць для короткотермінового проживання, 14% - на розвиток ресторанів та припадає на Київ, Київську, Одеську, Львівську області. Станом на 01.01.2017 р. прибуток, спрямований на розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, склав 16976,0 тис.грн., або 17,3% від їх загального балансового прибутку.

Встановлено, що суттєву конкуренцію підприємствам готельного і ресторанного господарства і, в тому числі, великим готелям та ресторанам, їх мережам, створюють фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків і квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає. Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній вартості.

У ході дослідження виявлено ряд проблем, що заважають розвитку готельно-ресторанного бізнесу України.

Головною проблемою є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям та ресторанам важко відстоювати свої інтереси. У цьому випадку тільки поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище, однак, дрібним закладам часто доводиться виживати і працювати собі у збиток.

Друга проблема - активне освоєння вітчизняного ринку західними мережами, які переважно "захоплюють" висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям.

Третя проблема - відсутність чіткої “зірковості” вітчизняних закладів готельно-ресторанного бізнесу - незважаючи на ту чи іншу кількість “зірок”, підприємства можуть не відрізнитися один від одного за якістю.

Четверта проблема – інфраструктура галузі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості закладів готельно-ресторанного бізнесу відсутні сучасні засоби зв’язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу.

П’ята проблема - уповільнений розвиток готельної сфери в Україні в цілому, що обумовлено тим, що основну ставку інвестори роблять на будівництво торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Готелі ж відкладаються на потім, оскільки терміни їх окупності вище.

Шоста проблема - непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу припускають окупність вкладень за 5-6 років, проте в ході реалізації проекту може виявитися, що невеликий готель просто не зможе впоратися за цей термін. Все тому, що ризики прораховуються не до кінця, власники бізнесу не завжди можуть відразу вгадати правильний напрямок роботи, а клієнти з тих чи інших причин обирають конкурентів.

Однак, усі перераховані проблеми в готельно-ресторанному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона, як і раніше, буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат.

Насамперед, слід зосередитися на розвитку інноваційності, що є основною характеристикою сучасної економіки. У наш час науково-технічного прогресу інновації в готельно-ресторанному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі за кожного клієнта, адже застосування новітніх технологій дозволяє готельерам та рестораторам підвищити ефективність свого господарства, знаходити нові резерви

підвищення якості обслуговування, ефективної охорони номерів і майна гостей, надання нових послуг.

Готельна індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління підприємством готельно-ресторанного бізнесу до застосування глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день у готельній та ресторанній індустрії використовується досить багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін. Найбільший вплив сучасні інформаційні технології мають на просування готельного та ресторанного продукту.

Необхідність впровадження інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу стимулює конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів. Впровадження і дифузія інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства.

Отже, готельно-ресторанний бізнес – один із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. Наразі його особливістю є орієнтація на Європейські сервісні стандарти і стрімкий перехід до них. І як кожний бізнес – цей бізнес прагне до збільшення доходу і шукає інструменти та ефективні шляхи для досягнення бажаного фінансового результату.

Практика готельно-ресторанного бізнесу, конкуренція в галузі, економічні реалії з їх складними внутрішньогосподарськими умовами та відносинами значно ускладнили підприємницьку діяльність на ринку послуг, зумовили нові закономірності його розвитку. Це вимагає постійного вдосконалення і поглиблення існуючих наукових теорій, зокрема перегляду підходів і принципів управління та розвитку підприємницької діяльності в туризмі, адаптації наукових концепцій та інструментів у підприємницькому середовищі до сучасних економічних умов з урахуванням галузевої специфіки.

Сучасний розвиток індустрії гостинності має бути спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства.

### Література

1. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія / С.Г. Нездоймінов. - Одеса: Астропринт, 2009. - 304 с.
2. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://prohotelia.com/>.
3. Семенов В.Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія / В.Ф. Семенов, М.Д. Балджи, В.М. Мозгальова; [за ред. В.Ф. Семенова]. - Одеса: Optimum, 2012. - 201 с.

**Завгородня М.С.**, студентка 3 курсу ЕФ  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНОЇ СХЕМИ ВЗАЄМИН ПІДПРИЄМСТВА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

В умовах сучасного ринкового середовища суб'єкти господарювання зосереджують свою увагу на пошуку методів та інструментів, які б дозволяли покращити функціонування підприємства як в цілому, так і за його ключовими підсистемами. Серед них особливе місце посідає логістика постачання, яка, з позицій системного підходу, дає змогу зменшити витрати виробництва, що пов'язані з рухом елементів матеріального потоку підприємства [1].

Логістичне управління поставками сировини та матеріально-технічних ресурсів є структурним елементом у системі логістичного управління



підприємством й базується на використанні системного, стратегічно орієнтованого підходу до управління логістикою постачання. В ході дослідження було виявлено, що тоді як багатьма науковцями та авторами були визначені методологічні підходи до логістики постачання, питання побудови ефективної схеми взаємин з постачальниками у логістичній системі вітчизняних підприємств вимагають подальшого опрацювання саме у напрямі розроблення відповідного механізму. З метою вдосконалення закупівельної логістики підприємства, управління взаємовідносинами з постачальниками в ідеалі має перейти від оперативного до стратегічного рівня, що забезпечує створення нового формату відносин, спрямованих на створення синергетичного ефекту від взаємин «постачальник-підприємство-покупець». Тому в останні роки усе більше уваги приділяється дослідженню управління взаємовідносинами з постачальниками через призму інтересів кінцевого споживача [1].

Згідно з вищезгаданими тенденціями підприємствам доцільно при формуванні взаємовідносин із постачальниками використовувати концепцію партнерства. Важливо доповнити, що довгострокові відносини з постачальниками, закріплені відповідними угодами та домовленостями, характеризуються не тільки довірою між партнерами, а й підвищеною увагою до якості співпраці з обох боків та іноваційністю. Під час дослідження різноманітних схем взаємовідносин із постачальниками, які мають місце на підприємствах, було визначено ряд типових проблем, що часто виникають у зв'язку з відсутністю осередкованої системи управління такими відносинами.

У рамках розробки рекомендацій щодо побудови ефективної схеми взаємин підприємства з постачальниками пропонується впроваджувати комплекс SRM (з англ. Supplier Relationship Management) та разом встановлювати систему електронного постачання [2]. Такі заходи мають суттєво підвищити ефективність та прозорість закупівель та перевести відносини з постачальниками у стратегічний довгостроковий розріз. Проведене дослідження на основі порівняльного аналізу свідчить, що

програмне забезпечення покликане об'єднати в уніфікованому користувацькому інтерфейсі дані про уся закупівельну діяльність підприємства, тобто про постачальників, вартості поставок, ціни на матеріали, ефективність поставок та інші показники. Окрім вирішення вищезазначених проблем, впровадження системи SRM також має потенціал принести додаткові вигоди підприємству, а саме: знизити вартості закупаюваних сировини і матеріалів за рахунок тендерів і зворотних аукціонів; скоротити витрат часу на закупівельні процедури і збільшення прибутку за рахунок скорочення разових закупівель, зниження закупівельних цін, отримання додаткових бонусів від постачальників завдяки підписання довгострокових угод; підвищити прозорість процесу вибору постачальників і витрат на закупівлю за рахунок повного документування всього закупівельного процесу; зменшити кількість випадків роботи з єдиним постачальником за завищеними цінами; дозволити оперативне виявлення відділом постачання та менеджерами з продажів акційних пропозицій та істотних знижок від постачальників; впровадити інтуїтивно-зрозумілі on-line сервіси самореєстрації постачальників, які дозволяють передоручити управління інформацією про постачальників самим постачальникам, знизивши рутинне навантаження відділу постачання; вибудовувати пріоритетні відносини в роботі зі стратегічно важливими постачальниками, що забезпечують найкращі умови і якість, дотримуючись принципів партнерства [2].

Таким чином, прогнозовані показники впровадження зазначених заходів дають змогу стверджувати, що вони можуть суттєво збільшити чистий дохід (виручку) від реалізації продукції підприємства та загальну суму чистого прибутку, а також підвищити показники рентабельності підприємства. За даними дослідження, впровадження системи управління відносинами з постачальниками на підприємстві може вплинути також на якість виконання замовлень підприємства (завдяки вчасності та якості поставок матеріалів), що дозволить підвищити обсяг реалізації продукції у

межах 1–3% шляхом суттєвого підвищення рівня контролю над закупівлями, зниження витрат за рахунок зменшення вартості товарів і послуг. Збільшення обсягів реалізації забезпечується завдяки тому, що поставки стають вчаснішими та доцільнішими, а підприємство встигає виконувати більше замовлень за аналогічний період.

### Література

1. Волинчук Ю.В. Логістичне управління процесом постачання на підприємствах / Ю.В. Волинчук, І.О. Куделя // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка. — 2013. — Вип. 10. — С. 32–38.
2. Балабаниць А. Управління відносинами з постачальниками на основі концепції маркетингу взаємодії // Вісн. Тернопільськ. нац. економ. ун-ту. — 2008. — Вип. 1. — С. 87–92.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н, доцент,

**Гадупяк А.М.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних ринкових умов вітчизняні підприємства все в більшій мірі концентруються на конкурентних перевагах, спираючись на досвід господарських структур провідних країн світу. Ці конкурентні переваги зводяться до усвідомлення та реального втілення відповідної поведінки підприємств, що характеризується прагненням до постійного вдосконалення процесу поєднання факторів виробництва та управлінських рішень за допомогою зміни власної свідомості, переорієнтації мотивації, спрямованості інтересів та ціннісних орієнтацій на інноваційній основі [1]. Інноваційний зміст підприємницької діяльності вимагає творчого ставлення у контексті з'ясування нових важелів та механізмів впливу на формування конкурентних

переваг суб'єктів ринкового середовища. Ці питання досліджувалося як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями, на думку яких інновації - головна передумова ринкової конкурентоспроможності підприємств в умовах економічної глобалізації [2]. Тому проблематика забезпечення інноваційного розвитку економіки та підприємств є вкрай актуальною в українських реаліях.

Формування умов для безперервного відновлення інноваційного процесу виступає найважливішою метою економічного розвитку України, регіонів і підприємств. Разом з тим, даному процесу перешкоджають: недостатня кількість радикальних та економічно значимих нововведень; велика тривалість циклу відтворення інновацій, починаючи із стадії розробки та завершуючи освоєнням нововведень на виробництві; незначна частка експерентних підприємств, що займаються інноваційною діяльністю; нечисленність розробок, що отримали широке поширення на вітчизняному і світовому ринках: недостатня розвиненість інноваційної інфраструктури; несприятливий інвестиційний клімат і недосконалі механізми державної підтримки інноваційної діяльності. Спираючись на зарубіжний досвід, забезпечення інноваційних переваг підприємства та конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробника можливо досягти шляхом : вдосконалення механізмів антимонопольного регулювання підприємницького середовища для реструктуризації національних підприємств усіх форм власності; впровадження інструментів дієвої інноваційної мотивації на основі прямих і непрямих форм стимулювання з метою підвищення інноваційної складової вітчизняних товарів та послуг; удосконалення економічних методів регулювання ринкової кон'юнктури для забезпечення пріоритетності формування та розвитку інноваційних підприємств; усунення диспаритету між цінами на внутрішньому ринку України та світовими цінами на товари і послуги з метою попередження неналежного відшкодування вітчизняних ресурсів (праці, сировини, капіталу тощо); забезпечення структурної

перебудови вітчизняної економіки шляхом стимулювання ефективності інноваційного виробництва та підтримки наукоємних підприємств.

Таким чином для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств необхідно активізувати діяльність інноваційного менеджменту з нарощування конкурентних переваг інноваційного характеру, що дозволить на вигідних умовах інтегруватися у світове співтовариство та забезпечить належний рівень економічного розвитку країни.

### **Література**

1. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації /О. С. Шнипко.- К.: Наукова думка, 2009.- 334 с.
2. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : [монографія] / Л. І. Піддубна.- Харків: ІНЖЕК, 2007.- 368 с.

**Минкіна Г.О.,** к.-с.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ**

Глобальні зміни у розвитку світової економіки тісно пов'язані з динамічним зростанням попиту в багатьох країнах світу на високоякісну натуральну продукцію органічного агровиробництва, яке в порівнянні з традиційним має низку економічних, екологічних та соціальних переваг, слугує основою повноцінного харчування людей, що виключає будь-які ризики для їх здоров'я, зберігає довкілля.

Аграрна політика, спрямована на досягнення економічного розвитку в довгостроковому періоді втілюється у найбільш важливих і принципових

планах, програмах, установках чи намірах, які приймають рішення щодо перспективного економічного розвитку на всіх рівнях управління: центральному, галузевому, регіональному, підприємств, фірм та інших господарських суб'єктів [1].

Попит на органічну продукцію з позицій маркетингу заслуговує на його всебічне наукове дослідження як фундаментальної засади функціонування і перспектив розвитку даного сегменту продовольчого ринку. Паралельно з науковими пошуками маркетингові служби на усіх ієрархічних рівнях мусять демонструвати свою активну позицію і все ширше пропагувати і рекламувати переваги споживання органічних продуктів серед усіх верств населення та способи їх органічного виробництва.

Повний зміст органічного виробництва - це складний тривалий ланцюг «від поля до столу», в якому виділяються автономно функціонуючі ланки, а саме: вирощування сільськогосподарських культур (сировини); переробка рослинницької сировини на харчові продукти; переробка сировини в соковиті, грубі і концентровані корми; виробництво продукції тваринництва і птахівництва (сировини); переробка тваринницької сировини на продукти; транспортування готової продукції до місця зберігання і торгової мережі; реалізація та зберігання продукції у торговій мережі; утилізація побічної продукції.

Активна позиція маркетингових служб має в своєму арсеналі достатньо способів впливу на людей з метою переорієнтації їхньої свідомості на користь органічних харчових продуктів, збільшуючи на них попит [3]. Важливість цієї справи зумовлюється значною інерцією стереотипів мислення стосовно довіри громадян до якості і безпеки органічних продуктів та до їх виробників.

Органічні агроформування для виконання економічних, екологічних та соціальних функцій, забезпечення ефективної діяльності в умовах раптових і непередбачуваних змін у зовнішньому середовищі, а також завоювання міцних позицій на ринку екологічно чистої агропродовольчої продукції,

змушені вибирати відповідну стратегію свого розвитку. За своєю суттю, стратегія органічного підприємства – це узагальнена модель дій, спрямована на досягнення мети через розподіл, координацію та ефективне використання наявних ресурсів, система правил і способів реалізації стратегічної концепції його розвитку. Невід’ємною властивістю стратегії є те, що вона визначає не рішення з окремих проблем, а охоплює весь комплекс рішень, що вимагає певна ринкова ситуація. Тобто, вона має враховувати ресурси й умови діяльності, але не тільки і не стільки реальні, скільки потенційні, які можуть бути включені в діяльність органічних агроформувань у разі необхідності.

Маркетингові дослідження повинні доходити до кожної ланки, де оператори працюють за умов отримання прибутку, який впливає на ціну товару на ринку. З цих міркувань кращі можливості, а відтак і перспективу, мають господарюючі суб’єкти із замкнутим циклом виробництва, які триматимуть під контролем увесь ланцюг «від поля до столу».

Отже попит на органічні продукти на вітчизняному і світовому ринку має всі підстави розглядатись як основа розвитку цієї нової галузі аграрного виробництва. Маркетингові служби на усіх ієрархічних рівнях мають розвивати активну політику щодо переваг органічних харчових продуктів. Активна популяризація і рекламування товарів органічного виробництва безумовно справлятиме позитивний вплив на їх попит на ринку. Виробникам органічної продукції за умов низької платоспроможності населення доцільно виходити на продовольчі ринки розвинених країн. За практично відсутньої державної фінансової підтримки слід вважати перспективним кроком у розвитку вітчизняного органічного виробництва залучення іноземних інвесторів для створення спільних підприємств.

## Література

1. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: закон України № 425-VII від 03.09.2013р. Закон України

[Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

2. Андреева Н.М. Роль маркетингу в системі аудиторської діяльності підприємства: сучасний погляд на проблематику / Н.М. Андреева, Д.В. Зінковська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – № 56. – С.11-18.

3. Білоусов Є.Ю. Принципи, напрями та механізми державної підтримки розвитку органічного землеробства в Україні / Є.Ю.Білоусов // Молодий вчений. – 2015. – № 6. – С.74-77.

#### **4. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ, АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ.**

**Нижеголенко К.С.**, к.е.н, в.о. доцента кафедри міжнародних економічних відносин  
Начальник навчального відділу  
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права»

#### **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

Сталий розвиток сільських територій України має охоплювати широке коло специфічних політичних, економічних, соціальних, екологічних, земельних та інших суспільних відносин, які становлять єдину систему державотворення. Розвиток села та аграрного виробництва завжди був складним процесом та супроводжувався різними проблемами, які потребували термінового вирішення. Виходячи з цього питання теоретичного і методичного обґрунтування напряму розвитку як сільського господарства, так і сільських територій на теренах нашої країни є актуальним.



Причинами, що призупиняють процес реалізації концепції сталого розвитку сільського регіону та сільських територій є недостатнє фінансування розвитку сільського регіону. Сталий розвиток сільських регіонів, територій, аграрних підприємств залежить від правильного визначення основних проблем розвитку й заходів соціально-економічного, екологічного, правового й адміністративного характеру, які дозволили б вивести сільські території на якісно новий рівень розвитку, комплексно вирішити економічні, соціальні й екологічні проблеми сільського регіону.

Політика розвитку сільської території повинна мати систему економічних, правових і організаційних заходів, які були б спрямовані на підвищення рівня якості населення, підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва та раціонального використання природних ресурсів.

Для вдосконалення законодавчо-нормативної бази було прийнято велику кількість нормативно-правових актів, наказів, розпоряджень і програм розвитку сільських територій, та внесено зміни до Законів України про регулювання відносин у сфері аграрного сектору, сталого розвитку, сільського господарства та сільських територій.

До них належить: Закон України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві», Закон України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року», Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року, «Концепція Загальнодержавної програми соціального розвитку села на період до 2011 року», Єдина стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020рр, Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, та інші.

Сучасний стан сільської території, потребує посилення впливу держави на ті процеси, що в ньому відбуваються. Дієві інструменти впливу

та захисту національних інтересів регіонів та країни в цілому, є програмно-цільові методи управління.

Сталий соціально-економічний розвиток будь-якої країни означає таке функціонування її господарського комплексу, коли одночасно задовольняються зростаючі матеріальні і духовні потреби населення, забезпечується раціональне та екологічно безпечне господарювання і високоефективне збалансоване використання природних ресурсів, створюються сприятливі умови для здоров'я людини, збереження і відтворення навколишнього природного середовища та природно-ресурсного потенціалу суспільного виробництва.

З метою прискореного переходу до засад сталого розвитку, враховуючи наявні економічні реалії та менталітет нації, на наш погляд, нагальною є актуалізація таких основних пріоритетів розвитку сільських територій: подолання бідності та покращення якості життя сільського населення; забезпечення охорони навколишнього природного середовища та підвищення рівня екологічної безпеки; подолання проблем, які найчастіше спричинені: незбалансованим, надмірним внесенням мінеральних добрив, інтенсивним розвитком сільськогосподарських меліорацій в радянські часи та екстенсивним розвитком зрошення в часи економічних трансформацій, недосконалими проектами з меліорації, радіаційним забрудненням середовища внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, тривалим екстенсивним використанням ґрунтів, порушенням ландшафтів через надмірну розораність земель.

У зв'язку з інтенсивним землеробством проблема зрошення полягає у засоленні та підтопленні земель, що зрошуються і прилеглих до них. Частина таких сільськогосподарських земель складає 12 840 га та 65 підтоплених сільських населених пунктів в Херсонській області. Для Півдня України зрошення має надзвичайно важливе значення. Херсонська область відноситься до агропромислової зони, тому родючість ґрунтів є вирішальним фактором у виробництві сільськогосподарської продукції. Крім того, в

умовах Півдня України, важливим чинником одержання стабільних урожаїв сільськогосподарських культур служить наявність вологи в ґрунті.

Отже, поетапне втілення вищезазначених пріоритетів модернізованої політики розвитку сільських територій має базуватися на синтезі пріоритетних цілей, завдань, механізмів та інструментів її реалізації, що структуровані і збалансовані між різними секторами державної політики – аграрною, інвестиційною, бюджетною, податковою, митною, соціальною, пенсійною, демографічною, екологічною, земельною, містобудівельною, інформаційною, кадровою, регіональною тощо. Доцільним є: впровадити принципи легітимізації, моніторингу та стимулювання економічної діяльності виключно за місцем її здійснення у межах відповідної сільської території; забезпечити оновлення, розробку, затвердження та повсюдне використання науково обґрунтованих прогресивних, соціальних стандартів та нормативів фінансового забезпечення проживання жителів у сільській місцевості; сформувати інфраструктуру ринку земель сільськогосподарського призначення з огляду на соціально справедливе, економічно ефективно та екологічно безпечне використання цих земель.

**Миронов В.В.**, к.е.н., доцент

**Ткачук А.І.**, к.і.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

Публічне управління є формою діяльності органів виконавчої влади. Проте це не означає, що органи виконавчої влади діють виключно у названій формі. У певних випадках вони, насамперед Кабінет Міністрів України та міністерства, приймають політичні рішення, тобто займаються політичною діяльністю, яку необхідно чітко відмежовувати від публічного управління.

Необхідність такого кроку впливає з положень національного законодавства та юридичних актів інституцій Європейського Союзу.

Публічне управління не поглинає собою політичну діяльність, які як за своєю сутністю, так і за особливостями правового регулювання утворюють окремі соціальні інститути, що, однак, не заважає їм взаємодіяти. Йдеться про те, що політичні рішення можуть бути реалізовані у процесі здійснення публічного управління.

Але на відміну від законотворчості та судочинства, публічне управління може здійснюватися також і іншими суб'єктами, зокрема:

- органом законодавчої влади (Верховна Рада України в особі апарату надає відповідь на інформаційний запит тощо);
- органами судової влади (апарат суду надає громадянину можливість ознайомитися із судовим рішенням на підставі Закону України «Про доступ до судових рішень» тощо);
- Президентом України (нагороджує державними нагородами; встановлює президентські відзнаки та нагороджує ними тощо);
- органами прокуратури (здійснюють перевірку законності правових актів, прийнятих місцевою державною адміністрацією тощо);
- іншими органами державної влади, які не входять до системи органів виконавчої влади, наприклад, Національними комісіями регулювання природних монополій (видають ліцензії на зайняттями відповідними видами господарської діяльності; здійснюють провадження у справах про адміністративні правопорушення тощо);
- органами місцевого самоврядування (встановлюють місцеві податки і збори; приймають рішення про відчуження комунального майна тощо);
- суб'єктами делегованих повноважень, наприклад, громадським інспектором з охорони довкілля (перевіряє документи на право використання об'єктів тваринного світу, зупиняє транспортні (у тому числі плавучі) засоби та проводить їх огляд тощо) [1].

Взагалі публічне управління – це різновид суспільно корисної діяльності, яка здійснюється певною сукупністю суб'єктів, зокрема органами державної влади. У цьому випадку наглядним є взаємозв'язок публічного управління та державної влади, яка, відповідно до ч. 1 ст. 6 Конституції України [2], реалізується згідно з принципом розподілу влади, тобто органами законодавчої, виконавчої та судової влади.

Окрім того, публічне управління завжди здійснюється у контексті подій, що відбуваються в суспільстві і в реальних соціально-економічних, політичних і культурних умовах. Відповідно, публічне управління не може бути ізольованим від суспільства, оскільки воно реалізується частиною цього суспільства і в тісному взаємозв'язку із цим суспільством.

Взагалі публічне управління в класичному розумінні визначається як вплив суб'єкта управління (що володіє публічною владою) на об'єкт – суспільство (суспільні процеси, відносини) відповідно до покладених на нього суспільнозначущих функцій і повноважень. Тобто публічне управління виникає як результат певного суспільного договору між державою і суспільством, коли владними повноваженнями наділяються відповідні органи і посадові особи.

Суб'єктом і одночасно об'єктом публічного управління є громадянське суспільство, недержавні організації (різні самоврядні структури (громадські організації, об'єднання) та їхні органи), органи державної влади.

Безпосередньо управлінською ланкою суб'єктів управління є органи публічного управління: інституції, обрані шляхом прямих виборів, та їх виконавчі структури; посадові та службові особи, обрані шляхом прямих виборів; посадові та службові особи, призначені інституціями, та їх виконавчі структури.

Визначальними та специфічними серед суб'єктів публічного управління є населення країни (носієм влади залишається народ) та групи інтересів, оскільки в умовах солідаристичної цивілізації та змішаної формації

саме вони визначають, стверджують, контролюють та оцінюють прямим або представницьким способами.

Публічне управління також має свої особливості, які впливають з того факту, що суб'єкт публічного управління володіє повноваженнями, похідними від публічної влади (різні способи, засоби і методи застосування якої формують його сутність). Все це уможливорює розгляд публічного управління в трьох взаємопов'язаних аспектах: структурному, функціональному, компетенційному. Своєю чергою, компетенційний аспект (можливість примушувати) не буде мати ніякого значення без структурного аспекту (органів публічного управління), який може отримати реальне втілення тільки у функціональному аспекті (здійснення діяльності органами публічного управління). Приймавши до уваги вказані аспекти, можна констатувати, що публічне управління – це складна система, функціонування якої пов'язане із великою кількістю суперечностей [3, с.57-58].

Отже, на сучасному етапі модернізація публічного управління має здійснюватися передусім із врахуванням досвіду, традицій, а також через впровадження інноваційних механізмів і технологій, прийняття управлінських рішень за участю громадськості. Втілення принципів прозорості та відкритості у системі публічного управління забезпечить можливість ефективної функціональної взаємодії державних інститутів та громадянського суспільства, оптимізує зворотний зв'язок публічної влади з громадськістю, що, у свою чергу, сприятиме модернізації системи публічного управління та попередженню кризового стану системи органів публічної влади.

У сучасних умовах динамічних суспільних трансформацій система публічного управління має постійно змінюватися, вдосконалюватися згідно з суспільними потребами та сучасних умов, щоб уникати завчасної широкомасштабної реформи, яка може бути болючою для суспільства.

### Література

1. Мельник Р.С. Категорія «публічне управління» у новій інтерпретації // Адміністративне право і процес. – 2013. – №1 (3). – С. 8-14.
2. Конституція України : зі змінами та доповненнями / прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. – Х. : Весна, 2012. – 48 с.
3. Обушна Н. Публічне управління як нова модель організації державного управління в Україні: теоретичний аспект // Ефективність державного управління: Збірник наукових праць. – 2015. – Вип. 44. – С. 53-63.

**Білуросов С.Г.**, директор, к.т.н., доцент,  
заслужений працівник освіти України  
Херсонський обласний центр перепідготовки  
та підвищення кваліфікації

## **ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Розвиток областей та конкретних територіальних громад повинен відбуватися у відповідності до визначених стратегій, які мають бути в руслі із діючою Державної стратегії регіонального розвитку, розрахованої на період до 2020 року. Зазначене має сприяти комплексному розвитку об'єктів соціально-економічної інфраструктури, які будуються та ремонтуються по всій країні в тому числі і за кошти державного бюджету [1].

Під час Міжвідомчої конференції з питань регіонального розвитку «Секторальний діалог – актуальні проблеми розвитку регіонів», що проходила 17-18 травня 2018 року у Києві, перший заступник Міністра регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ України В'ячеслав Негода зробив наголос на необхідності ефективного витрачання коштів на розвиток

регіонів та громад. Повідомив, що державна підтримка територій за чотири роки зростає в 38 разів: з 0,5 млрд грн у 2014 до 19,4 млрд грн у 2018 та констатував, що за ці роки втричі зросли власні надходження місцевих бюджетів, збільшилася міжнародна підтримка розвитку громад в Україні. Місцева публічна влада має серйозно підійти до формування нових та поновлення діючих стратегій розвитку на відповідних територіях.

Реформа децентралізації вже увійшла в таку стадію, що головний критерій – вже не кількість об'єднаних громад (рис. 1.), а якісні індикатори – скільки людей об'єдналось, яку територію охоплюють об'єднані громади, які показники соціально-економічного розвитку та рівень сучасного менеджменту вони мають. Адже більша територія дозволяє реалізувати більше інфраструктурних соціально-економічних проєктів і від цього залежить перспектива громади щодо залучення інвестицій, її конкурентоздатності.



Рис. 1. Динаміка формування об'єднаних територіальних громад Херсонської області та в цілому по Україні станом на 10 травня 2018 року

Важливе місце в реалізації проєктів належить фінансовій підтримці Державного фонду регіонального розвитку, в межах якого Херсонському регіону на розбудову у 2018 році виділено кошти у розмірі 193,9 млн. грн.

В даний час Херсонської обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації (далі – Центр) в межах реалізації програми з упровадження державної регіональної політики в Україні та вдосконалення



механізмів фінансування регіонального розвитку «U-LEAD з Європою» здійснює підготовку тренера з питань залучення прямих іноземних інвестицій для регіонального і місцевого розвитку.

Центром проведено низку досліджень серед сільських та селищних голів об'єднаних територіальних громад області з питань бачення комплексного розвитку соціально-економічної інфраструктури, здійснення застосування ефективних практик муніципального розвитку [2]. Наприклад, цікавим є питання, які потребують поглибленого вивчення в контексті підвищення конкурентноспроможності діяльності окремих об'єднаних територіальних громад (рис. 2.).



Рис. 2. Актуальні питання, які потребують поглибленого вивчення, щодо ефективного функціонування та подальшого розвитку створених об'єднаних територіальних громад

В даний час в Центрі здійснюється визначення потреб з метою запобігання дублюванню та збалансованого підвищення кваліфікації окремих категорій працівників органів публічної влади з урахуванням вищезазначених актуальних питань в межах децентралізації влади та розвитку територіальних громад Херсонської області.

### Література

1. Постанова Кабінету Мініструва України від 06.08.2014 р. № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/385-2014>.
2. Білорусов С.Г. Пріоритети розвитку територіальних громад в контексті децентралізації влади: досвід Херсонської області // Влада та управління. Збірник наукових праць. – Вип. 4. – Чернівці: «Букрек», 2016. – С. 58 – 66.

**Попова А.М.**, к.т.н, доцент кафедри міжнародної економіки  
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

**Сичова К.Є.**, студ. групи ЕМ-41  
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

### ДЕРЖАВНІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Глобалізація відкриває нові можливості розвитку для країн що розвиваються. Для України такою можливістю є використання сучасних засобів зв'язку, інформаційних технологій та спрощення процесів транспортування, розширення кордонів для розвитку експортного потенціалу України. Визначення сучасного стану туристичної галузі у світі та аналіз українського ринку дає змогу визначити шлях підвищення експортного потенціалу України.

Упродовж останніх часів економічна ситуація у світі знаходиться в постійному русі, змінюється звичайна картина торгових зав'язків та провідних галузей економік країн. Науковий підхід вимагає досліджень нових можливостей розвитку для економіки України у зв'язку зі змінами у світових економічних тенденціях. Так у сучасному світі стрімко зростає обсяг туристичних послуг. Є вже існуючий ринок зі все зростаючою

конкуренцією, його лідируючі позиції займає Європа. Однак Україна зі своїми природними ресурсами, багатою історико-культурною спадщиною, архітектурними пам'ятками та різноманітними можливостями для спортивного та активного відпочинку здатна скласти гідну конкуренцію вже існуючому ринку туристичних послуг та підвищити експортний потенціал України.

Розвиток туризму є актуальним для України, як засіб виправлення соціально-економічного положення в країні, зробивши цю галузь однією з пріоритетних реалізуючи туристично-рекреаційний потенціал українських земель та зручне географічне розташування у Європі. Піднімаючи одночасно соціально-культурний рівень не тільки великих населених пунктів та туристичних центрів, але й периферії виконується вирівнювання регіонального дисбалансу, створюються робочі місця у населених пунктах з високим рівнем безробіття. А результатом цього процесу є підвищення рівня статків громадян країни і відповідно підвищення доходів держави за рахунок податкових надходжень, як за рахунок туризму так і суміжних галузей.

Одночасні проблеми, котрі необхідно вирішити для реалізації цього потенціалу, при успішному вирішенні стають конкурентною перевагою, що дозволяє розраховувати Україні на сталий економічний ріст.

Питання побудови конкурентоспроможної туристичної галузі давно хвилює українських вчених та спеціалістів, однак небагаточисленні локальні програми та проекти не здатні успішно вирішити встановлені завдання без підтримки держави, котра створивши прозору законодавчу базу, з чітким визначення прав власності, обов'язків і можливостей не тільки крупних туристичних центрів, а й невеликих підприємств чи то навіть фермерських господарств, приватних власників та інших учасників туристичного бізнесу.

Завдання підвищення якості є першочерговим на цьому етапі розвитку українського туризму, котрий все частіше програє у конкурентній боротьбі і за ціновими, і за якісними критеріями іноземним туристичним центрам і

українці що від'їжджають за кордон фактично «є інвесторами іноземних держав».

Україна має виключні культурно-етнічні традиції, що можуть в поєднанні з природними умовами, скласти гідну конкуренцію екзотичним іноземним курортам, привабити не тільки українського туриста, а й іноземців із сусідніх держав. А при підтримці держави знову вийти на гідний міжнародний рівень у галузі туризму.

У сучасних умовах використання всіх можливих ресурсів розвитку можливостей співпраці. Так в Україні є можливість розвитку туризму, не тільки в районах з розвинутою інфраструктурою та наявністю виходу до моря.

Розвиток конкурентних переваг України в галузі міжнародного туризму вимагає визначення кола основних питань, що потребують вирішення.

Сільський відпочинок перспективна галузь туристичного бізнесу для внутрішніх та в'їзних туристів, який може успішно реалізуватися, прикладом є Польща та Франція.

Організація так званого «зеленого» відпочинку чи сільського туризму накладає велику відповідальність на їх організаторів, через те що неякісне обслуговування чи то навіть недостатньо високий рівень поінформованості туриста можуть привести до створення негативного ставлення до всієї галузі в цілому.

Туристична галузь України є джерелом прибутку з високим потенціалом, що може навіть претендувати на частку у ВВП країни, як вже це відбувається у країнах Європи. Так можна проаналізувати динаміку змін туристичних та інших потоків в Україну.

Розвиток даного напрямку дозволяє одночасно розвиваючи економіку країни виявляти питання та проблеми розвитку інфраструктури регіонів при одночасному підвищенні якості життя.

Одним із засобів підвищення цікавості та формування позитивного ставлення до України є організація та проведення на території України спортивних, масово-культурних та музичних заходів із залученням міжнародних учасників.

Однак тут варто усвідомити що первинне завдання – отримання прибутку та стабілізація ринку праці у туристичній галузі у вже існуючих рекреаційно-туристичних районах не повинне завадити всій стратегії відродження і розвитку туристичної галузі в Україні.

Створення привабливого позитивного образу України є важливим стратегічним завданням для успішної роботи не тільки галузі туризму, але й для просування загалом і всього українського виробництва та вихід українських підприємств на міжнародні ринки.

**Мазур Ю.П.,** к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

## **НЕОБХІДНОСТІ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ**

Реформування сільських громад в об'єднані територіальні громади (ОТГ) неминуче призведе до зростання відповідальності жителів громад за стан їх населених пунктів. Передача повноважень з центру на місця має викликати хвилю відповідальності за власне майбутнє. Для цього необхідно обґрунтувати та сформулювати такі конкурентні умови функціонування фізичних та юридичних осіб, що займаються господарською діяльністю в сільських населених пунктах, які б дозволили відчувати себе відповідальними за майбутнє цих населених пунктів.

В сучасних умовах передачі повноважень адміністрування в об'єднані територіальні громади формуються доволі складні відносини в таких населених пунктах. Закриття закладів інфраструктури населених пунктів, які

скоротили ефективність функціонування через ряд економічних чинників, невизначеність моделі діяльності цієї структури в майбутньому, розгубленість та недовіра населення до діяльності майбутніх органів влади – вимагають формування нових соціально-економічних відносин в сільських населених пунктах.

З однієї сторони жителі сільських населених пунктів – власники земельних та майнових паїв, не завжди задоволені доходами від оренди, прораховують можливі прибутки орендарів, і вимагають підвищення фінансування на забезпечення рівня соціального становища. В умовах невизначеності – такий фактор стає доволі важливим у формуванні суспільної думки та маніпуляцій, а в деяких селах Черкащини вже закликають до перегляду умов оренди земельних паїв.

З іншої, орендувачі суб'єкти скаржаться на зростання витрат, податків на їх діяльність та велике навантаження від утримання інфраструктури цих населених пунктів. При цьому отримані прибутки не дають змоги для розширеного відтворення виробництва, придбання ефективної сучасної сільськогосподарської техніки та обладнання з року в рік відкладається. В результаті крупні та середні господарники скорочують діяльність галузей тваринництва, а дрібні орендарі переходять на вирощування тільки олійних культур. В цілому, орендарі земельних та майнових ресурсів практично залишають населення – потенційних працівників наодинці зі своїми проблемами.

Вихід можна знайти у широкому залученні сільських жителів в господарську діяльність, а саме створення кооперативів та підприємств, які б надавали різного виду послуги – від сільськогосподарських робіт, ремонтно-будівельних до надання різного виду послуг.

Реалізація запропонованого можлива через формування моделі співпраці та відповідальності, яка забезпечує нормальний соціальний розвиток місцевих підприємств, створює умови для соціально-культурного

будівництва, покращення транспортної мережі, медичного обслуговування, а також для роботи дошкільних і шкільних закладів.

Оскільки державні органи влади поступово відходять від виконання функцій соціально економічного розвитку сільських населених пунктів, вважаємо основним їх завданням буде формування таких «правил гри», в основі яких має бути людина.

Завданням орендарів земельних угідь, має бути пропорційна підтримка функціонування такої моделі. Для цього необхідно з розумінням віднестися до проблем які вже виникли та виникатимуть в майбутньому. На плечі громади поступово буде переміщуватися відповідальність за власне майбутнє та майбутнє населених пунктів.

Тому виникає необхідність кооперації, яка полягає в спільній відповідальності за забезпечення нормального існування жителів населеного пункту, де орендуються земельні та майнові комплекси. Оскільки переважна частина сільського населення люди старшого віку, то доцільним в цьому напрямі має бути вивчення та надання додаткових послуг в галузі охорони здоров'я та освіти, що передбачає вивчення потреб потенційних споживачів послуг, їх соціального та фінансового стану та задоволення їх за рахунок запрошення спеціалістів та фахівців.

Крім можливих прибутків, така діяльність сприятиме формуванню позитивного іміджу серед жителів населених пунктів, що в подальшому надаватиме перевагу виборів до місцевих органів влади. Жителі, в свою чергу, розумітимуть важливість їхньої співпраці, починаючи від господарської діяльності і закінчуючи голосуванням на виборчих дільницях.

Переведення діяльності працівників таких кооперативів в юридичну площину дозволить покращити перспективи пенсійного забезпечення. Безумовно, що тільки така діяльність не принесе значних дивідендів, тому в перспективі доцільно диверсифікувати виробництво та створити ряд супутніх переробних виробництв.

Однією із основних проблем на сьогодні постає забезпечення кадрами працівників таких кооперативів. Спеціалісти, які працюватимуть в даній сфері, повинні володіти рядом специфічних знань в галузях економіки, соціології та маркетингу. Крім загальновизнаних в сільських населених пунктах спеціальностей з сільськогосподарського виробництва, будівництва та транспорту, важливим є володіння знаннями з психології та первинної медицини. Враховуючи специфіку життя сільських людей, доцільним буде вміти знайти спільну мову у вирішенні їх проблем та похідних фінансових питань. Тому навчальні заклади регіонів мають ціле направлено працювати над підготовкою спеціалістів таких напрямів.

Приведене показує необхідність формування кооперативних відносин в об'єднаних територіальних громадах, які знаходяться в площині як господарського так і соціального забезпечення.

**Ортіна Г. В.**, д. н. з держ. управл., доцент,  
доцент кафедри менеджменту

Таврійського державного агротехнологічного університету

## **СТРАТЕГІЯ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

Останніми роками в Україні державне регулювання щодо формування бюджету відзначалось деякими змінами негативного характеру [2].

Актуальність переходу до забезпечення ефективності управління державним боргом вбачається до переходу системного підходу його здійснення. У зв'язку з цим, необхідно розглянути завдання, які є основними для здійснення оптимізації управління державним боргом, а саме скорочення розмірів запозичень в середині країни, перш за все для фінансового забезпечення споживацьких потреб поточного періоду.



Результатом високої активності в середині країни є [1]:

- збільшення ціни й дефіцит вільних грошових коштів, що спричиняє до витіснення недержавних інвестиційних ресурсів;

- урізноманітнення механізмів залучення фінансово-кредитних ресурсів. Необхідно зазначити, що поширеною практикою для України випуск облігацій внутрішньої державної позики та зовнішньої держпозики, а також запозичень від міжнародних фінансових інституцій. При цьому достатньо ефективними фінансовими інструментами виступають номіновані валюти державні облігації, а також такі, що розповсюджуються серед населення, або враховують індексацію рівня інфляції, або амортизацію тощо.

Наявні додаткові фінансові кошти у збалансованій пропорції необхідно використовувати за такими напрямками:

- зниження дефіциту бюджету. В рамках здійснення стратегії модернізації необхідним для України вбачається прийняти дефіцитне фінансування витрат інвестиційного спрямування для реалізації програм й проектів, які у перспективі забезпечать наповнення доходної частини бюджету зокрема для погашення боргових зобов'язань. Позичкові ресурси для фінансування реалізації інвестиційних програм і проектів необхідно обмежувати двома відсотками ВВП з метою зменшення навантаження на цінову стійкість і котирування національної грошової одиниці;

- зниження боргового тиску на національну економічну систему. В ситуації нестійкості й невизначеності світових економічних процесів, їх динаміки, зокрема у середньостроковому періоді держава у разі наявності додаткових доходів до бюджету передбачає спрямування таких ресурсів на покриття частини відповідного державного боргу. Врешті цим буде забезпечено посилення стійкості державної фінансової системи щодо негативного впливу зовнішніх чинників. Враховуючи загрозу девальвації національної грошової одиниці (автоматично підвищує розмір державного

боргу у національній валюті), необхідно виставляти у пріоритет прискореному покриттю зовнішніх боргів;

- забезпечення високих видатків інвестиційного спрямування зведеного бюджету. Враховуючи передбачуване уповільнення темпів зростання рівня доходів державного бюджету та зростання витрат податкового характеру для посилення активності економічних суб'єктів, доцільним вбачається збереження у зведеному бюджеті у подальшому видатків інвестиційного спрямування на рівні п'яти відсотків ВВП. Разом із тим збільшення ВВП понад визначений рівень забезпечить можливість підвищувати розмір видатків інвестиційного спрямування. Відповідний індикатор видатків інвестиційного спрямування може стати необхідним орієнтиром у процесі формування державного бюджету на майбутні періоди;

- підняття соціальних стандартів та підвищення рівня видатків на фінансування проектів соціального значення. У зв'язку з тим, що на законодавчому рівні закріплено необхідність формування соціально-орієнтованої ринкової економіки, тому суттєва частка збільшення надходжень до державного бюджету має перенаправлятися на покращення добробуту населення [3].

Разом із тим, потрібно відійти від практики механічного підняття основних соціальних стандартів і сконцентруватись на зміні підходу до встановлення рівня соціальних стандартів й адресній підтримці найбільш уразливих верств населення. Має бути також удосконалена система надання пільг, що забезпечить можливість поліпшити стан тих категорій громадян, які більш цього потребують, але при цьому - без значного додаткового збільшення видаткової частини державного бюджету [4,5].

Сучасні реалії розвитку економіки України відзначаються зниженням її конкурентоспроможності, зокрема через неінноваційність та сировинну структуру, що відбувається на тлі тривалої системної кризи та відсутності

дієвої стратегії її подолання. Системних позицій така ситуація зумовлена відсутністю продуктивної співпраці суб'єктів управління національною економікою, освіти і науки, виробників та інших бізнес-структур щодо здійснення інновацій, забезпечення переходу до нового технологічного укладу.

### Література

1. Олексенко Р. І. Реальні інвестиції їх види та характеристика / Р.І. Олексенко, Р.О. Буркацкий // Соціально-економічні аспекти розвитку економіки та управління: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Дніпропетровськ: «Герда»- 2013.- С. 115-116.
2. Олексенко Р. І. Політика забезпечення конкурентоспроможності України на світовому продовольчому ринку в умовах глобалізації: тенденції та перспективи / Р. І. Олексенко. – Мелітополь: Колор Принт, 2011. – 200 с.
3. Ортіна Г. В. Вплив інтеграційних відносин на формування стратегії розвитку реального сектора економіки / Г. В. Ортіна // Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 129–134. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/ever2014116>.
4. Ортіна Г. В. Роль державного регулювання у структурному розвитку реального сектора економіки України в умовах глобалізації / Г. В. Ортіна // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 17. – С. 45–48.
5. Ортіна Г. В. Методологічні концепції визначення стратегічного управління підприємством / Ортіна Г. В // Ефективна економіка. – Електронне наукове фахове видання. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=197>.

**5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ  
ПІДПРИЄМСТВ: ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБЛІК І  
ОПОДАТКУВАННЯ, МАРКЕТИНГОВІ, ЛОГІСТИЧНІ,  
ІНФОРМАЦІЙНІ, РЕСУРСНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ  
СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.**

**Федорчук О.М.,** к.е.н, доцент

Херсонський державний університет

**ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА  
ПрАТ «ХЕРСОНСЬКИЙ НАФТОПЕРЕРОБНИЙ ЗАВОД**

Підвищення продуктивності праці – це складний процес, але він є необхідною передумовою забезпечення економічного розвитку підприємства, оскільки виступаючи джерелом збільшення обсягів виробництва продукції, приводить до скорочення затрат праці на виробництво продукції, а відтак – економії робочого часу; обумовлює скорочення витрат на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції; сприяє зниженню витрат на виробництво продукції тощо[1].

У той же час підвищення продуктивності праці є вираженням загального економічного закону, економічною необхідністю розвитку суспільства і має такі цілі: стратегічну – підвищення життєвого рівня населення; найближчу – підвищення ефективності діяльності галузей і підприємств, а також реальне зростання особистих доходів працівників [3].

Велике значення для підвищення продуктивності праці мають організаційно - економічні фактори, які визначаються рівнем організації виробництва, праці й управління. До цих факторів належать: удосконалення форм організації суспільного виробництва, його подальшої спеціалізації та концентрації; удосконалення організації виробничих підрозділів і допоміжних служб на підприємствах; удосконалення організації праці

шляхом поглиблення поділу і кооперації праці, упровадження багатостатного обслуговування, розширення сфери суміщення професій і функцій; застосування передових методів і прийомів праці; удосконалення організації та обслуговування робочих місць; поліпшення нормування праці (упровадження технічно обґрунтованих норм затрат праці, розширення сфери нормування праці); застосування гнучких форм організації праці; поліпшення підготовки і підвищення кваліфікації кадрів; поліпшення умов праці; удосконалення матеріального стимулювання праці; удосконалення організації управління виробництвом з допомогою удосконалення системи управління виробництвом, поліпшення оперативного управління виробничим процесом, упровадження автоматизованих систем управління виробництвом [2].

Для ПрАТ «Херсонський Нафтопереробний завод» однією з головних завдань є підвищення рівня продуктивності праці. Цим в основному займається плановий відділ, який розробляє ряд заходів що включають: модернізацію виробництва, впровадження автоматизованих систем управління, енергозберігаючих технологій, реконструкцію природоохоронних об'єктів.

Як показує досвід, в результаті реконструкції діючих технологічних установок досягається значний приріст потужностей, збільшується вихід цільової продукції, скорочуються матеріальні витрати та підвищується продуктивність праці в цілому.

Проект реконструкції та модернізації підприємства передбачає підвищення загальної ефективності роботи НПЗ, виробництво високоякісних: дизельного палива, яке відповідає вимогам норм Євро-5, реактивного палива, високооктанових бензинів; зниження виробництва паливного мазуту з високим вмістом сірки, поліпшення екологічної характеристики виробництва. Фінансово-економічна модель проекту реконструкції наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Фінансово-економічна модель проекту реконструкції та модернізації,  
ПрАТ «Херсонський нафтопереробний завод». грн.\*

Показники	2019 рік	2020 рік
1. Амортизація	248810	248810
2. Виручка від наданих послуг (без ПДВ)	3378651,20	3483340
3. Собівартість реалізованих послуг	2040242	2090004
4. Валовий прибуток	1338409,20	1393336
5. Податок на прибуток	240913,66	250800,48
6. Чистий прибуток	1097495,54	1142535,52

\* розраховано на основі [4]

Дані розрахунків свідчать про отримання позитивного фінансового результату від будівництва додаткової технологічної лінії установки виробництва та очистки елементарної сірки і на кінець проектного періоду чистий прибуток складе 1142,54 тис. грн.

Успішна реалізація даного проекту створює сприятливі перспективи для зміцнення позицій підприємства на ринку за основними показниками, отримання і збільшення в подальшому обсягів чистого доходу з 2873 тис.грн. до 3483,34 тис.грн., чисельності працюючих з 155 до 211, та продуктивності праці з 18,54 тис.грн./чол. до 165,09 тис.грн./чол..

Таким чином, даний проект є комерційно привабливим для ПрАТ «Херсонський Нафтопереробний завод» і забезпечує підвищення продуктивності праці та ефективності діяльності товариства в цілому.

Зазначимо, що основне завдання управління продуктивністю праці полягає саме в досягненні максимально можливого рівня її підвищення. Для досягнення цього на підприємстві слід впроваджувати різноманітні програми управління продуктивністю праці. В свою чергу завдяки реалізації запропонованих заходів по удосконаленню системи мотивації в ПрАТ «Херсонський Нафтопереробний завод» може бути досягнута його

базова мета, а саме, покращення економічних та фінансових результатів діяльності.

### Література

1. Богиня Д. П. Фактори і резерви підвищення продуктивності праці [Електронний ресурс] / Д. П. Богиня. — Режим доступу: <http://library.if.ua/book/40/2690.html>.
2. Економіка праці і соціально-трудова відносини : навч. посіб. / [А. В. Мерзляк, Є. П. Михайлов, М. Х. Корецький, Г. О. Михайлова]. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 240 с.
3. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. / Г. Т. Завіновська. — [3-тє вид., без змін]. — К. : КНЕУ, 2007. — 304 с.
4. Херсонський нафтопереробний завод [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://kor.ks.ua/about.html>.

**Шепель Т.С.**, асистент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ "Херсонський державний аграрний університет"

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ДАНИХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

Досвід практичного використання контролінгу в діяльності підприємств зарубіжних країн свідчить, що за останні роки значно зросли прибутки та рентабельність діяльності, впровадження контролінгу забезпечило зміцнення ринкових позицій та підвищило конкурентоспроможність підприємств. Саме здатність підприємства досягати поставлених цілей визначається ефективністю роботи всіх співробітників як єдиного цілого. Тому впровадження ефективної системи контролінгу вимагає витрачання значних людських та

фінансових ресурсів. Зважаючи на це, важливою умовою при її побудові є здійснення оцінки ефективності контролінгу та процесу його використання [1].

Про важливість впровадження та формування ефективної системи контролінгу на підприємстві наголошує О.О. Терещенко: “істотним фактором, який зумовлює прийняття неправильних управлінських рішень, є відсутність на вітчизняних підприємствах ефективної системи контролінгу” [2].

При впровадженні системи контролінгу для оцінки рівня її ефективності необхідно провести аналіз всіх аспектів впливу системи контролінгу на вартість підприємства. В даному випадку досліджується грошовий потік протягом функціонування системи контролінгу. Складовими цього потоку є витрати на розробку та впровадження системи контролінгу, витрати на його діяльність та підтримку, а також дохід підприємства від діяльності системи контролінгу.

В основу розрахунку кількісних показників оцінки ефективності застосування системи контролінгу переробних підприємств Херсонської області увійшли дані бухгалтерського обліку. Для визначення результату фінансової діяльності використано дані “Звіту про фінансові результати ” за рік (фінансовий результат від операційної діяльності), а при визначенні понесених витрат на функціонування системи контролінгу використовуються дані другого розділу “Елементи операційних витрат” та дані в розрізі аналітики рахунку 92 “Адміністративні витрати”. Також для розрахунку загального фонду робочого часу відділу контролінгу та норми часу на виконання відповідного виду робіт необхідно використовувати “Табель обліку використання робочого часу”, “Список осіб, які працюють у понаднормовий час”, “Листок обліку простоїв”. Отже, слід деталізувати та врахувати витрати, які забезпечуються відділом бухгалтерського обліку, що може понести переробне підприємство на етапі впровадження та подальшого використання ефективної системи контролінгу [3].

Слід відмітити, що з розрахунком кількісних показників оцінки ефективності застосування системи контролінгу необхідно на основі методу експертних оцінок здійснити аналіз якісних показників оцінки ефективності



застосування системи контролінгу. Застосування якісних та кількісних показників ефективності системи контролінгу в цілому по підприємству та за стадіями кругообігу капіталу на відповідному етапі впровадження зазначеної системи дає змогу оцінити доцільність подальшого її використання, виявити можливі причини відхилень від заданих параметрів, визначити рівень підвищення ефективності виконання кругообігу капіталу в результаті застосування системи контролінгу [4].

Таким чином, ефективно функціонуюча система контролінгу, повинна забезпечити виконання таких вимог:

- ефективність або можливість забезпечення відносно низьких витрат обслуговування бізнес-процесів діяльності підприємства;
- еластичність, тобто можливість оперативного пристосування підприємства до внутрішніх та зовнішніх змін зовнішнього економічного середовища;
- розуміння управлінським персоналом завдань, потреб та джерел отриманих результатів господарювання тощо.

Сучасний рівень розвитку економічних відносин між суб'єктами господарювання свідчить, що досконало побудована система контролінгу на підприємстві повинна забезпечити ефективну роботу системи управління підприємством на основі інформаційно-аналітичної підтримки керівництва підприємства щодо всіх рівнів управління на основі розробки альтернативних рішень з метою досягнення визначених цілей підприємств. Це є основним завданням, що забезпечує ефективна система контролінгу, але його можна конкретизувати таким чином:

- система контролінгу створює інформаційну систему для підтримки потреб управління;
- забезпечує координацію інформаційних підсистем системи управління;
- безпосередньо організовує рух інформаційних потоків та бере участь у формуванні цілей підприємств;

– відповідно до запитів інформаційних підсистем системи управління висуває вимоги щодо надання інформації відділами в конкретному розрізі, забезпечує контроль за виконанням визначених завдань та в основному забезпечує якість розробки та ухвалення управлінських рішень.

Беручи до увагу вищезазначені завдання, слід відмітити, що діяльність контролінгу на підприємстві сприяє удосконаленій та ефективній роботі системи управління, що характеризується: забезпеченістю надходження оперативної та достовірної інформації щодо витрат за стадіями кругообігу капіталу, що сприяє підвищенню ефективності управління витратами; стійким фінансовим станом підприємства; зростанням показників ділової активності за рахунок удосконалення управління оборотними засобами і оборотним капіталом; оптимізацією процедур контролю за якістю продукції, за стадіями кругообігу капіталу та за процедурами щодо їх управління.

Таким чином, формування ефективної системи контролінгу вітчизняних переробних підприємств надасть можливість досягти високого рівня ефективного управління, забезпечити взаємодію інформаційних підсистем та оцінити їх потенціал, створити інформаційну систему підприємства, використовувати інновації та впроваджувати їх в діяльність, орієнтуючи підприємство на сталий майбутній розвиток.

### Література

1. Вержбицький О.А. Оцінка готовності та доцільності впровадження контролінгу на підприємстві / О.А. Вержбицький// Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. — 2009. — Вип. 26. — С. 13-21.
2. Терещенко О.О. Поняття "контролінг" та "управлінський облік" у теорії і практиці /О.О. Терещенко // Фінанси України. – 2006. - № 8. — С. 137—145.
3. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку / С.Ф. Голов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.

4. Лозовицький Д.С. Контролінг: навч. посіб. / Д.С. Лозовицький. – Львів: Видавництво ЛьвДУВС, 2012. – 310 с.

**Жосан Г.В.**, к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМКІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Товарна політика відіграє одну з ключових ролей у здійсненні комерційної та маркетингової діяльності підприємств на ринку. Вона визначає дії, направлені на забезпечення потреб споживачів в товарах і послугах, а також на досягнення економічної ефективності підприємства при здійсненні закупок і збуту продукції.

Найважливіша проблема будь-якого українського підприємства (фірми), що працює в ринкових умовах – це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні і реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті за допомогою грамотно розробленої й ефективної стратегії розвитку підприємства. Процес розробки і реалізації стратегії в першу чергу починається з формування стратегічного бачення майбутнього підприємства, тобто визначення довгострокової перспективи розвитку, формулювання майбутнього образу підприємства і його цілей. У практичній діяльності стратегічне бачення знаходить своє віддзеркалення в місії, яка є основоположною програмною заявою, що визначає призначення підприємства, найважливіші принципи його функціонування і розвитку.

Досягнення в різних сферах діяльності досліджуваного автохолдингу з кожним роком зростають, проте й конкуренти не стоять на місці. Для досягнення лідерських позицій на ринку та ефективного розвитку менеджерам досліджуваного підприємства слід кардинально змінювати

товарну і цінову стратегії. Деякі конкуренти пропонують набагато більше за ті ж гроші, які клієнти платять за автомобілі, або пропонують такі ж послуги за менші гроші. Проте мова йде про базові комплектації авто. Щоб отримати в розпорядження авто з повною комплектацією клієнтам доводиться доплачувати 10-20% від початкової ціни автомобіля.

Між рівнем організації маркетингу і якістю управлінських рішень, спрямованих на формування виробничої програми підприємства, його економічну стратегію у сфері ціноутворення, стимулювання збуту готової продукції, комунікаційної стратегії, розробку та освоєння нових товарів, існує пряма залежність.

Тому для прийняття і реалізації програми маркетингу як по окремих видах продукції, по товарообігу, так і по підприємству в цілому має важливе значення координація діяльності служб, що формують управлінські рішення на різних рівнях. Координація діяльності відділів і служб базується на взаємозв'язку цілей функціонування в досягненні головної мети (місії) підприємства.

Слід взяти до уваги факт, що підприємство, проводячи неефективну маркетингову та товарну політику, просуває деякі товари, що не приносять очікуваних результатів і не є рентабельними. Переорієнтація збутових та маркетингових зусиль продуктово-маркетингових бригад на збут та просування перспективних товарів підвищить рентабельність підприємства та віддачу від зусиль працівників, звільнить додаткові людські ресурси для розвинення нових ринків, товарів, каналів збуту тощо. Тому це виправдає комерційні зусилля з реструктуризації та перебудови організаційної та маркетингової структури підприємства. Також реклама послуг самого підприємства серед торговельних підприємств залучить нових клієнтів і підвищить прибутки підприємства.

Автором запропоновано напрямки вдосконалення ефективності управління товарною політикою підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Напрямки вдосконалення ефективності управління товарною  
політикою автохолдингу

Напрямок	Характеристика напрямку
Ефективність виробничої діяльності	Розширення асортименту виробництва і обсягу реалізації продукції; реалізація нових товарів і послуг (відкриття нових автосалонів); формування і оптимізація товарного асортименту; посилення стабільності попиту та пропозиції; підвищення якості й конкурентоспроможності продукції.
Фінансове становище підприємства	Збільшення виручки від реалізації, через зниження цін на автомобілі та послуги; впровадження максимально гнучкої системи ціноутворення, пристосованої до потреб ринків.
Ефективність працездатності працівників	Вдосконалення організації й оплати праці; проведення корпоративних заходів; удосконалення процесу підбору кадрів.
Ефективність організації збуту і просування товару	Максимальна активізація збутової діяльності підприємства; проведення маркетингових досліджень по кожному виду продукції в асортименті, аналіз і прогноз розвитку структури ринку по окремих видах товарів; розробка і здійснення заходів щодо формування попиту шляхом реклами і виставкової діяльності; проведення рекламної компанії та надання переваги ЗМІ, а також просування в інтернеті.

Отже, за сучасних умов господарювання на підприємствах України планування та управління маркетинговою товарною та збутовою політикою набуває все більшого значення. Досліджуваному автохолдингу необхідно більше приділяти уваги плануванню і збільшенню ефективності своєї товарної політики. Ефективність товарної політики підприємства зросте, якщо збільшити ефективність кожного з її складових: реалізація продукції, обслуговування автомобілів, елімінування. Також холдингу доцільно забезпечувати відповідне обслуговування споживачів у процесі використання продукції, допомагати замовникам сформулювати специфічні індивідуальні вимоги до товарів; забезпечити необхідну інтенсифікацію зусиль щодо формування попиту під час оцінки, реалізація та пропозиції нового товару на ринку шляхом активнішого проведення комунікаційної політики. На практиці реалізація товарної політики тісно пов'язана зі збутовою політикою,

вони майже не розривні, отже доцільно розглядати підвищення їх ефективності в комплексі.

**Єрмолаєва М. В.**, к.е.н., доцент,

**Осадча І. М.**, магістрант спеціальності «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

## **ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ**

Придбання матеріальних цінностей у постачальників є важливим елементом господарської діяльності будь-якого підприємства і займає значну частку у розрахунках. Особливої уваги при здійсненні розрахунків і отриманні придбаних цінностей заслуговує дотримання правил документального оформлення здійснених операцій.

Відомо, що бухгалтерські первинні документи мають складатися в момент здійснення господарської операції і повинні відповідати встановленим правилам заповнення. Відсутність первинного документа або помилки при його складанні є підставою для невизнання здійсненої операції в системі бухгалтерського обліку. Тому бухгалтерська служба зобов'язана дотримуватись нормативних вимог щодо документального оформлення господарських операцій. Головним документом, регулює правила документування господарських операцій є Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку № 88 від 24.05.1995 р. в редакції Наказу МФУ № 427 від 11.04.2017 р.

Під час отримання матеріальних цінностей від постачальника необхідно дотримуватись правил їх документального оформлення. В першу чергу необхідна наявність договору купівлі-продажу с постачальником згідно якого відбувається придбання цінностей. Бухгалтеру необхідно проконтролювати наявність інформації про вид матеріальних цінностей,

одиницю їх виміру, кількість, ціну, умови поставки та форму здійснення розрахунків. Особливу в договорі слід звернути на порядок документального оформлення отримання придбаних матеріальних цінностей.

До січня 2015 року в Україні для отримання придбаних цінностей у постачальника покупець мав надати йому довіреність в якій зазначалась інформація про покупця, прізвище, ім'я, по-батькові особи, що безпосередньо отримувала матеріальні цінності, її паспортні дані, вид та кількість матеріальних цінностей. Порядок використання довіреностей регламентувався Інструкцією про порядок реєстрації виданих, повернутих і використаних довіреностей на одержання цінностей. Згідно цієї Інструкції довіреності були бланками суворої звітності і на підприємствах необхідно було жорстко дотримуватись положень Інструкції.

Згідно з наказом МФУ № 987 від 30.09.2014 р. дія Інструкції скасована. На сьогоднішній день при отриманні матеріальних цінностей, придбаних у постачальника використання довіреності не є обов'язковим. Згідно з п. 2.5 Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку «Повноваження на здійснення господарської операції особи, яка в інтересах юридичної особи або фізичної особи - підприємця одержує основні засоби, запаси, нематеріальні активи, грошові документи, цінні папери та інші товарно-матеріальні цінності згідно з договором, підтверджуються відповідно до законодавства. Такі повноваження можуть бути підтверджені, зокрема, письмовим договором, довіреністю, актом органу юридичної особи тощо» [1].

Це означає, що порядок отримання матеріальних цінностей та його документальне оформлення на сьогодні має визначатися виключно умовами укладеного договору між покупцем та продавцем, а бухгалтерська служба повинна ретельно їх вивчити та правильно оформити документально. В окремих випадках на прохання продавця покупець може надати йому довіреність довільної форми, в якій вказані основні відомості про підприємство-покупця та паспортні дані особи, що безпосередньо отримує

матеріальні цінності. Така довіреність може бути надана на фірмовому бланку покупця, завірена підписами керівника і головного бухгалтера та мокрою печаткою. В разі придбання особо цінних речей продавець може наполягати на наданні довіреності, завіреної у нотаріуса.

### Література

1. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку № 88 від 24 трав. 1995 р. (у ред. Наказу МФУ № 427 від 11 квіт. 2017 р.) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95>.

**Голованова М.А.**, к.т.н., доцент

кафедры экономики и маркетинга

Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского

«Харьковский авиационный институт»

## **DIGITAL-MАРКЕТИНГ – СОВРЕМЕННЫЙ КЛЮЧ К ФОРМИРОВАНИЮ АГРОБИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ**

Агробизнес в Украине в целом ориентирован на традиционный, можно даже сказать, размеренный и слегка «закостеневший» маркетинг. Но сегодня, благодаря росту Интернета и распространённости цифрового маркетинга, существуют более эффективные способы выхода на агрорынок.

Цифровой маркетинг лучше всего работает с точки зрения реального охвата аудитории и возврата инвестиций. Использование цифровых технологий в качестве части маркетингового микса может помочь агропредприятиям лучше достичь поставленных целей.

Рассмотрим следующую статистику применения цифровых технологий в мировом агробизнесе, например, статистику e-mail:



- в сельскохозяйственном секторе более 25 % людей, которые получают электронные письма, открывают их;
- 86 % потребителей (включая фермеров) хотят получать ежемесячные обновления от своих любимых брендов по электронной почте;
- за каждые \$ 1, которые тратятся на электронную почту в агросекторе, можно ожидать примерно \$ 38 ROI;
- две трети всех писем читаются на мобильных устройствах.

Сегодняшние маркетинговые кампании в Интернете – это гораздо больше, чем сухой текст. Digital-маркетинг использует различные виды изображений, в том числе и динамические, коды купонов, призывы к действиям в социальных сетях и многое другое. Существуют много платформ, которые позволяют просматривать электронную почту, рекламу, сообщения в нескольких браузерах, при этом можно получить полную визуализацию создаваемого контента для аграриев или конечных потребителей.

Традиционный маркетинг зачастую ориентирован на некий сегмент, но кто стоит конкретно за таким сегментом, кто тот адресат – на которого направлена реклама или средства по стимулированию сбыта агропродукции? действительно ли сообщение достигло цели?

Цифровая реклама, как впрочем как и все другие инструменты цифрового маркетинга, предлагает мощные возможности таргетинга, объявления типа Retargeting даже позволяют обратиться к тем, кто проявил интерес к предложениям агропредприятия ранее – ключевому компоненту при маркетинге высокоценных технологий, например таких, как сельскохозяйственное оборудование.

Такие цифровые технологии выходят за рамки традиционных баннерных объявлений. Инвестировать также можно и в собственную рекламу, рекламу в социальных сетях и другие целевые варианты онлайн-маркетинга для фермеров. Отличный способ визуально связаться с

аудиторией – вместо традиционных рекламных роликов следует сегодня применять видеоролики в Интернете.

По мере увеличения расходов на цифровые маркетинговые форматы важно знать, как наилучшим образом воспользоваться преимуществами платформ – персонализация и повышенная способность охватить вашу целевую аудиторию должны играть ключевую роль. Позволить себе все и сразу могут немногие компании, но это чаще всего и не нужно. Выбор зависит от целей бизнеса и/или подхода агентства, которое ведёт проект. Взгляд на digital и эффективность разных каналов может отличаться, Цифровые технологии трансформировали и агробизнес тоже, позволяя малым предприятиям наращивать маркетинговые операции и конкурировать с крупными корпорациями. Это означает, что агробизнес имеет беспрецедентную силу, чтобы стимулировать маркетинговые усилия агропредприятий.

Старые приёмы маркетинга в агробизнесе уже не работают так хорошо, как раньше. Конечно, интуиция и опыт аграриев – это мощные союзники, но в современной турбулентной среде рынки меняются очень быстро – к лучшему или к худшему. Но все чаще могут возникать проблемы с пониманием моделей поведения агропредприятия или процесса принятия решений. Сегодня можно и нужно говорить о том, что и в агробизнесе необходимо использовать данные, которые могут помочь лучше понять фермеров, агропредприятия, поставщиков. Аграриям следует инвестировать в новые стратегии своего развития, которые поддерживаются данными и аналитикой. Имея доступ к самым современным данным производителей агропродукции, можно использовать данные, чтобы:

- быть в курсе изменений личной информации фермеров;
- подготовьте свои сообщения, объявления и контент каждому фермеру;

– быть готовым ответить на пять Ws (Во что был вовлечён? Что случилось? Где это произошло? Когда это произошло? Почему это произошло?);

– укреплять отношения, понимая фермеров, поставщиков, потребителей как своих хороших друзей.

Применение этих лучших практик цифрового маркетинга может повысить рентабельность агробизнеса, улучшить бренд, удержать клиентов и разработать систему удовлетворённости и лояльности.

Таким образом аграриям больше не нужна большая команда для проведения масштабной маркетинговой кампании, не нужен большой маркетинговый бюджет – сегодня можно получать большинство необходимых инструментов бесплатно или по очень низкой цене.

Digital-маркетинг – это комплексное продвижение, которое всё более популярным становится на агрорынке и включает в себя множество каналов. Поэтому важно не пытаться охватить их все, а исходить из целей и возможностей агробизнеса – универсальных решений не существует, а инструменты нужно выбирать под конкретную компанию.

**Мокієнко Т. В.**, к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

**Гелей І. В.**, здобувач вищої освіти напряму підготовки «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ ЗІ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВЕБ-САЙТУ**

Віртуальна економіка є невід’ємною і важливою частиною сучасних економічних систем та є чинником розвитку економіки практично кожної країни. У вузькому сенсі, віртуальна економіка, це синтетична економіка, існуюча в розрахованому на багато користувачів віртуального світу.

Під веб-сайтом слід розуміти «сукупність програмних та апаратних засобів з унікальною адресою у мережі Інтернет разом з інформаційними ресурсами, що перебувають у розпорядженні певного суб'єкта і забезпечують доступ юридичних та фізичних осіб до цих інформаційних ресурсів та інші інформаційні послуги через мережу Інтернет». Веб-сайт, організований «як системне багаторівневе об'єднання різних ресурсів та сервісів для забезпечення максимальної можливості доступу до інформації та послуг».

Базовою одиницею інтернет-ресурсу є веб-сторінка. Сукупність веб-сторінок організовується у веб-сайт (тобто, як правило, у кожного веб-сайта є декілька веб-сторінок), а веб-портал можна розглядати як сукупність веб-сайтів і веб-сторінок [2].

Просування веб-сайту - комплекс дій для забезпечення високих позицій ресурсу в пошукових системах з ціллю підвищити відвідуваності сайту цільовою аудиторією. Цільова аудиторія - це зацікавлена група людей у придбанні продукції, товарів або послуг, представлених на сайті який просувається.

Одним з найдієвіших методів розкрутки сайту в пошукових системах є оптимізація. Пошукова оптимізація - це комплексна робота над зовнішніми і внутрішніми факторами сайту, з урахуванням вимог алгоритмів пошукових систем, для виведення сайту на більш високі позиції в пошуковій видачі.

Витрати на просування веб-сайту теж, по суті, спрямовані на отримання раніше запланованих економічних вигід від його використання, тому також включаються до збутових витрат періоду (Дт 93). До таких витрат можна віднести, наприклад, пошукову оптимізацію, яку здійснюють після введення сайту в експлуатацію, та рекламу веб-сайту інтернет-магазину [1].

Розглянемо порядок відображення в обліку створення веб-сайту (табл. 1).

Таблиця 1

## Відображення в бухгалтерському обліку витрат на створення веб-сайту

Зміст господарської операції	Дебет	Кредит
Перераховано передоплату за послуги з розробки веб-сайту	371	311
Відображено податковий кредит на підставі зареєстрованої податкової накладної	641/ПДВ	644
Отримано послуги з розробки веб-сайту (підписано акт наданих послуг)	154	631
Відображено суму ПДВ	644	631
Відображено залік заборгованостей	631	371
Сплачено за реєстрацію доменного імені	371	311
Відображено податковий кредит на підставі зареєстрованої податкової накладної	641/ПДВ	644
Віднесено витрати на реєстрацію доменного імені на первісну вартість НА	154	635
Відображено суму ПДВ	644	685
Відображено залік заборгованостей	635	371
Отримано послуги з пошукової оптимізації веб-сайту до введеною в експлуатацію (підписано акт наданих послуг)	154	631
Відображено податковий кредит на підставі зареєстрованої податкової накладної	641/ПДВ	631
Сплачено послуги з пошукової оптимізації веб-сайту	631	311
Введено веб-сайт у господарський оборот на підставі Акту типової форми № НА-1	125	154
Перераховано передоплату за послуги хостингу	371	311
Відображено податковий кредит на підставі зареєстрованої податкової накладної	641/ПДВ	644
Включено вартість послуг до витрат на підставі квартального акту постачальника послуг	93	631
Відображено суму ПДВ	644	631
Відображено залік заборгованостей	631	371 І

У малодохідних платників податку на прибуток (із річним бухгалтерським доходом не більше 20 млн грн), які не ведуть обліку податкових різниць, податковий облік витрат на розробку веб-сайту цілком і повністю повторює бухгалтерський. Тобто бухгалтерську амортизацію визнаного нематеріального активу – прав на веб-сайт, нараховану у звітному періоді, враховують при обчисленні об'єкта оподаткування.

Такі витрати, як на продовження права на використання домену веб-сайту, доцільно включати до витрат на збут.

### Література

1. Все про бухгалтерський облік. Спецвипуск: Інтернет-торгівля [Електронний ресурс] / Все про бухгалтерський облік. - № 99. – 2017. – Режим доступу: <http://vobu.ua/ukr/newspaper/archive/item/n2576>.

2. Губіна І. В. Веб-сайт: райський острів в Інтернет-океані// Нематеріальні активи: правові та облікові аспекти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aphd.ua/publication-235>.

3. Карпова В. Інтернет-торгівля: правові аспекти [Електронний ресурс] / Ліга: Закон. – Режим доступу: [http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/BZ009513](http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ009513).

4. Податковий кодекс України від 2 груд. 2010р. № 2755-VI [Електронний ресурс] / Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

**Мокієнко Т. В.**, к.е.н., доцент,

доцент кафедри бухгалтерського обліку

**Швед Д. О.**, здобувач вищої освіти

напряму підготовки «Облік і аудит»

**Жданова Я. І.**, здобувач вищої освіти спеціальності

«Облік і оподаткування» ОКР «Магістр»

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ ЗІ ЗВОРотною ТАРОЮ**

У повсякденній діяльності практично кожне підприємство при здійсненні своєї господарської діяльності зустрічається із таким видом матеріальних цінностей, як тара, призначення якої полягає в забезпеченні збереження і оптимальної організації транспортування товаро – матеріальних цінностей.

Зворотна тара – це тара багаторазового використання, що належить до вторинних матеріальних ресурсів і підлягає повторному використанню.

Зворотна тара залежно від наявності або відсутності забезпечення може бути заставною і незаставною: за окремі види багатооборотної зворотної тари, що поставляється під товар, постачальник вимагає з покупця заставу, яка повертається після повернення тари у належному стані. Така тара називається заставною. Відповідно, тара, не забезпечена заставою, вважається не заставною.

За зворотну тару встановлюють заставу, тобто сплачують певну суму грошових коштів, які є гарантією того, що тару повернуть. Всі питання щодо застосування, обігу і повернення тари, в тому числі майнової відповідальності за порушення зобов'язання, повинні бути врегульовані у договорі.

За загальними правилами строк повернення зворотної тари становить 30 днів. Хоча для деяких її видів існують інші спеціальні строки повернення.

Так, наприклад, контейнери й стандартні лотки з-під хліба і хлібобулочних виробів потрібно віддавати не пізніше наступного дня після одержання товару. Зазвичай відлік строку повернення починають із дня одержання товарів від транспортної організації або з часу прийому її на склад відправника чи на склад одержувача в установлений строк. У договорі слід зазначити повернення зворотної тари в строк не пізніше ніж через 30 днів після її отримання.

Звернемо увагу на юридичні аспекти, які слід враховувати при відображенні у бухгалтерському обліку операцій зі зворотною тарою.

Річ згідно зі ст. 184 Цивільного Кодексу може бути визначена:

- індивідуальними ознаками, якщо тара наділена тільки її властивими ознаками, що вирізняють її з-поміж інших однорідних речей, індивідуалізуючи її. Речі, визначені індивідуальними ознаками, є незамінними. Наприклад, металевий контейнер, який має індивідуальний серійний номер, завдяки якому можна вирізнити з інших подібних контейнерів, вважається річчю незамінною;

- родовими ознаками, якщо тара має ознаки, властиві всім речам того самого роду, та вимірюється числом, вагою, мірою. Річ, що має родові ознаки, є замінною. Тара, яка відноситься до запасів, визначається, як правило, родовими ознаками [1].

Наприклад, оптове торговельне підприємство отримує в однакових пластикових ящиках, які відносяться до запасів і визначені лише родовими ознаками, товари від кількох фабрик-постачальників. Це підприємство може передбачити у договорах поставки, що воно поверне через певний час таку саму кількість ідентичних ящиків, які є зворотною тарою, цим постачальникам. Як бачимо, за таких обставин оптове торговельне підприємство не тільки володіє, а й розпоряджається такою тарою. Не суперечитиме чинному законодавству договір поставки або купівлі-продажу товарів, у якому містяться елементи договору позики стосовно передачі й повернення зворотної тари.



За певних обставин сторони у договорі можуть зазначити, що на зворотну тару, в якій міститься товар, право власності від постачальника до покупця не переходить. Це доцільно робити тоді, коли: підприємство, як правило, отримує тару, яка відноситься до запасів і визначена родовими ознаками, лише від одного постачальника, при цьому іншим сторонам воно цю тару не передає; йдеться про тару, визначену не родовими, а індивідуальними ознаками, тобто яка є незамінною річчю [1].

Якщо право власності на зворотну тару переходить до покупця, то у такого покупця вартість цієї тари відображається на балансовому рахунку, наприклад, на субрахунку 284 «Тара під товарами». Тара, що не є зворотною відображається на субрахунку 204 «Тара, тарні матеріали».

Виконання зобов'язання може забезпечуватися, зокрема, заставною тарою. Враховуючи це, сторони у договорі можуть установити, що за зворотну тару багаторазового використання, що поставляється разом з продукцією, покупець має передати у заставу постачальнику певну суму грошей. Тоді така тара буде не тільки зворотною, а ще й заставною. Якщо договором передбачено повернення багаторазової тари, то кошти, передані у забезпечення тари, тобто гарантії покупця на повернення тари, відображаються на рахунку 31 «Рахунки в банках» [1].

Операції зі зворотною тарою в обліку відображаються:

1. Оприбутковано зворотну тару під товаром, отриману від фабрики: Дт 284 Кт 685.
2. Перераховано фабриці кошти у заставну тару: Дт 377 Кт 311.
3. Відвантажено зворотну тару під товаром магазину: Дт 377 Кт 284.
4. Оприбутковано повернуту магазином зворотну тару: Дт 284 Кт 377.

Отже, заставна тара широко використовується підприємствами в господарській діяльності, тому значної уваги потребують питання її бухгалтерського відображення та податкових наслідків таких подій.

### Література

1. Б. Занько Тара на підприємстві / Б. Занько // Вісник «Право знати все про податки і збори». – 2015. - С. 6 – 13.
2. Податковий кодекс України від 02 груд. 2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс] / Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

**Боліла С.Ю.**, к. с-г. н., доцент

**Морозов І.Р.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Організація діяльності вітчизняних аграрних підприємств на сьогоднішній день вимагає обґрунтованих раціональних дій, оскільки не тільки зовнішнє середовище, але й самі аграрні підприємства та їх товарне пропонування під впливом часу та обставин істотно змінюються. Нині для кожного аграрного підприємства особливо гостро стоять питання створення, збереження та посилення конкурентних позицій в довгостроковій перспективі, що неможливо, зокрема, без розробки маркетингового механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та його ефективного функціонування.

Зазначимо, що ринкові відносини супроводжуються поняттям конкуренції, яка є одним з постійно діючих чинників розвитку сільськогосподарського підприємництва. Умови конкурентної боротьби змушують аграрні підприємства не зупинятись на досягнутому а рухатись вперед, постійно вдосконалюватись, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції, здійснювати пошук нових підходів в системі

управління та просування продукції, за рахунок чого підвищувати рівень конкурентоспроможності на ринку.

Підтримка належного рівня конкурентоспроможності для аграрного підприємства означає, що всі його ресурси використовуються достатньо продуктивно, саме йому належать конкурентні переваги на ринку, а продукція користується відповідним попитом.

Слід відзначити, що сучасні аграрні підприємства мають свої особливості, які треба враховувати при оцінці конкурентоспроможності їх продукції, зокрема, застосування певних маркетингових заходів в сфері забезпечення конкурентоспроможності залежить від конкретних організаційно-технічних, соціально-економічних, правових та інших зовнішніх і внутрішніх чинників функціонування підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції передбачає визначення складових та обґрунтування системного підходу для досягнення необхідного рівня тих конкурентних переваг, які можуть істотно вплинути на формування ключових конкурентних позицій та забезпечити досягнення ринкових цілей господарювання у довгостроковій перспективі.

Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства на конкурентному ринку, або його сегменті потребує ретельного аналізу технологічних, виробничих, фінансових та збутових можливостей підприємства та спрямована на визначення потенційних можливостей підприємства, а також заходів, необхідних для забезпечення його конкурентоспроможних позицій на ринку.

Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств передбачає використання інструментів маркетингу, способів їх поєднання та діючої маркетингової концепції з метою посилення конкурентних позицій підприємства та його продукції. Конкуренція як економічна категорія, сприяє вирішенню наступних завдань: впровадження нової техніки і технології, підвищення кваліфікації та перепідготовка

працівників, розвиток інформаційної системи, пошук оптимальних критеріїв виробництва, зниження цін на продукції, поліпшення якості продукції, зниження собівартості продукції, удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві.

**Назаров С.Е., Голубенко К. В.,** здобувачі магістратури  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЯК ГОЛОВНЕ ЗАВДАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Зростання ефективності виробництва є найбільш ключовим питанням, що постає перед аграрною політикою України сьогодні. Недостатній рівень ефективності, стабільності та конкурентоспроможності зерновиробництва створює перешкоди на шляху формування повнокровного внутрішнього ринку соняшника та продуктів його переробки, унеможливорює розширення участі України на зовнішніх ринках. Вирішення цієї проблеми має виражений регіональний характер, оскільки, останнім часом, на кожен область України покладається все більша відповідальність за врожай зерна.

Для України нарощування виробництва сільськогосподарської продукції має стратегічне значення для підйому національної економіки, тому що при успішному його розвитку створюються умови для подолання кризового стану ряду суміжних галузей. Підвищення рівня конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції є найважливішим завданням, від рішення якого залежить продовольча безпека країни. Розв'язання його повинно здійснюватися не тільки на державному, але й на регіональному рівнях, де вирішуються питання забезпечення населення продуктами харчування. Вагомим джерелом підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва є раціональне використання трудових ресурсів і зростання продуктивності праці на основі

застосування прогресивних форм її організації та відповідних методів матеріального і морального заохочення працівників у досягненні високих кінцевих результатів. У зв'язку з цим очевидна необхідність всіх господарств та їх виробничих підрозділів на господарський розрахунок, самофінансування і самоуправління. В сучасних умовах лише наукова організація виробництва і праці в змозі створити умови для високоефективного використання трудових ресурсів і всіх елементів сільськогосподарського виробництва [1].

Ефективність виробництва - узагальнююча економічна категорія, якісна характеристика якої відображується у високій результативності використання живої і уречевленої праці в засобах виробництва. Як економічна категорія ефективність виробництва нерозривно зв'язана з необхідністю дедалі повнішого задоволення матеріальних і культурних потреб населення [2]. У зв'язку з цим підвищення ефективності суспільного виробництва в збільшенні обсягів сукупного продукту та національного доходу для задоволення потреб безпосередніх виробників і суспільства в цілому при найменших сукупних витратах на одиницю продукції. За своєю економічною суттю сорт, як засіб виробництва, поряд із технологією, є могутнім заходом впливу на природу, ефективного використання землі й залежно від рівня врожайності формує реальну потенційну родючість ґрунту і його віддачу. В ситуації, що нині склалася, у товаровиробників при вирощуванні ярої пшениці цей фактор може дати не тільки збільшення врожаю зерна, але й підвищення ефективності його виробництва. При цьому значним фактором підвищення ефективності сортів є створення умов для їх вирощування, насамперед, це ефективного використання добрив. Таким чином, проведені результати досліджень свідчать про те, що при вирощуванні пшениці є ще невикористані резерви підвищення її продуктивності та конкурентоспроможності. Останнє досягається впровадженням у виробництво високопродуктивних сортів і прогресивних елементів ресурсо- та енергозберігаючих технологій вирощування цієї культури, які ґрунтуються

на ефективному й раціональному використанні матеріально-технічних ресурсів [4].

Орієнтуючись на досягнення максимуму прибутку, ринкова економіка шляхом конкуренції як на ринку товарів, так і на ринку ресурсів забезпечує оптимальну ефективність виробництва і розподілу ресурсів. Це стосується передусім ринкової моделі чистої конкуренції, де виробничі ресурси розподіляються таким чином, щоб найбільшою мірою забезпечити потреби споживачів. На думку Пономарьової М.С. саме зміна складних економічних і соціальних умов формує новий механізм взаємодії та управління працею, ресурсами, капіталом [3]. Пріоритетним напрямком підвищення ефективності підприємств сьогодні є інноваційна діяльність. Економічно сильні сільськогосподарські підприємства інтенсивно можуть впроваджувати прогресивні технології в рослинництві, тваринництві, використовуючи високоврожайні сорти культур, ефективні засоби захисту рослин, розводять високопродуктивні породи тварин, застосовують нові інформаційні технології [4]. Саме тому підвищення ролі менеджменту у розв'язанні народногосподарських завдань зумовлене курсом на широке використання інтенсивних факторів розвитку економіки [5].

### Література

1. Бойко В.І. Економічні та агротехнологічні аспекти підвищення ефективності виробництва зерна / В.І. Бойко, В.С. Рибка // Економіка АПК. – 2006. - № 12. С. 41 -48.
2. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник / В.Г. Андрійчук. – К.:«Агроінком», 2002. – 420 с.
3. Пономарьова М.С. Конкурентостійкість сільськогосподарських підприємств як запорука стратегічного економічного розвитку / М.С. Пономарьова // Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки». - 2016. - № 1. С. 285 - 295. - 398 с.

4. Мазур Н.А. Конкуентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрямки її підвищення / Н.А. Мазур // Економіка АПК.- 2007. - № 2. - С.123 - 127.

5. Пономарьова М.С. Особливості менеджменту в сільськогосподарських підприємствах / М.С. Пономарьова // Вісник ХНАУ. Серія. «Економічні науки». - 2012. - № 10. С.133- 139. - 234 с

**Плаксієнко В.Я.**, д.е.н., професор  
кафедри бухгалтерського обліку

**Ожиганова О. В.**, студентка 3 курсу  
спеціальності «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ МШП ПРЕДМЕТІВ ЯК ОБ'ЄКТА ОФІСНИХ ВИТРАТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО І ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ**

Облік офісних витрат підпорядковується загальним правилам. Тобто усе залежить від строку служби, вартості та призначення об'єктів.

Малоцінні та швидкозношувані предмети (далі - МШП) - активи, які підприємство очікує використовувати менше одного року (або операційного циклу, якщо він більше одного року).

Для відображення МШП у бухгалтерському обліку використовується однойменний рахунок 22.

Наприклад, калькулятори, степлери, діроколи, USB Flash-накопичувачі, перезаписувальні оптичні диски (CD-RW, DVD-RW) тощо. Але якщо такі предмети планується використовувати більше року, то їх слід віднести до МНМА. При використанні (експлуатації) ці предмети не

видозмінюються (не зменшуються, не зникають). До кінця строку використання (експлуатації) вони, як правило, не втрачають своїх властивостей і функцій, якщо, звичайно, не зламаються.

Якщо строк експлуатації меблів становить менше року у податковому обліку коригування фінансового результату за операціями з такими об'єктами не проводяться.

Об'єкти офісного призначення за рахунком 22 «МШП»:

- предмети конторського облаштування (папки-реєстратори);
- дрібне канцелярське приладдя (степлери, антистеплери, ножиці, лупи, канцелярські ножі);
- дрібні настільні набори, лотки для паперу;
- смарт-картки;
- господарський інвентар (відра для прибирання, корзини для сміття, швабри);
- спеціальний одяг [1].

Порядок відображення витрат на купівлю канцтоварів залежить від строку їх корисного використання вартості.

Платники податків, які проводять коригування, при віднесенні канцтоварів повинні коригуватися фінансовий результат.

Підприємство включить ПДВ до податкового кредиту при наявності податкової накладної, зареєстрованої в ЄРПН [3].

До посилення інформаційної ролі обліку в управлінні запасами необхідно система заходів, частина з яких наведена в таблиці 1.



Таблиця 1

## Інформаційна роль обліку в управлінні запасами

Напрямок інформації	Складові інформаційного забезпечення
Макроекономічна оцінка матеріальних запасів за їх структурою	<p>Вимір і оцінка матеріальних запасів</p> <p>Сукупний матеріальний запас і його показники</p> <p>Видима структура сукупного матеріального запасу національної економіки та провідних галузей</p> <p>Структурні зрушення і динаміка оборотності запасів</p>
Логістичний менеджмент запасів	<p>Матеріальні потоки і запаси як основні об'єкти управління логістичного менеджменту</p> <p>Взаємозв'язок матеріальних потоків і запасів</p> <p>Параметри запасів і показники їх оборотності</p> <p>Методи регулювання запасів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- періодичний метод;</li> <li>- релаксаційний метод;</li> <li>- метод мінімум-максимум;</li> </ul> <p>Концептуальні підходи до управління логістичними процесами і системи логістичного менеджменту</p>

Інформаційне забезпечення управління запасами варто здійснювати за ієрархічним принципом, коли спочатку аналізується оборотний капітал, структура його джерел, а потім товарно – матеріальні цінності та запаси, як їх підпорядковані складові.

Розглянуто фактори, що впливають на величину та оцінку запасів, враховуючи які, можна прискорювати процес реалізації товару, знижувати норму оборотних засобів і підвищувати ефективність їх використання.

Міжнародна практика обліку і звітності щодо запасів виробила достатньо ємний їх перелік, який майже ідентично відображений у національних стандартах обліку. Вже сьогодні українські підприємства працюють за правилами, які диктує європейський ринок та сучасні

економічні відносини. Вітчизняна традиція, відповідно до МСФЗ, більш повно відображає інформацію про запаси, ніж щодо окремих їх складових.

Оптимізація управління запасами в конкурентному середовищі постіндустріальної економіки може бути представлена інформацією щодо макроекономічної оцінки матеріальних запасів за їх структурою та логістичним менеджментом.

Особливо важливо достовірно оцінювати оборотний капітал, складовими якого є запаси, та адекватно відображати вартість підприємства у постіндустріальній економіці [2].

### Література

1. Гаврик В. В. Офісні витрати / В. В. Гаврик. // Баланс. – 2017. – №17. – С. 18–24.
2. Правдюк Н. Л. Облікова концепція товарно-матеріальних цінностей в умовах постіндустріальної економіки [Електронний ресурс]/ Н.Л. Правдюк. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/106332/101501>.
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/275517/page?text=%E5%E0%E6%E6%E6%E3%E3%E3>.

**Пономарьова М.С.**, доцент, к. е. н.

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ ТА ПРОБЛЕМИ ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ**

Ринкові відносини вимагають вивчення методів управління на рівні основної ланки – підприємства. Управлінська діяльність є одним із

найважливіших факторів функціонування й розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. Ця діяльність постійно удосконалюється у відповідності до об'єктивних вимог виробництва і реалізації товарів, складності господарських зв'язків, підвищення ролі споживача у формуванні техніко-економічних та інших параметрів продукції.

Головна фігура в управлінні виробництвом – це людина від знань, досвіду та вмінь якої залежить успіх справи. Як член виробничого колективу, кожний менеджер повинен вміти як керувати людьми, так і бути підлеглим, бути здібним активізувати діяльність своїх колег, підтримувати необхідний для плідної діяльності психологічний клімат у колективі [1].

Широке використання таких понять як управління персоналом, мотиваційний менеджмент, стимулювання праці показує, що проблеми персоналу включені в загальну систему організаційного управління і тісно пов'язані з іншими управлінськими елементами. Тому сьогодні найбільш прийнятною моделлю управління для функціонування вітчизняних агропідприємств є мотиваційний механізм, оскільки зовнішні умови характеризуються частими змінами і невизначеністю [2]. На різних етапах розвитку людства мотивація до ефективної праці й управління трудовими ресурсами безпосередньо на підприємствах є визначальним важелем, який забезпечує успішність виробництва і його конкурентоспроможність. Саме із цих причин на проблему ефективного використання персоналу підприємств звертає увагу економічна наука і практика, що визначає її актуальність і значення в економіці України.

Такі економічні категорії, як управління персоналом та мотивація його ефективного використання у виробництві, тісно пов'язані і взаємозалежні. Та в економічній теорії вони не завжди розглядаються комплексно та системно. Саме в цьому аспекті досліджуються питання мотивації праці в роботах таких відомих учених-економістів, як А. Маршалл, А. Маслоу, Д.

МакКлелланд, Ф. Герцберг, Б. Генкін, О. Мазін, А. Калина, В. Ковальов, Ю. Кокін, Р. Яковлев тощо. Проблеми управління персоналом присвятили свої праці М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Д. Гвішіані, А. Шегда, І. Бланк, Г. Гольдштейн та ін. Саме ефективне використання персоналу є запорукою виробничого успіху, який обслуговує мету будь-якого виробництва – забезпечення соціально-економічних потреб суспільства. Виходячи із цієї мети виробництва, існуюча класифікація персоналу за категоріями (керівники, професіонали, фахівці, технічні службовці, робітники і непромисловий персонал) виявляється обмеженою і має розглядатися в комплексі таких класифікаційних ознак, як трудові функції, нормативна база для регламентування трудового процесу, методи стимулювання успішності праці.

Рівень її оплати значною мірою визначає життєвий рівень кожного громадянина. І тому природно, що питання перспектив розвитку і шляхів покращення ефективності оплати праці постійно знаходиться в центрі уваги, як урядових структур, так і науковців. Це питання не обійшло і нашої уваги, що є метою дипломної роботи.

Стимулювання і мотивація праці набувають актуальності як елементи організаційної культури, специфіку якої визначають нові умови господарювання, що вимагають від менеджерів перегляду відношення до її ролі і значення в розвитку підприємств [3]. В заробітній платі поєднуються дві суперечливі сторони: ризик і стабільність (гарантованість). Чим більше ризику, тим вища диференціація заробітку і ширші можливості для його зростання, і навпаки, тим гарантований заробіток. Виходячи з економічних інтересів роботодавця ефект визначається щодо витрат на персонал, до яких слід відносити заробітну плату із соціальними відрахуваннями, витрати на всі види соціального страхування, соціальні потреби і пільги, витрати на

утримання соціальної інфраструктури, навчання, підвищення кваліфікації персоналу, виплату дивідендів тощо.

Автори наголошують, що на сучасному етапі організаційно-економічне забезпечення оплати та мотивації праці в аграрному секторі економіки використовується не на належному рівні, причиною чого є недосконалість мотиваційного механізму, який має поєднувати в собі економічний, соціальний та соціально-психологічний підходи до вирішення цієї проблеми [4] До основних методів удосконалення систем стимулювання праці персоналу, відомих в економічній літературі, можна віднести структурування заробітної плати.

### Література

1. Блинов А. О. Искусство управления персоналом : [учеб. пособ.] / А. О. Блинов, О. В. Василевская. – М. : ГЕЛАН, 2010. – 411 с.
2. Максименко Д.В. Розробка стратегії управління персоналом агропідприємств в сучасних економічних умовах / Д.В. Максименко Д.В. // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту, 2011 №1. С. 17 - 25.
3. Савченко В.Д . Система стимулювання і мотивація праці в менеджменті організацій / В.Д Савченко, М.С. Рябуха // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2009. – №14. – С.68-74.
4. Пономарьова М.С. Політика доходів та організація оплати праці в розвитку соціально-трудових відносин на засадах інституційного забезпечення / М.С. Пономарьова, Л.А. Гаврилюк, І.І. Чернега // Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки”. - 2014. - № 3. С. 111-126. - 292 с.

**Прийдак Т. Б.**, к.е.н., ст. викладач

кафедри бухгалтерського обліку

**Олефір І. В.**, здобувач вищої освіти

напряму підготовки «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ ЗІ СПИСАННЯ ЗАГИБЛИХ ПОСІВІВ**

Рослинництво, як провідна галузь сільськогосподарського виробництва, має організаційні і технологічні особливості, обумовлені дією природного середовища: сезонний характер виробництва; пряма залежність умов виробництва від процесів, що лежать в основі росту і розвитку рослин; нерівномірний розподіл ресурсів [1]. Сільгоспвиробництво напряму залежить від примх природи. Тому таке неприємне явище як загибель посівів сільгоспкультур, нерідко трапляється в господарській діяльності [2].

Насамперед зазначимо: якщо посіви застраховані й підприємство планує отримати страхове відшкодування, оформлення відбувається в порядку, визначеному договором страхування. В іншому разі кожне підприємство самостійно визначає цей порядок, оскільки єдиного нормативного регламентованого алгоритму документування списання загиблих посівів на сьогодні немає.

На практиці традиційно склалася така послідовність дій:

1. Створення комісії для обстеження посівів. За наказом керівника підприємства до її складу можуть входити як працівники сільгосподарського підприємства, так і представники інших організацій, зокрема страхової компанії та держорганів [3]. Така комісія здійснює огляд пошкодження посівів оцінює їх стан, установлює причини загибелі та надає рекомендації щодо подальшого використання та вживання додаткових технологічних заходів. Результати роботи комісії оформлюються актом [2].

2. Обстеження посівів та складання акта. Комісія оглядає посіви, оцінює стан та з'ясовує причини загибелі. Результати проведеної роботи оформлюють відповідним актом довільної форми чи іншим аналогічним документом, наприклад протоколом, який підписується всіма членами комісії та затверджується керівником [3]. Загиблі посіви списуються з балансу на підставі акту обстеження та списання посівів. Акт має містити всі обов'язкові для первинного документа реквізити, встановлені ст. 9 Закону № 996 [2]: назву документа (форми); дату складання; назву підприємства, від імені якого складено документ; зміст та обсяг господарської операції, одиницю виміру господарської операції; посади осіб, відповідальних за здійснення господарської операції і правильність її оформлення; особистий підпис або інші дані, що дають змогу ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні господарської операції [4].

Крім обов'язкових реквізитів первинного документа в Акті також слід зазначити: склад комісії, координати поля, що обстежувалось, види загиблих культур, ступінь їх загибелі (повна або часткова), причину загибелі та код надзвичайної події згідно із Класифікатором надзвичайних ситуацій ДК 019: 2010. До акта доцільно додати фотографії поля (полів), інші документи, що підтверджують наявність надзвичайних подій на території, де загинули посіви.

3. Розподіл та списання витрат на посіви. Це залежить від стану обстежених посівів та прийнятого рішення комісії:

- посіви визнання частково пошкодженими, але вирішено продовжити їх вирощування - списання понесених витрат на витрати діяльності не здійснюється. Вони увійдуть до собівартості готової сільгосппродукції;

- посіви визнано загиблими і на полях висівають нову культуру - витрати слід розподілити на повторювані та неповторювані.

- посіви визнано загиблими і земля переорюється та залишається під парами - у бухобліку витрати, понесені на вирощування посівів, списуються в повному обсязі без розподілу.

Ці госпопераї оформлюють окремим документом довільної форми чи бухгалтерською довідкою [3].

Розподіл витрат на повторювані та неповторювані здійснюється відповідно до Методрекомендацій № 132. Так, до повторюваних відноситься витрати, що не можуть бути перенесені на іншу культуру. Відповідно, неповторюваними є ті витрати, які можуть бути перенесені на культуру, що буде засіяна на місці загиблих посівів (наприклад, витрати на лушення стерні, підняття зябу та снігозатримання, вартість добрив і витрат на їх унесення у ґрунт тощо). Розподіл витрат можна оформити наприклад бухгалтерською довідкою [2].

Загибель посівів є непередбачуваною негативною ситуацією у виробничій діяльності сільськогосподарського підприємства й потребує прийняття виважених управлінських рішень як оперативних, так і стратегічних. Операції з документування загиблих посівів, як правило, є наслідком дії природних умов виробництва. Природне середовище викликає низку ризиків, які можуть спричинити зниження обсягів врожаю, поживних та смакових якостей продукції або повну загибель посівів сільськогосподарської культури.

### Література

1. Мельниченко І. В. Загиблі посіви в контексті інформаційного забезпечення виробничого менеджменту / І. В. Мельниченко. // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2014. – № 3. – С. 29 – 34.
2. Мальшакова С. Загибель посівів на сільгосппідприємствах / Світлана Мальшакова. // Баланс - Агро. – 2018. – № 8. – С. 89 – 92.
3. Подільська Н. Втрата озимих посівів: документування та бухоблік / Наталія Подільська. // Баланс - Агро. – 2018. – № 13. – С. 12 – 14.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 лип. 1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс] / Верховна



Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14?nreg=996-14>.

**Прийдак Т. Б.**, к.е.н., ст. викладач

кафедри бухгалтерського обліку

**Бурсова Т. О.**, здобувач вищої освіти

напряму підготовки «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ТВАРИННИЦТВА**

Документування є основним етапом бухгалтерського обліку, який включає в себе: реєстрацію та фіксацію інформації про факти, операції, процеси її обробку та узагальнення. У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», зазначено, що підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій є первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій [2].

Первинні документи повинні бути складені під час здійснення господарської операції, а якщо це неможливо – безпосередньо після її закінчення.

Поточними вважаються біологічні активи, здатні давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує 12 місяців, а також тварини на вирощуванні та відгодівлі [4], або біологічні активи, які здатні давати сільськогосподарську продукцію або додаткові біологічні активи, приносити іншим способом економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує 12 місяців, крім тварин на вирощуванні

та відгодівлі (плодоносні багаторічні насадження, тварини основного стада ВРХ, свиней, овець та ін.) [1].

Для обліку поточних біологічних активів тваринництва передбачено рахунок 21 «Поточні біологічні активи» у розрізі субрахунку 213 «Поточні біологічні активи тваринництва, які оцінені за первісною вартістю», що призначений для відображення облікової інформації про сім'ї бджіл, бичків, свиней на відгодівлі, коней молодняку до 1 року, коней молодняку до 3 років, корів на відгодівлі, нетелів, поросят 2-4 місяців, телиць, бичків до 20 діб, теличок до 20 діб.

Акт на оприбуткування приплоду тварин (форма № ПБАСГ-3) застосовується для оформлення отриманого на фермі приплоду тварин: телят, поросят, ягнят, лошат та ін. Даний акт складається у двох примірниках завідувачем ферми або бригадиром у день отримання приплоду окремо за кожним видом тварин. В акті вказується П.І.Б. працівника, за яким закріплено тварин, кличка або номер матки, кількість голів і маса отриманого приплоду, присвоєні їм інвентарні номери, грошова оцінка отриманого приплоду, підписи осіб, які підтвердили отримання приплоду. Окремо фіксуються мертвнонароджені тварини. Акт є підставою для нарахування заробітної плати працівникам ферм.

Акт на вибуття поточних біологічних активів тваринництва (забій, прирізка, падіж) (форма № ПБАСГ-6) складається на день вибуття поточних біологічних активів комісією у складі зоотехніка, ветеринарного лікаря, завідувача ферми (бригадира) та особи, за якою було закріплено тварину. Після розгляду Акт затверджується керівником, у кінці акта матеріально відповідальна особа розписується в прийманні продукції від забою на відповідальне зберігання для подальшого відправлення на склад чи для продажу.

Акт на переведення тварин з групи в групу в межах поточних біологічних активів (форма № ПБАСГ-9) складає зоотехнік, завідувач ферми або бригадир у день переведення тварин і птиці з однієї групи до іншої, відлучення молодняку звірів і кролів. У ньому вказуються всі необхідні реквізити з їх обліку. Належно оформлені акти підписуються керівником структурного підрозділу, завідувачем ферми підприємства.

Відомість зважування тварин (форма № ПБАСГ-10) застосовується для визначення фактичної живої маси тварин, яка в процесі вирощування або відгодівлі тварин збільшується. Основною продукцією, яку отримують від молодняку на вирощуванні і відгодівлі є приріст живої маси. Для того, щоб його визначити, тварин зважують, результати записують у Відомість, яку складає зоотехнік, завідувач ферми або бригадир при щомісячних, періодичних і вибіркових зважуваннях тварин при визначенні приросту живої маси, а також у випадках надходження і вибуття тварин і підприємства за видами та обліковими групами тварин. Відомість підписує зоотехнік, бригадир і працівник, за яким закріплено худобу [1].

### Література

1. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах України / [Коваленко А. М., Харитонova А. Г., Мальшакова С. О. та ін.] ; під ред. А. М. Коваленко – Д. : Баланс-Клуб, 2009. – 736 с.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-ВР від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
3. Облік сільськогосподарської діяльності : [навч. посібник] / [Лузан Ю. Л., Жук В. М., Гаврилук В. М. та ін.] ; ред. В. М. Жук –К. : Юр-Агро-Веста, 2007. – 368 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 790 від 18

лист. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

**Ткачук-Спичак Б.Ю., Шеплякова О.В.,** здобувачі магістратури  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Для оцінки сучасного стану розвитку сільського господарства важливо детально проаналізувати кожен з форм прояву аграрної кризи, простежити тенденції зміни параметрів обсягу та структури сільськогосподарського виробництва, а також рівня його ефективності [1, 2].

Виробництво сільськогосподарської продукції, природно, посідає центральне місце в українському АПК. Тваринництво розглядається як стратегічно важлива галузь у загальній структурі сільськогосподарського виробництва, де його частка складає близько 50% у валовому виробництві. При успішному розвитку галузі значна кількість сільських мешканців має робочі місця, зменшуються соціальні проблеми села. Завдяки широкому використанню пасовищ зберігаються природні ландшафти, позитивно впливаючи на загальний екологічний стан країни. Основним напрямом розвитку галузі є суттєве збільшення обсягів виробництва всіх видів тваринницької продукції, особливо молока, яловичини, свинини, м'яса птахів. Додатковим резервом економічної ефективності галузі має бути підвищення якості вироблених продуктів та їх екологічна безпечність [3].

Якість продукції є одним з найважливіших чинників діяльності будь-якого підприємства. Роль і значення менеджменту якості продукції для нашої країни на сучасному етапі соціальних та економічних перетворень є актуальною задачею. У будь-якій країні висока якість виробленої продукції

підвищує ефективність її економіки, скорочує терміни впровадження у виробництво досягнень науки і техніки.

Тваринництво забезпечує населення високоякісними, калорійними, дієтичними і вітамінізованими продуктами харчування, а промисловість - сировиною. Екологічне значення полягає в забезпеченні землеробства органічними добривами, внесення у ґрунт яких повертає в природу значну кількість органічної маси, сприяє підвищенню його родючості, вмісту гумусу, розвитку мікрофлори, інтенсифікації ґрунтоутворного процесу і кругообігу речовин в породі. На сьогоднішній день стан справ у сільському господарстві України потребує термінових заходів щодо припинення спаду виробництва молока, прискореного завершення структурної перебудови, нарощування ресурсного потенціалу.

Висока якість продукції тваринництва, зокрема молока розширює можливості споживання створеної продукції, підвищує стійкість галузі, сприяє зростанню життєвого рівня населення, забезпечує вдосконалення виробництва, поліпшення умов праці і побуту, охорону навколишнього середовища і здоров'я населення.

Висуваючи завдання стабілізації економіки нашої країни, а в подальшому і економічного розвитку, повинно бути чітко уявлення, що центральною ланкою економічної політики і всієї практичної роботи з вирішення цього завдання стає всебічне підвищення технічного рівня і якості продукції. Підприємство завжди повинна вміти оперативно реагувати на зміну навколишнього середовища, на динаміку. Менеджмент на підприємстві повинен постійно йти в ногу з часом. Він повинен мати можливість пропонувати покупцеві продукцію, яка являє собою найбільшу цінність для нього. Якість і безпека продуктів харчування, послуг в Україні забезпечуються за реалізації ефективної державної підтримки. Державна політика у сфері якості нині помітно активізувала діяльність підприємств та організацій, сприяючи збільшенню кількості виданих сертифікатів на

системи управління якістю та динамічному розвитку руху за якість у тісній співпраці з міжнародними органами.

В сучасних економічних умовах гостро постала проблема підвищення якості молока і молочної продукції та її державного регулювання, оскільки вступ України до ЄС обумовив жорсткі умови реалізації молочної сировини. Виробники опинились в складному становищі: з однієї сторони, вітчизняний ринок швидкими темпами наповнює іноземна продукція; з іншої сторони, необхідність завоювання нових і відстоювання набутих сегментів світового ринку спонукає до активних дій щодо підвищення якості молока і молочної продукції. В умовах глобалізації національної економіки особливого значення набуває проблема підтримки на належному рівні конкурентостійкості підприємств провідних галузей національної економіки, зокрема, сільського господарства, та закріплення вагомих позицій на міжнародній арені [5].

### Література

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. / Пер. з англ. під ред. Л. А. Волкової. Ю.Н. Каптуревського. СПб.: Пітер, 2000. – 752 с.
2. Завадський Й.С. Менеджмент / Й.С. Завадський. – К.: УФІМБ, 1997. – Том 1. – 543 с.
3. Пономарёва М.С. Состояние и стратегические цели развития производства продукции животноводства в период глобализации / М.С. Пономарёва // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии имени проф. И.И. Иванова". № 8, 2015 С. 117-121. - 240 с.
4. Вітков М.С. Основні фактори інтенсифікації аграрного виробництва в перехідний період до ринку /М.С. Вітков // Економіка АПК, 2005. - № 2. – С.17 – 20.
5. Пономарьова М.С. Конкурентостійкість сільськогосподарських підприємств як запорука стратегічного економічного розвитку / М.С.

Пономарьова // Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки». - 2016. - №1.  
С. 285 - 295. - 398 с.

**Пасько А. М.**, ст.гр. ПУА-17-1мз,  
Запорізької державної інженерної академії

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПОШУКУ І ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Методологія пошуку і відбору персоналу включає сукупність методів, принципів, положень які складають основу кадрового менеджменту; сукупність прийомів дослідження, які використовуються в даній науці. Це такі методи як метод аналогій, головних компонентів, групових оцінок, декомпозиції, контрольних питань, системного аналізу, порівнянь, структуризації цілей, аналізу роботи, ділової оцінки, інноваційного менеджменту в кадровій роботі, нормування праці, навчання персоналу, оцінки результативності, підвищення кваліфікації працівників апарату управління, розподіл колективного заробітку, розрахунків потреб у персоналі, формування мотивації праці.

Термін методологія походить від грец. *methodos* (шлях дослідження, спосіб пізнання і *logos* - слово, поняття, вчення) та трактується як вчення про методи пізнання й перетворення світу. Розвиток методології пов'язаний з іменами великих греків Сократа, Платона, Арістотеля. Зокрема Сократ висунув на перший план діалектичну природу мислення в пошуках істини при зіставленні різних за значенням фактів [1, с.87].

Методологія виконує ряд функцій, за допомогою яких визначає ступінь розробки проблеми:

- визначає способи здобуття наукових знань, які відображають динамічні процеси та явища;

- направляє, передбачає особливий шлях, на якому досягається певна науково-дослідницька мета;
- забезпечує всебічність отримання інформації щодо процесу чи явища, що вивчається;
- допомагає введенню нової інформації до фонду теорії науки;
- забезпечує уточнення, збагачення, систематизацію термінів і понять у науці;
- створює систему наукової інформації, яка базується на об'єктивних фактах, і логіко-аналітичний інструмент наукового пізнання [3, с.12].

Методологія - вчення про систему наукових принципів, форм і способів дослідницької діяльності - має чотирирівневу структуру. Нині розрізняють фундаментальні, загальнонаукові принципи, що становлять власне методологію, конкретнонаукові принципи, що лежать в основі теорії тієї чи іншої дисципліни або наукової галузі, і систему конкретних методів і технік, що застосовуються для вирішення спеціальних дослідницьких завдань [1, с. 234]. Ці ознаки поняття "методологія", що визначають її функції в науці, дають змогу зробити такий висновок: методологія - це концептуальний виклад мети, змісту, методів дослідження, які забезпечують отримання максимально об'єктивної, точної, систематизованої інформації про процеси та явища [2, с.132].

Розробка методологічних засад управління персоналом розпочалася з моменту формування її як науки, учбової дисципліни і галузі дослідження. Специфічність предмета, об'єкту і цілей управління персоналом закладається в тому, що увага дослідників зосереджується на принципах і способах пізнання. Методологію пошуку і відбору персоналу слід розглядати як транскрипцію специфічної сфери діяльності до управління персоналом. Методологія управління персоналом — це вчення про структуру, логічну організацію, методи і засоби діяльності. У такому розумінні методологія утворює необхідний компонент управлінської діяльності, оскільки остання стає предметом усвідомлення, навчання і раціоналізації.



Таким чином, методологія пошуку і відбору персоналу дає характеристику об'єкта, предмета аналізу, завдань дослідження (або проблем), формує уявлення про послідовність руху дослідження в процесі вирішення завдань в контексті певного виду діяльності. Серед них можна відзначити, передусім, аналітичну діяльність, діагностику проектування, прийняття управлінських рішень.

### **Література**

1. Воронкова В.Г. Філософія управління персоналом. Монографія /Воронкова В.Г. – Запоріжжя. Видавництво ЗДІА, 2005. – 472с.
- 2.Сергієнко Т.І. Методологія дослідження аналізу сучасних процесів державотворення в Україні / Т.І.Сергієнко // Нова парадигма. Альманах наукових праць: Філософія. Соціологія. Політологія. / Гол.ред. В.П.Бех. – Вип. № 88. – 2009. – С. 132-140.
3. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала. - М.: ГроссМедиа, 2005. - 300 с.

**Сергієнко Т. І.**, к.п.н.,доцент

**Браїлов Д. Д.**, ст.гр. ПУА-17-1мз

Запорізької державної інженерної академії

## **УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВА СЬОГОДЕННЯ**

Реалії сьогодення свідчать, що підвищення вимог до персоналу, призводить до того, що у ринковій економіці України одним із найбільш актуальних завдань є задоволення потреб економіки й соціально-трудової сфери у висококваліфікованих кадрах. Переміщення акцентів з управління персоналом до управління людськими ресурсами робить пріоритетними потреби підприємства в робочій силі, які визначаються в результаті функціонального аналізу робочих місць.

Вагомий внесок у дослідження основних питань науки управління персоналом внесли розробки багатьох учених, у тому числі Т.Базарова, Н. Волгіна, Б. Генкіна, Р. Гетгарда, А. Ерошіна, Б. Єрьоміна, Д. Іванцевичі, В. Ігнатова, О. Кібанова, А. Лобанова, Є. Маслова, Ю. Одегова, А. Турчинова та багатьох інших.

Разом з тим вивчення та аналіз опублікованих за даною проблемою робіт показали, що існує необхідність подальшого розвитку аспектів управління людськими ресурсами на підприємстві в рамках нового напрямку менеджменту, який вивчає організаційну поведінку і має своїм предметом дослідження людських ресурсів підприємства.

В сучасних умовах вітчизняні підприємства зіткнулися із завданням виживання та успішного розвитку в ринкових умовах жорсткої конкуренції [2, с.253]. Вирішення цієї проблеми змушує по іншому поглянути на організацію діяльності підприємства, нових уявленнях про роль персоналу в організації. Ключ до вирішення проблеми - нові аспекти кадрової політики.

При формуванні кадрової політики, на думку В.Воронкової, для все стороннього визначення напрямку діяльності на підприємстві, необхідно враховувати основні принципи окремих напрямів кадрової політики, а саме: в управлінні персоналом – принцип однакової необхідності досягнення індивідуальних і організаційних цілей, який визначає необхідність пошуку чесних компромісів між адміністрацією і працівниками [1, с.122].

Сучасні погляди на управління персоналом тісно пов'язуються з управлінням людиною з позиції теорії людських відносин. В еволюції теорії і практики зарубіжного кадрового менеджменту можна виділити фази, пов'язані з адаптацією як нових технологій менеджменту, так і специфічних підходів у кадровій роботі, особливо системного, що сприяло виникненню принципово нової технології кадрового менеджменту - управління людськими ресурсами. Ця технологія була інкорпорована в систему стратегічного менеджменту, і функція управління персоналом стала

компетенцією вищих посадових осіб. Змінився і характер кадрової політики: вона стала більш активною і цілеспрямованою [2, с. 106].

Починаючи з 80-х років ХХ століття, змінюється модель управління персоналом, іде процес трансформації в напрямку від управління персоналом до управління людськими ресурсами. Це знайшло своє відображення в тому, що в останні роки в країнах розвинутої економіки спостерігається відносно і абсолютне зростання працівників служб управління; значно підвищився статус керівників служб управління, вони входять у вищі ешелони управління організацією; зростають вимоги до рівня професійної підготовки менеджерів з персоналу.

Такими чином, управління людськими ресурсами це цілеспрямована діяльність керівного складу підприємства, а також керівників і спеціалістів підрозділів системи управління, яка включає розробку концепції, стратегій кадрової політики, принципів і методів управління людськими ресурсами. Це системний, планомірно організований вплив через мережу взаємопов'язаних організаційних, економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку і використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства.

### Література

1. Воронкова В.Г. Кадровий менеджмент. – К.: ВД "Професіонал", 2004. – 176с.
2. Маслов Є.В. Управління персоналом підприємства. - М.: Инфра-М, 2004. - 350 с.
3. Сергієнко Т.І. Управління людськими ресурсами на підприємстві в системі сучасного менеджменту / Т.І.Сергієнко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць, Вип. 51. / Гол. ред. В.Г. Воронкова; Запоріж.держ.інж.акад. - Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. – С.102-108

Скрипник Т. О., ст.гр. МЕН-17-1мз

Запорізької державної інженерної академії

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Реалії сьогодення свідчать, що кадровий потенціал підприємства відіграє важливу роль в його діяльності, від рівня використання та збалансованості якої залежать досягнуті конкурентні переваги, високі кінцеві показники, забезпечення сталого розвитку підприємства [4, с.60]. Особливе значення має те, що персонал підприємства здатний реагувати на динамічні зміни господарського середовища, поєднувати всі компоненти економічної системи підприємства [2, с.280].

Кадри - це кваліфіковані, спеціально підготовлені для тієї чи іншої діяльності працівники, коли доцільне їх використання передбачає максимальну віддачу того, що здатний дати спеціаліст за своїм фахом, особистим якостям набутому досвіду роботи. Кадровий потенціал, закладений в тих функціях, які він виконує як професіонал і в силу своїх здібностей, знань, досвіду може забезпечити ефективне функціонування виробництва.

До кадрів відноситься тільки та частина персоналу, яка володіє професійною здатністю до праці, тобто має специфічну підготовку. Це - керівники, спеціалісти та допоміжний персонал.

Поняття "кадри" і "кадровий потенціал" відрізняються певними характеристиками. Категорія "кадри" дає уявлення про кваліфікаційний та професійний склад робітників, розкриваючи лише статичну сторону властивостей та якостей, притаманних цій категорії. Вона не відображає

ознак динамічного характеру, таких, наприклад, як мобільність кадрів, здатність вирішувати ті чи інші професійні задачі. Різницю між "кадрами" та "кадровим потенціалом" підкреслює В.Кабаков. Він вважає, що під категорією "кадри" потрібно розуміти сукупність робітників тих чи інших професій та спеціальностей, того чи іншого рівня підготовки та освіти. Що ж стосується категорії "кадровий потенціал", на його думку, вона включає в себе не тільки власне кадри, але й певне коло можливостей даної сукупності кадрів в здійсненні цілеспрямованих дій, впливаючи з задач функціонування та розвитку даної системи [1, с. 314]. Кадровий потенціал організації залежить від потенціалів кадрів цієї організації, але не є їх сумою. Йому притаманні ознаки цілісності, які принципово відрізняються від ознак, що належать потенціалу кожного окремого робітника[3, с.157].

Отже, кадровий потенціал підприємства - це відкрита соціально-економічна система, яка включає в себе сукупний ефект від взаємодії кадрів певного складу та структури, які володіють відповідними до потреб підприємства загальноосвітніми та професійними знаннями і навичками, рівнем творчості, людськими якостями, рівнем мотивованості, для забезпечення ефективного функціонування підприємства, досягнення мети його довгострокового розвитку в ринковому середовищі, що постійно змінюється та завчасної адаптації до його змін. У сучасних ринкових умовах господарювання ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього майнового потенціалу, а й від компетенції персоналу й ефективності його внутрішньої організації.

Закономірно, що чим вищий рівень компетентності працівників кожної групи та синергетичний ефект від їх взаємодії, тим вищі сукупний кадровий потенціал і, як наслідок, результати діяльності підприємства на обраному ринковому сегменті. Це пов'язано з тим, що працівники, які мають необхідний комплекс знань і вмінь, відповідні особисті якості, становлять

ядро кадрового потенціалу. Саме працівники, які входять до його складу, вибирають, виконують і координують дії, що забезпечують переваги на ринках товарів і послуг, і тим самим високий рівень реалізації можливостей підприємства.

Таким чином, кадровий потенціал є складовою потенціалу підприємства (установи, організації) і являє собою сукупність професійно-кваліфікаційних і творчих можливостей фактично працюючих на підприємстві (установі, організації) осіб, що здатні забезпечити вироблення певної за якістю та обсягом номенклатури продукції та формувати через це ринкові переваги для підприємства (установи, організації).

### Література

1. Воронкова В.Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навчальний посібник. / під ред.. д.ф.н., проф. В.Г. Воронкової. – К.: ВД "Професіонал", 2006. – 576 с.
2. Зінь Е.А. Планування діяльності підприємства. / Е.А. Зінь, М.Д. Турленюк. – К.: В.Д. "Професіонал", 2004. – 320 с.
3. Павленко Н. Организация труда и заработная плата. – В 2 т. – Т. 1: практ. пособие. / Н. Павленко; 2-е изд., перераб. и доп. – Х.: Фактор, 2002. – 244с.
4. Сергієнко Т.І. Гуманістичні чинники розвитку організації на основі адаптивної системи управління персоналом / Т.І.Сергієнко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць / Гол. ред.. В.Г.Воронкова. – Вип. 39 – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2009. - С.55-61.

Унгуряну А. В., ст.гр. ПУА-17-1мз

Запорізької державної інженерної академії

## ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІЙНИЙ АПАРАТ МОТИВАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ

Реалії сьогодення свідчать, що домінуюча функція менеджменту включає вплив на інших для того, щоб спонукати виконавців здійснювати роботу у напрямі досягнення намічених цілей. Важливим аспектом цієї функції є мотивація, великий інтерес до якої викликаний підвищенням ролі суб'єктивних факторів у суспільному виробництві, ускладненням умов трудової і поза трудової діяльності, збагаченням і розвитком самої особистості.

Мотивація (англ. Motivation) - це процес спонукання людини або групи людей до досягнення цілей організації, який включає в себе мотиви, інтереси, потреби, захоплення, мотиваційні установки або диспозиції, ідеали і т. п. У широкому розумінні мотивація іноді визначається як детермінація поведінки взагалі [1, с. 27].

В процесі мотивації у людей цілеспрямовано формується зацікавлене відношення до праці і її результатів, оскільки мотивація посилює бажану поведінку людини, дає напрямок поведінки і ґрунтується на внутрішніх і зовнішніх факторах або на мотивах і стимулах. Мотив (англ. Motive) - це усвідомлена спонуковуюча причина, основа, підстава до якоїсь дії чи вчинку. Мотив є суб'єктивним явищем, усвідомленням вчинків, які у кінцевому підсумку перетворюються у постановку цілі, що спонукає людину до дії внаслідок трансформації зовнішнього спонукуючого фактора (стимулу) і його усвідомлення індивідом.

До мотивів відноситься комплекс спонукань, що діють з повною силою на протязі тривалого періоду часу, а також обов'язок, прагнення виконати доручене завдання, надавати допомогу колезі тощо.

Мотиви можуть класифікуватися за різними ознаками. Так, у залежності від стимулюючої сфери, вони можуть бути поділені на мотиви матеріального і морального порядку. У свою чергу, моральні можна поділити на:

- а) ідейно-політичні (стимули, що діють в усьому суспільстві);
- б) моральні стимули, що викликають певні відносини у даній групі людей (почуття колективізму, товарищкості, взаємодопомоги в праці та ін.).

Велику групу мотивів становлять спонукання, які стимулюються самим змістом трудового процесу: почуття задоволення від творчого напруження сил, естетичне задоволення від добре зробленої речі і ін. тобто змістовні мотиви праці. Механізм дії подібних факторів, розкривається у теорії "У" Мак-Грегора [1, с.64 ].

Таким чином, в умовах економічної нестабільності особливо важливого значення набуває організаційний фактор мотивації: забезпечення порядку, дисципліни праці і відповідальності, чіткості робочого ритму, а також ергономічність, гігієнічність, естетичність і екологічність трудових процесів. Але багаторічний досвід розвитку цивілізованих країн світу свідчить, що для активізації людського фактора трудова діяльність повинна здійснюватись з повним урахуванням не лише організаційно-технічних, але й соціально-психологічних факторів, які обумовлені розвитком суспільних форм життя, біологічними особливостями розвитку людини, етапами її життєвого циклу [2, с. 145].

Отже, ми можемо зробити висновок що мотиваційні механізми включають в себе декілька понять, які взаємодіють один з іншим. Тому мотивація виникає із незадоволених потреб і дій, що дають їй поштовх, якщо вони успішні і задовольняють ці потреби. Деякі потреби, такі як їжа, задовольняються лише на деякий час. Інші потреби, такі як потреба в дружбі, можуть задовольнятися на тривалий час, але можуть залишитися незадоволеними інші потреби. Завжди важливо з'ясувати, які специфічні потреби дають поштовх виникненню мотивації у даної людини, у даний час.



### Література

1. Лук'янченко Н.Д. Мотивація персоналу: навч. посібник / Н.Д. Лук'янченко, Л.Л. Бунтовська. - Донецьк, 2004. - 302 с.
2. Сергієнко Т.І. Місце і роль мотивації в системі управління персоналом / Т.І.Сергієнко // Збірник доповідей учасників XXXV Міжнародної науково-технічної конференції молоді ВАТ "Запорожсталь". Запоріжжя, 2008. – С.144-145.

**Федоренко М.М.**, к.т.н., доцент,  
**Каменєва З.В.**, завідувача лабораторією,  
кафедра економіки та маркетингу,  
Національний аерокосмічний університет  
ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

### ОЦІНЮВАННЯ ТЕХНІЧНОГО РІВНЯ І ЯКОСТІ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Технічний рівень і якість товару визначають його комерційний успіх. Технічний рівень (ТР) являє собою сукупність техніко-експлуатаційних характеристик товару. До них відносять надійність, довговічність, ремонтпридатність, продуктивність, патентну чистоту.

Об'єктивна оцінювання ТР і якості продукції необхідна при будь-якому господарському механізмі, у тому числі й ринковому. Уміння точно провадити цю оцінку дає змогу створювати нові, конкурентоздатні на ринку вироби, обґрунтувати вимоги, що закладаються в технічне завдання на розробку цих виробів, а також необхідність своєчасної модернізації продукції або ж зняття її з виробництва. Оцінювання ТР продукції й рівня якості її виготовлення є однією зі складових оцінювання рівня комплексу складових (КС) продукції.

З технічними параметрами виробу пов'язаний перший крок споживача до його купівлі, що полягає у відборі того або іншого товару. Тому оцінювання ТР і якості продукції називають споживчою оцінкою. Рівень якості й ТР продукції являють собою відносні характеристики, визначені шляхом порівняння значень показників якості або ж технічної досконалості продукції, що оцінюється, з базовими значеннями відповідних показників. Як рівень якості продукції, так і ТР кількісно вимірюють наближеність її властивостей до необхідного, вказаного в нормативно-технічній документації рівня. Оцінювання ТР і якості продукції починається з вибору переліку властивостей і номенклатури показників, що характеризують ці властивості. Класифікацію показників якості наведено в нормативних (робочих) документах щодо оцінки й керування якістю продукції у Державному стандарті України (ДСТУ 3278-95).

Показники якості продукції, залежно від характеру завдань щодо оцінювання його рівня, що вирішуються, можна класифікувати за наступними ознаками: за властивостями, за способом вираження, за кількістю характерних властивостей, за застосуванням для оцінки, за стадією визначення значень показників. Найбільш типовою є перша класифікаційна ознака – характерні властивості виробу. Відповідно до цієї ознаки, для оцінювання рівня якості продукції застосовують наступні групи показників: показники призначення, показники надійності, ергономічні й естетичні; показники технологічності, транспортабельності й уніфікації; патентно-правові показники; екологічні; показники безпеки; економічні показники. Отже, перелік показників якості перевищує кількість показників технічного рівня, оскільки якість, крім показників технічного рівня, включає й економічні показники (ціна техніки, витрати на її експлуатацію, собівартість продукції, виробленої за допомогою оцінюваної техніки тощо).

У процесі оцінювання рівня якості продукції важливим моментом є також вибір методу оцінки. Найпоширенішими є два види методів оцінки технічного рівня і якості: диференціальний і комплексний. Диференціальний

метод полягає в зіставленні одиничних показників якості даного виробу з відповідними одиничними показниками базового зразка (аналога), на підставі чого одержують відносні одиничні показники якості продукції. У результаті зіставлення одиничних параметрів продукції визначається, за якими параметрами вона близька до конкуруючої, за якими найбільше відхиляється в той чи інший бік. Це надає змогу лише констатувати факт конкурентоздатності продукції, що аналізується, або наявності в неї недоліків у порівнянні з товаром-аналогом, але при цьому не враховується вплив вагомості (важливості) кожного параметра на вибір споживача.

Розрахунок одиничного показника конкурентоздатності за технічними параметрами дорівнює відношенню величини  $i$ -го технічного параметра для аналізованої продукції до величини  $i$ -го технічного параметра для виробу-конкурента, або навпаки.

Комплексний метод оцінювання рівня якості продукції заснований на визначенні й застосуванні для оцінки узагальненого показника якості. Узагальнений показник якості являє собою функцію від одиничних її показників, тобто зводить воедино відносні показники технічного рівня оцінюваного виробу, що визначається за формулою:

$$Q_{mp} = \sum_{i=1}^n q_i \times a_i$$

де  $q_i$ , – одиничний показник конкурентоздатності за  $i$ -м технічним параметром;  $a_i$  – вагомість  $i$ -го параметра у загальному наборі з  $n$  технічних параметрів;  $n$  – число параметрів, що беруть участь в оцінці.

Комплексний показник  $Q_{mp}$  характеризує ступінь відповідності даного товару існуючій потребі по всьому набору технічних параметрів, і чим він вищий, тим повніше задовольняються запити споживачів. Визначення вагомості кожного технічного параметра в загальному наборі проводять з урахуванням експертних оцінок, заснованих на ринкових дослідженнях, опитуваннях споживачів та інших методах. Розрахунок одиничних і групових показників відповідності нормативним параметрам, регульованих стандарта-

ми, провадиться за тією ж схемою, що й розрахунок технічних показників. Принципова відмінність полягає в тому, що якщо продукція за якимось параметром не відповідає обов'язковій нормі, то груповий показник дорівнює нулю, що свідчить про не конкурентоздатність даного товару на розглянутому ринку.

Технічний рівень та якість є одними з найважливіших властивостей конкурентоздатності промислової продукції, тому їх оцінюванню слід приділяти велику увагу.

**Грибовська Ю. М.,** к.е.н., доцент

ДВНЗ «Полтавська державна аграрна академія»

## **ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ ПРИДБАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА РАХУНОК КРЕДИТНИХ ГРОШЕЙ**

У разі нестачі власних коштів, суб'єкт господарювання може скористатися кредитом (позикою).

Відповідно до п. 7, 11 П(С)БО 11 «Зобов'язання», кредит (позика) визнається зобов'язанням підприємства [4].

Залежно від строку повернення кредити (позики) поділяються на два види:

- довгострокові – якщо строк повернення перевищує 12 місяців або один операційний цикл (якщо він більше року), їх обліковують на рахунку 50;

- короткострокові або поточні – якщо строк повернення не перевищує 12 місяців або одного операційного циклу, їх відображають на рахунку 60.

Аналітичний облік за зазначеними рахунками ведеться в розрізі позикодавців і за кожним кредитом.

За користування кредитом (позикою) нараховуються відсотки з періодичністю, установленою сторонами кредитного договору. У

бухгалтерському обліку вони відносяться на фінансові витрати й відображаються за дебетом субрахунків:

- 951 «Відсотки за кредит» (для відсотків за банківськими кредитами);
- 952 «Інші фінансові витрати» (для відсотків за іншими позиками).

Витрати на сплату відсотків включаються до складу витрат поточного періоду і не входять до первісної вартості об'єкта основних засобів. Виняток становлять фінансові витрати, які підлягають капіталізації.

Відповідно до п. 3 Положення (Стандарту) бухгалтерського обліку (далі – П(С)БО) 31, капіталізацією фінансових витрат є їх включення до собівартості кваліфікаційного активу. Кваліфікаційним є актив, який потребує суттєвого часу для створення [5].

Згідно із п. 1.6 Методичних рекомендацій № 1300 суттєвим вважається час понад три місяці [2].

До кваліфікаційних активів відносяться:

- будівництво (створення) об'єкта основних засобів із нуля;
- придбані об'єкти незавершеного будівництва, що потребують суттєвого часу на їх завершення;
- придбані готові об'єкти основних засобів, які потребують суттєвого часу на їх реконструкцію (модернізацію) [2].

Капіталізація фінансових витрат на створення кваліфікаційних активів є обов'язковою. Однак є суб'єкти господарювання, які не капіталізують фінансові витрати, а повністю включають їх до витрат поточного періоду, а саме:

- юридичні особи – суб'єкти малого підприємництва. До них відносяться всі юридичні особи, у яких середньооблікова чисельність працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб, а річний дохід від усіх видів діяльності – суми, еквівалентної 10 млн євро, визначеної середньорічним курсом Національного банку України [1];
- представництва іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- юридичні особи, які не займаються підприємницькою діяльністю [5].

В обліку щодо податку на прибуток виникають різниці при здійсненні фінансових операцій, але тільки в тому випадку, якщо платник податку на прибуток має боргові зобов'язання перед пов'язаними особами – нерезидентами. Такі різниці визначають платники податків із доходом, понад 20 млн грн. [3].

Отримання й повернення основної суми кредиту (позики), а також сплата відсотків не є об'єктом обкладання ПДВ [3].

Оподаткування поставки об'єкта основних засобів у рамках договору купівлі-продажу здійснюється в загальному порядку.

Якщо продавець і покупець основних засобів є платниками ПДВ і об'єкт основних засобів придбається для використання:

- в оподатковуваних операціях у рамках господарської діяльності, покупець включає вхідний ПДВ до складу податкового кредиту звітного періоду (при наявності податкової накладної, зареєстрованої в ЄРПН);

- неоподатковуваних операціях (повністю або частково), покупець включає суми ПДВ до податкового кредиту, але не пізніше останнього дня місяця, у якому був придбаний об'єкт основних засобів, нараховує податкові зобов'язання (повністю або виходячи із частки використання придбаних основних засобів в операціях, що не оподатковуються ПДВ). Необхідно виписати податкову накладну та зареєструвати її в ЄРПН;

- негосподарській діяльності (для невиробничого використання), покупець відображає податковий кредит і не пізніше останнього дня місяця, у якому об'єкт основних засобів був придбаний, нараховує податкові зобов'язання, які відносяться до первісної вартості об'єкта основних засобів [3].

### Література

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16 січ. 2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку фінансових витрат № 1300 від 01 лист. 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.buhgalter911.com>.

3. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02 груд. 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

4. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» № 20 від 31 січ. 2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

5. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати» № 415 від 28 квіт. 2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

**Яловега Л. В.**, к.е.н., доцент  
кафедри бухгалтерського обліку  
**Івченко А.В.**, здобувач вищої освіти  
факультету обліку та фінансів  
Полтавська державна аграрна академія

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПАЛЬНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ**

Вирішення проблем бухгалтерського обліку пально-мастильних матеріалів (далі – ПММ) потребує безперервного процесу пізнання його облікової методології, та на цій основі, уточнення змісту методів облікового відображення фактів господарської діяльності. На думку Н. А. Канцедал, це є важливим науковим і практичним завданням у частині усунення й мінімізації ризиків викривлення управлінської інформації [1, с. 29].

Наразі механізм здійснення господарських операцій із ПММ та їх облікового відображення регламентується багатьма нормативно-правовими актами, однак визначення терміну «пально-мастильні матеріали» розкрито лише у Постанові КМУ «Про порядок поставки пально-мастильних

матеріалів, що придбаваються нерезидентами для передачі учасникам спільних з підрозділами Збройних Сил України військових навчань на території України, які проводяться в рамках програми «Партнерство заради миру», операції з поставки яких на митній території України звільняються від обкладення податком на додану вартість» № 569 від 01.06.2011р. Відповідно до даної Постанови, ПММ – це авіаційне, танкове, автомобільне та корабельне пальне, мастильні матеріали, спеціальні рідини та спирт, що необхідні для забезпечення функціонування озброєння та військової техніки Збройних сил України, збройних сил та цивільного компонента іноземних держав, які залучаються до участі у військових навчаннях [2].

У Податковому кодексі України (далі – ПКУ) у пп. 215.3.4 п. 215.3 (пп.14.1.141) зазначено лише поняття «пальне» – нафтопродукти, скраплений газ, паливо моторне альтернативне, паливо моторне сумішеве, речовини, що використовуються як компоненти моторних палив, інші [3].

У практичній діяльності суб'єктів господарювання поняття ПММ деталізують такі відомства, як Держкомпідприємництва (листи № 4123 від 21.06.2004 р. та № 8727 від 14.12.2004 р.) та Державна фіскальна служба (лист ДПАУ № 819/Д/31-0015 від 10.02.05 р.). Відповідно до їх роз'яснень для визначення термінів «пальне» та «мастила» слід орієнтуватись на п. 4.27 ДСТУ 3437-96 «Нафтопродукти», зокрема: паливо – загальне поняття, яким позначають матеріали, що використовуються як джерело енергії та використовують для двигунів внутрішнього згорання; мастило – пластичний матеріал, що являє собою структуровану загусником оливу, застосовану для зменшення тертя, консервації виробів та герметизації ущільень. Водночас ПММ – це автомобільний бензин, дизельне паливо, масла й мастила [3].

Для обліку ПММ Планом рахунків передбачено субрахунок 203 «Паливо», де за дебетом відображається надходження палива на підприємство, а за кредитом – його витрачання на виробництво, відпуск (передача) на сторону, уцінка тощо. Аналітичний облік ведеться виходячи з потреб підприємства за видами палива, місцями його зберігання, а також за



матеріально відповідальними особами – водіями автотранспорту та сільгосптехніки. Для цього на субрахунку 203 можуть відкривати субрахунки другого порядку, зокрема:

- 203.1 «ПММ на складі»;
- 203.2 «ПММ на АЗС (талони, смарт-картки, відомості тощо)»;
- 203.3 «Паливо в баку автомобілів» тощо.
- За потреби відкривають рахунки і третього порядку: 203.3.1 «ПММ у баку BMW-X5 д.н. АА 7777 АА»; 203.3.2 «ПММ у КАМАЗ 45142 д.н. АА 2547 ТВ».

Розрізняють наступні способи придбання ПММ: оптом за безготівковим розрахунком; у роздріб через АЗС (за готівковий розрахунок і платіжними картками; за відомостями на відпуск нафтопродуктів; за талонами, форму, зміст та ступінь захисту яких установлює АЗС – їх емітент; із застосуванням паливних карток, тобто смарт-карток). Оплата за придбане паливо може бути як готівкою, отриманою під звіт, так і корпоративною платіжною картою. Видача готівки під звіт оформляється: видатковим касовим ордером та записом у касовій книзі.

Продаж пального на АЗС здійснюється за відомостями на підставі договорів (п.10 Правил № 1442). Відпуск нафтопродуктів відображається у Відомості на відпуск нафтопродуктів за формою № 16-НП (додаток 16 до Інструкції № 281). Кількість відпущених ПММ фіксується у відомості, яка ведеться безпосередньо на АЗС, що підтверджується підписами оператора АЗС та водія. Обов'язковими елементами талона є його серійний і порядковий номери. Строк дії талонів фіксується у договорах постачання та на самих талонах, якщо договором не передбачено повернення не отоварених у строк талонів (або їх обмін на нові), то покупець має закуповувати їх у кількості, що не перевищує потребу в пальному на період дії талонів.

Залежно від умов договору смарт-картки можуть перейти у власність покупця або залишитися за емітентом – постачальником нафтопродуктів [2]. У разі якщо смарт-картка переходить у власність покупця, вона

відображається (за вартість самої картки, зазначеної у документах від постачальника): на рахунку 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети», якщо строк служби такої картки не перевищує одного року не залежно від її вартості; на субрахунку 112 «Малоцінні необоротні матеріальні активи», якщо строк служби картки – понад один рік.

### Література

1. Канцедал Н. А. Адитивний і процедурний підходи як способи пізнання у методології наукових досліджень обліку [Електронний ресурс] / Н. А. Канцедал // «Облік і фінанси». – 2016. – №1 (71). – С. 27-31. Режим доступу до журн.: <http://www.afj.org.ua/ua/article/346>.
2. Наумов С. Придбання ПММ : способи, документування, облік / С. Наумов // «БАЛАНС-АГРО». – 2017. – № 40. – С. 11–20.
3. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2 груд. 2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page15>.

**Косухіна Л.І.**, асистент

**Лебедченко В.В.**, ст.викладач

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

## ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

На державному рівні в рішенні проблеми економічної безпеки зроблені певні кроки: розроблена Стратегія економічної безпеки України, створений Закон України «Про основи національної безпеки України», виконані дослідження окремих аспектів економічної безпеки держави. У той же час теоретичні і методологічні аспекти економічної безпеки в окремих

державних сферах в українській економічній науці мало розроблені. У цьому зв'язку виникає нагальна потреба в науковій і практичній розробці даної проблеми, підготовці рекомендацій по забезпеченню економічної безпеки у перспективі.

Економічна безпека держави – це стан рівноваги і соціально-орієнтованого розвитку національної економічної системи, що досягається реалізацією сукупності форм і методів економічної політики. З точки зору національної економіки економічна безпека описує такий її стан, за якого забезпечується захист національних інтересів, стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, здатність до розвитку та захищеність життєво важливих інтересів людей, суспільства, держави.

Економічна безпека держави виступає як сукупність економічних, соціальних, демографічних, екологічних, технологічних, науково-інформаційних відносин.

Специфіка економічної безпеки держави як економічної категорії полягає в тому, що вона постійно відображає рівень ефективності функціонування усіх її структурних елементів, що дає змогу вчасно виявити загрози і запобігти небезпеці заподіяння збитків державі, економічній системі та національним економічним інтересам з метою забезпечення їх стабільного розвитку і зростання.

Соціально-економічні трансформації в економіці України відбуваються одночасно з руйнацією теоретичної платформи, на якій будувалась вся система виробничих відносин централізованої планово-адміністративної економіки. За відсутності нових науково обґрунтованих теорій і концепцій, що вивірені практикою і відповідають сучасним умовам господарювання, вітчизняні підприємства змушені гнучко адаптуватись до нестабільного соціально-економічного середовища та оперативно знаходити адекватні рішення нетрадиційних складних проблем. Існуюча законодавча база не сприяє розвитку вітчизняного виробництва. Труднощі економічного

характеру набули таких масштабів і глибини, що економіка України опинилась у кризовому стані.

Напрями реагування державної політики на загрози можна розділити на:

- а) в політичній сфері та сфері державної безпеки;
- б) в економіко-правовій сфері;
- в) у соціальній та науково-технічній сфері;
- г) в екологічній сфері.

Таким чином, на основі аналізу проблем забезпечення національної економічної безпеки для певного періоду повинні визначатися [1]:

1) роль і місце України в міжнародному економічному просторі (її економічний суверенітет, головні тенденції та перспективи сучасного внутрішньо та зовнішньоекономічного розвитку, обґрунтування зовнішньоекономічного статусу);

2) сфери діяльності, на які розповсюджуються життєво важливі економічні інтереси особи, суспільства і держави;

3) національні економічні інтереси, цілі та пріоритети держави стосовно сфер їх розповсюдження;

4) характер наявних та потенційних загроз для національних економічних інтересів за сферами діяльності;

5) можливості запобігання або нейтралізації цих загроз;

6) варіанти заходів (засобів та форми протидії загрозам) забезпечення національної економічної безпеки держави;

7) адекватний процес діяльності держави та механізм реалізації національної економічної безпеки України.

Тобто, забезпечення економічної безпеки України вимагає передусім зміцнення державної влади, підвищення довіри до її інститутів, а також раціоналізації механізмів вироблення рішень і формування економічної політики. Економічна безпека досягається здійсненням єдиної державної політики, узгодженої, збалансованої, скоординованої системою заходів,

адекватних внутрішнім та зовнішнім загрозам [2]. Без вироблення єдиної державної політики забезпечення економічної безпеки неможливо домогтися виходу з кризи, стабілізувати економічну ситуацію в Україні, створити ефективні механізми соціального захисту населення.

### Література

1. Лебедченко В. В., Забезпечення економічної безпеки держави: Монографія / під заг. ред. В. В. Лебедченко. – Харків: ПВПП «Слово», 2014. – 168с.
2. Гіндес А.В., Державна політика формування системи забезпечення економічної безпеки національної економіки України // А.В. Гіндес // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - № 21 – С.134-136.
3. Ніколаєнко Ю. В., Сутність та необхідність регулювання економічної безпеки національної економіки [Текст] / Ю. В.Ніколаєнко, Т. А. Шишлов // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 10, частина 2. – С. 44 – 47.

**Пономаренко О.Г.**, к.е.н., доцент  
кафедри бухгалтерського обліку,

**Криворучко А.Є.**, здобувач СВО «Бакалавр»  
Полтавська державна аграрна академія

### СУЧАСНИЙ СТАН ВЕКСЕЛЬНИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

В умовах кризи неплатежів засобами прискорення розрахунків є інструменти відстрочки платежу, серед яких істотну питому вагу займають вексельні операції. Серед переваг такої форми розрахунків науковці виокремлюють:

1. Використання векселів для оформлення комерційного кредиту є найбільш надійним джерелом застосування обортових коштів. Інші джерела

фінансових ресурсів, такі як банківські кредити та бюджетні дотації не дозволяють сформувати довгострокові проекти.

2. Дієвість та ефективність вексельних програм. Вексельні програми – комплекс операцій з вексями на вибір суб'єкта господарювання, які здійснюються систематично і забезпечують оперативне вирішення поточних фінансових проблем. Вексельні програми можуть реалізовувати різні суб'єкти господарювання: великі та середні підприємства і компанії, муніципалітети та регіональні органи виконавчої влади.

3. Векселі також застосовуються для покриття взаємної заборгованості суб'єктів підприємницької діяльності, що значно прискорює здійснення фінансових операцій та полегшує процедуру розрахунків між контрагентами.

4. Важливе значення вексельної форми розрахунків у зовнішньоекономічній діяльності підприємств. Так, відповідно до статті 9 Закону України «Про обіг векселів в Україні» визначено використання векселів у іноземній та національній валюті для розрахунків з нерезидентами за зовнішньоекономічними договорами (контрактами). Це суттєво прискорює розрахунки з іноземними партнерами та збільшує міжнародний товарообіг [1, с. 939].

Серед недоліків вексельних операцій, що гальмує ширину спектру їх використання, є: регіональна замкнутість вексельних розрахунків, технологічна неліквідність векселів, слабе регулювання вексельного ринку зі сторони держави, різночитання нормативних актів [2, с. 19].

Сьогодні в Україні не створено єдиного державного реєстру векселів, що негативно відбивається на практиці їх застосування. Також можна говорити про існування негативного іміджу векселів в силу існуючих прецедентів застосування фіктивних фірм у вексельних розрахунках. Для подолання даної проблеми необхідним є посилення державного контролю за системою вексельних розрахунків.

Суттєві проблеми виникають в сфері судової практики даної категорії справ. Спори про дійсність вексельного зобов'язання все частіше стають

предметом судового розгляду. Поряд з цим, судам доводиться також вирішувати питання про стягнення заборгованості за векселями. Уніфікація вексельного права та судової практики сприятиме ефективному досудовому та судовому захисту порушених прав та законних інтересів учасників вексельних відносин.

На сучасному етапі розвитку вітчизняного законодавства існують значні проблеми в розробці механізмів притягнення осіб до відповідальності за порушення вексельного права. Вирішення цього питання має важливе значення, оскільки поширення вексельного обігу неможливе без наявності механізму захистів інтересів кредиторів та підвищення надійності і довіри до векселедавців. Все це викликано незначним досвідом України в сфері обігу векселів.

Окремою проблемою виступає відсутність належної кількості спеціалістів в даній сфері. Подальше вивчення та вдосконалення механізмів вексельних розрахунків сприятиме оптимізації та ефективності їх використання. В свою чергу від цього залежить прискорення системи розрахунків в цілому [1, с.939].

Також гальмує розвиток вексельних розрахунків операційна недосконалість нормативного забезпечення, наявність різночитань. Тільки стосовно трактування основних дефініцій у процесі дослідження налічено 27 варіантів визначення. Нормативні протиріччя переважно стосуються сфери оподаткування, де скупі формулювання законів ставлять у безвихідь навіть дуже досвідчених бухгалтерів-практиків і фахівців з оподаткування. Це, у свою чергу, дає велике поле для роз'яснень податкових органів, що за останні декілька років неодноразово змінювали свою позицію з ключових проблем оподаткування вексельних операцій.

В нових кризових економічних умовах розвиток економіки потребує великої кількості ресурсів, тому варто скористатися можливостями вексельних розрахунків, зокрема, для розвитку середнього та малого бізнесу в Україні. Невиконання виконавчими органами рішень Президента України,

Верховної Ради України, та норм Законів України щодо вдосконалення національного законодавства, що регулює вексельний обіг, та недостатній рівень обізнаності учасників вексельного обігу також не сприяють розвитку цивілізованого вексельного обігу в Україні [3, с. 219-221], тому першочерговим є удосконалення нормативного забезпечення та запровадження кращих зразків цивілізованого зарубіжного досвіду практики вексельних розрахунків.

### Література

1. Манівчук В. Д. Перспективи розвитку вексельного обігу в Україні / В. Д. Манівчук // Молодий вчений. – 2017. – № 11 – С. 937-940.
2. Шевченко А. Ф. Виникнення, становлення та розвиток вексельного ринку в Україні / А. Ф. Шевченко, О. М. Шевченко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2011. – № 2. – С. 18–22.
3. Харун О. А. Перспективи розвитку вексельного обігу в Україні / О. А. Харун, О. В. Дубицька // Молодий вчений. – 2017. – № 6. – С. 518-522.

**Лебедченко В.В.**, ст.викладач

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Світовий досвід і практика економічних перетворень свідчать про те, що формування національних інтересів, серед яких національна економічна займає головне місце, являє собою не складний багатofакторний, але й безперервний процес. Тому не існує безпомилкових критеріїв істинності того чи іншого розуміння інтересу. Концепція національних економічних



інтересів потребує постійного перегляду та і самі інтереси модифікуються разом із зміною внутрішніх та зовнішніх факторів розвитку економіки [1]. Отже, проблема національної економічної безпеки виникає разом з формуванням державності, становленням національних інтересів взагалі та економічних інтересів зокрема.

В загальних рисах стратегію забезпечення національної економічної безпеки України можна подати наступною схемою.



Рис. 1. Основні складові функціонування безпекового механізму в державі

В глобальному сенсі система національної безпеки покликана забезпечувати збереження народу України. Її необхідність проявляється в підтримці існування держави як інституту і належного розвитку суспільства. При цьому економічна безпека як одна з найголовніших складових системи національної безпеки передбачає забезпечення правильної роботи всього соціально-економічного механізму в державі, наслідком чого є вільний і закономірний розвиток країни в цілому і кожного її громадянина окремо.

Часто введення нових державних програм і перетворення перехідного періоду не набувають належних сили і прискорення в нашій країні. Це гальмує темпи економічного розвитку. Але гальмування темпів економічного росту пояснюється не тільки цими причинами. Однією з соціально-ідеологічних причин є нерозуміння (чи недостатнє сприйняття) важливості ринкових перетворень для молоді, перспективної, але потребуючої вирішення багатьох питань і проблем країни. Появі необґрунтованих економічних рішень сприяє незнання внутрішньої будови ринкової системи та поточного її стану.

Власне, економічна безпека значною мірою досягається за рахунок створення інститутами влади ефективних механізмів захисту та реалізації національних економічних інтересів, пов'язаних із розвитком соціально орієнтованої національної економіки, забезпеченням соціально-політичної стабільності, консолідацією нації тощо [2].

Для розробки економічної стратегії держави повинна бути створена комплексна система, що включає в себе послідовність певних етапів.

Основні напрями розробки стратегії забезпечення економічної безпеки держави [1]:

1. Аналіз економічної ситуації в Україні:

- збір статистичних даних за останні роки та визначення тренду і тенденцій росту чи спаду числових показників;
- моніторинг економічної ситуації в державі;
- зіставлення та порівняльний аналіз найбільш важливих для держави підприємств державної та приватної власності;
- порівняння економічного розвитку України з країнами, подібними до нашої за державним устроєм, співвідношенням площі та кількості населення, напрямками проведення економічної політики (прикладом можуть бути країни колишнього соціалістичного блоку, що, подібно Україні, мали рівні умови при створенні і впровадженні ринкової системи функціонування держави).

## 2. Визначення напрямків діяльності:

- розробка цілей стратегії, аналіз можливостей всіх виробничих потужностей країни, детальне визначення всіх задач та послідовності їх виконання;

- визначення кінцевого результату, що має бути досягнутий.

## 3. Створення відповідних органів та призначення посадових осіб, що відповідальні за виконання планів та програм, а також нагляд за послідовністю та своєчасністю їх виконання

## 4. Висновки щодо використання нововведень:

- аналіз кінцевого результату порівняння планових і фактичних показників;

- аналіз доцільності проведення вищезазначених заходів шляхом співставлення (у кількісних показниках) становища до і після їх впровадження.

Таким чином, економічні програми, механізми та заходи створюються не тільки для забезпечення нормальних умов розвитку суб'єктів господарювання та покращення соціально-економічних умов життя громадян, але й сприяють економічному прогресу (такому, що не має негативної побічної дії), а отже, і забезпеченню економічної безпеки держави.

## Література

1. Лебедченко В. В., Забезпечення економічної безпеки держави: Монографія / під заг. ред. В. В. Лебедченко. – Харків: ПВПП «Слово», 2014. – 168с.

2. Гіндес А.В., Державна політика формування системи забезпечення економічної безпеки національної економіки України // А.В. Гіндес // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - № 21 – С.134-136.

**Лупеха І.М.**, молодший науковий співробітник  
Національний науковий центр «Інститут землеробства  
Національної академії аграрних наук України»

## **ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Нині для підвищення ефективності управління підприємством активно застосовуються інформаційні технології. Впровадження ІТ є тим інструментом, що дозволить підвищити ефективність виробництва. Основою створення конкурентоспроможної продукції є використання ІТ на всіх етапах життєвого циклу товару. Це дозволяє підвищити якість продукції, знизити її вартість, витрати на розробку і виробництво, зменшити терміни виходу на ринок [1, 254].

У сучасному суспільстві інформаційні технології застосовуються в управлінні організаціями усіх типів, діють у всіх сферах суспільного виробництва. Найбільш виразно і чітко переваги інформаційних технологій управління видно в практиці комерційних організацій [2].

Інформаційна технологія – комплекс взаємопов'язаних наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей, зайнятих обробкою і зберіганням інформації; обчислювальна техніка і методи організації і взаємодії з людьми і виробничим устаткуванням, практичні додатки, а також пов'язані з усім цим соціальні, економічні і культурні проблеми.

Сучасні інформаційні технології, які базуються на професійному використанні інформаційного ресурсу, дають змогу менеджерам ефективно діяти, мінімізуючи ризик.

На практиці можуть застосовуватися такі види інформаційно-управлінських технологій в залежності від поставлених управлінських завдань:

– зберігаючи – передають інформацію від відправника до адресата, не відповідаючи за суть інформації, що передається, та її використання адресатом;

– раціоналізуючі – відповідають за використання інформації;

– творчі – «виробляють» нові знання, їх передають, використовують для вдосконалення ланки управління;

професійні – мають навички з підготовки інформації.

Основними принципами використання інформаційних технологій управління є наступні [3]:

1. Принцип оперативного керування (керування в реальному часі).

2. Принцип наскрізного управління (інформаційна підтримка повного циклу управління, включаючи збір і аналіз інформації про стан об'єкта управління, моделювання і прогнозування його стану, планування керуючих впливів, безпосередня підтримка прийняття рішень щодо їх реалізації, доведення рішень до виконавців, контроль виконання).

3. Принцип адаптивного управління, що забезпечує динамічну адаптацію технології управління з урахуванням зміни впливу зовнішнього і внутрішнього середовища.

4. Принцип мережевого управління, що дозволяє реалізувати взаємодію «вертикальних» і «горизонтальних» ліній комунікації та потоків діяльності підприємства.

До основних функцій сучасних інформаційних технологій управління підприємствами відноситься: пошук, збір, обробка, зберігання даних, вироблення нової інформації, вирішення тих чи інших оптимізаційних задач.

На сьогодні відомі такі проблеми впровадження інформаційних технологій (ІТ) у практику вітчизняних підприємств:

– безперервне збільшення обсягу технологічних пропозицій, що потребують великих інвестицій;

– зміна ролі ІТ у господарській діяльності багатьох підприємств;

– зростання витрат у сфері ІТ.

Для вирішення проблем застосування ІТ в управлінні підприємства доцільно розробити такі шляхи їх подолання:

- розвиток інформаційного сектору України та формування інтелектуальних ресурсів;
- стимулювання до активного фінансування галузі ІТ;
- зростання кількості управлінських рішень, що піддаються автоматизації;
- підвищення кваліфікації кадрів на підприємстві з метою вдосконалення їх компетентності та збільшення довіри до сучасних ІТ;
- забезпечення роботи підрозділів підприємства в єдиному інформаційному середовищі;
- можливість поетапного впровадження ІТ з метою оцінювання та контролю, економії ресурсів;
- розробка програмних продуктів, суміжних з діяльністю підприємства.

Подальші дослідження в даному напрямку повинні бути спрямовані на створення універсальної моделі ІТ, яка дозволить значно підвищити ефективність управління ЛС підприємства.

### Література

1. Кривов'язюк І.В., Кулик Ю.М. Проблеми застосування інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства / І.В. Кривов'язюк, Ю.М. Кулик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №12(150). – С. 254-262.
2. Інформаційні технології. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://studme.com.ua/116307136546/menedzhment/informatsionnye\\_tehnologii.html](https://studme.com.ua/116307136546/menedzhment/informatsionnye_tehnologii.html). – Назва з екрана (дата звернення 12.03.2018 р.).
3. Роль інформаційних технологій в управлінні підприємством. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/15940328/menedzhment/rol\\_informatsiynih\\_tehnologiy\\_upravlinni\\_pidpriyemstvom](http://pidruchniki.com/15940328/menedzhment/rol_informatsiynih_tehnologiy_upravlinni_pidpriyemstvom). – Назва з екрана (дата звернення 12.03.2018 р.).

**Мишустина Т.С.,** к.е.н., доц.

**Тесленко Ю.Ю.,** студент

ВУЗ «Университет имени Альфреда Нобеля»

## **ХАРАКТЕРИСТИКА СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННО- ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ (ППТН)**

Спрос на ППТН носит производный (вторичный) характер. Производным (вторичным) он является потому, что возникает не сам по себе, а вследствие спроса на потребительские товары и услуги, для изготовления или оказания которых требуется ППТН. Например, благоприятная конъюнктура на оборудование для строительства коттеджей (мини-заводы) связана с наличием спроса на загородные коттеджи.

В общем случае можно констатировать, что спрос на ППТН зависит от общего ритма деловой жизни (состояния экономики страны) и уровня материально-производственных запасов продукции, сырья и материалов.

Обычно прогнозы охватывают 3-10-летний период, но иногда до 40 лет.

Производители промежуточных товаров, чьи товары сохраняют свое лицо в промежуточных изделиях, вынуждены весьма придирчиво подбирать клиентуру, так как их престиж и репутация товаров могут пострадать от ассоциации с товаром низкого качества.

Вторичный характер спроса на ППТН предопределяет важность финансовых соображений при их закупке. Эти соображения особенно важны на рынке промышленного оборудования. Объясняется это тем, что приобретение оборудования непосредственно сказывается на прибыли фирм, а иногда и на их финансовом положении.

Таким образом, поставщики ППТН должны быть готовы вести анализ возможного воздействия покупки их товаров на прибыль и финансовое положение фирм-покупателей. Они должны готовить сотрудников своей

службы сбыта для обсуждения этих вопросов с потенциальными покупателями, в ходе которого должны использоваться данные проделанного поставщиком технико-экономического анализа. Рынки ППТН также, как и рынки ТНП имеют свои сезонные всплески спроса. Так, для большинства видов ППТН сезонный подъем спроса начинается весной.

Сезонность спроса также проявляется на производителях оборудования. Общая стагнация на рынке оборудования вынуждает отечественные станко-торговые фирмы искать новые, нетрадиционные формы продаж. Используется рассрочка платежа, сдача оборудования в аренду с возвратом (прокат), долгосрочная аренда с правом выкупа (лизинг), инвестирование в производство оборудования или его расширение посредством выпуска ценных бумаг (акций, векселей), бартер.

При изучении спроса на ППТН изучается покупатель этой продукции, его потребности, предпочтения, привычки и особенности. Так как закупка ППТН связана с вложениями значительных средств, то наиболее важным моментом в изучении потенциального покупателя является его платежеспособность.

На промышленных рынках в большинстве случаев спрос неэластичен. Это относится как к рынкам ППТН, так и к рынкам ТНП. Покупающие фирмы очень осторожно относятся к товару, продаваемому по низкой цене.

Предложение товара по более низкой цене одним из поставщиков скорее всего увеличит объемы его сбыта по сравнению с конкурентами. Поэтому часто западные компании, выходя на новые рынки, устанавливают цены на свой товар ниже по сравнению с конкурентами. Низкие цены в совокупности со льготными условиями платежа чаще всего способствуют закреплению нового товара на новом рынке. Спрос на ППТН также может быть сильно эластичным в случае, если покупаемые товары полностью входят в готовое изделие, а значит в его себестоимость.



**Мишустина Т.С.**, к.э.н., доц.

**Зонова А.Е.**, студентка

ВУЗ «Университет имени Альфреда Нобеля»

## **СОЗДАНИЕ УТП ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ АНГАРОВ**

В наше время у многих руководителей промышленных предприятий до сих пор существует устаревшее представление, что маркетинговые исследования в их предметной области слабо связаны с конкурентоспособностью производимой им продукции. В реальности же для обеспечения конкурентоспособности очень важно выделяться, и промышленным производителям в том числе.

УТП позволяет обычный товар, который мало чем отличается от аналогов у конкурентов, сделать «уникальным». Продукт позиционируется таким образом, чтобы клиент понимал, что он получит что-то отличное от предложений конкурентов, и в результате, решит свою проблему.

Создадим УТП для промышленного предприятия, которое производит бескаркасные арочные ангары в Украине.

Первый этап – сбор информации. С помощью метода кабинетного сбора информации проанализируем нишу бескаркасных арочных ангаров в Украине:

Самые частые варианты позиционирования: цена, сроки, скорость, опыт на рынке, гарантии.

Основные конкуренты: «Ангар», «Интерсталь», «Арочник», «Холстрой».

Минусы сайтов: много воды, неструктурированная информация, избыток информации, некачественные фото, нет собственного дизайна (хотя бы по цветовой гамме).

Целевая аудитория – производственные предприятия Украины.

Основной упор при формировании УТП вышеперечисленные компании делают на то, что продают сами ангара, а не пользу, которую они могут принести потенциальному клиенту.

Второй этап. Анализируем компанию производителя – «Нео». В стандартном буклете и на сайте компании говорится о том, что постройка осуществляется за 2 недели. Запутанно излагаются преимущества компании и предлагаются варианты применения ангара. В целом, стандартное предложение, которое затерялось на рынке. Но тщательный анализ информации помог выявить сокращение «БАЗиС – Бескаркасные Арочные Здания и Строения». Такое сокращение, наряду с достаточно быстрым сроком постройки, можно использовать для создания УТП.

Третий этап – разработка УТП. На основе вышеуказанных данных и после анализа актуальности выгод с помощью исследования статистики поисковых запросов было создано УТП компании, которое можно изложить в следующих тезисах:

Ангара БАЗиС - Бескаркасные Арочные Здания и Строения в Украине от компании Нео.

Нео – новые технологии бизнеса. Построим надежный БАЗиС для Вашего бизнеса за 2 недели. Учтем все пожелания при постройке ангара.

БАЗиС – это: Надежность, Вместимость, Экономия, Сроки – всего 2 недели, Многофункциональность.

Таким образом, главная фраза – «Построим надежный БАЗиС для Вашего бизнеса за 2 недели».

Четвертый этап – тестирование УТП. На основе УТП создается эскиз лендинга, который после его запуска в сеть Интернет в результате тщательной обработки и «дожима» клиентов принес за 2 месяца приблизительно 46% дополнительных продаж.

**Єрмолаєва М. В.**, к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

**Панченко І. Г.**, студентка напряму підготовки «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ СУБ'ЄКТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА І ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ СКЛАДАННЯ ЗА 2017 РІК**

Інформація про фінансовий стан підприємства та результати його діяльності наводиться у річній фінансовій звітності, яка є обов'язковою для всіх суб'єктів господарювання. Але існують деякі особливості її складання залежно від розміру підприємства. Суб'єкти малого бізнесу складають звітність орієнтуючись на П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», а великі підприємства складають її відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Суб'єктами малого підприємництва згідно ч.5 ст.55 Господарського кодексу України вважають підприємства, в яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом НБУ [1].

Відповідно до законодавства великі підприємства складають 5 форм звітності форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»; форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)» або форма № 3-н «Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)»; форма № 4 «Звіт про власний капітал»; форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності» [2].

Малі суб'єкти господарювання складають 2 форми звітності відповідно до П(С)БО 25, форма № 1-м «Баланс»; форма № 2-м «Звіт про фінансові результати» або ж форма № 1-мс «Баланс» та форма № 2-мс «Звіт про фінансові результати» [3].

Баланс ф. № 1-м відрізняється від Балансу ф. № 1 скороченням окремих статей. Це обумовлено тим, що його пристосовано під Спрощений План рахунків, а тому він має менше реквізитів, дані в яких більш узагальнені. При цьому коди рядків збережені.

Великі підприємства розкривають інформацію про рахунки 10, 11 та 12 на різних балансових статтях, тоді як малі об'єднують всю інформацію про ці рахунки на одному коді Балансу.

Суб'єкти малого підприємництва дебіторську заборгованість за товари, роботи та послуги відображають за кодом 1125 на підставі даних рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» та сальдо по синтетичних рахунках 34, 37 та 38, на відміну від великих підприємств, які інформацію про розрахунки з дебіторами наводять в Балансі окремо.

Звіт про фінансові результати за спрощеною формою ф. № 2-м, на відміну від Звіту про фінансові результати ф. №2, представлено тільки одним розділом, і має меншу кількість кодів рядків.

На жаль у попередньому році, так і не вирішено на нормативному рівні питання з наданням скороченої фінансової звітності неприбутковими організаціями. Відповідно до ч. 3 ст. 11 Закону № 996 неприбутковим підприємствам, установам та організаціям слід подавати скорочену фінансову звітність у складі Балансу і Звіту про фінансові результати [4]. Проте до П(С)БО 25 відповідні зміни не внесені. На сьогодні питання щодо подання фінансової звітності неприбутковими організаціями залишається відкритим. Що ж стосується «малих» неприбуткових підприємств, то вони можуть складати Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва або Спрощений фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва

Суб'єкти малого підприємництва, які мають право на застосування спрощеного бухгалтерського обліку доходів і витрат, можуть:

- обліковувати необоротні активи тільки за первісною вартістю без урахування зменшення корисності та переоцінки до справедливої вартості;

- не створювати забезпечення наступних витрат і платежів, а визнавати відповідні витрати у періоді їх фактичного виникнення;
- поточну дебіторську заборгованість включати до підсумку балансу за її фактичною сумою.

Таким чином, особливістю складання малими підприємствами фінансового звіту є те, що вони складають лише дві його форми, в той час як великі підприємства складають п'ять форм звіту. При їх складанні керуються різними положеннями малі суб'єкти господарювання П(С)БО 25, а великі підприємства НП(С)БО 1.

Перспективним напрямом, що потребує подальших наукових досліджень та пошуку нових рішень є: підвищення інформативності обліку фінансової звітності для забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень; створення механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором для ефективного розвитку малого підприємництва в Україні та узгодження нормативної бази.

### Література

1. Господарський кодекс України від 07.03.2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/436-15/page>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 01 січня 2018 р. № 996 XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

**Петрик В.Л.**, к.т.н, доцент

Національний аерокосмічний університет

ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Від ефективності діяльності підприємств будівельної галузі залежить рівень розвитку економіки держави, оскільки вони є основними споживачами будівельних матеріалів, продуктів банківського кредитування, створюють нові виробничі площі та робочі місця. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність розгляду основних тенденцій розвитку будівельної галузі України та шляхів виходу будівельних підприємств з кризового стану.

В умовах ринкової економіки головним мотивом діяльності будь-якого підприємства, в тому числі будівельного, є максимізація його фінансових результатів, втілених в прибутку. Однак реальні можливості досягнення цієї мети обмежені витратами виробництва та попитом на вироблену продукцію. Оскільки обсяг витрат суттєво впливає на формування фінансових результатів, ефективність управління ними в значній мірі визначає, наскільки успішною буде фінансово-господарська діяльність підприємства будівельної галузі. Саме тому пошук шляхів зниження витрат виробництва в сучасних умовах слід розглядати як фактор підвищення прибутковості та ефективності роботи будівельних підприємств.

Підприємства будівельної галузі так само, як і всі комерційні підприємства, в своїй діяльності орієнтовані на отримання максимального прибутку. Однак в умовах ринкових відносин не менш важливо закріпитися на ринку в якості конкурентоспроможної організації, у якій буде досить надійна репутація і яка зуміє знайти гідних партнерів і підвищити потенціал. Для цього необхідна розробка мало витратних і високорентабельних заходів, а адже практично на кожному підприємстві будівельної галузі є резерви для

зниження витрат до раціонального рівня, виявлення яких дозволить домогтися підвищення економічної ефективності діяльності будівельного підприємства і його конкурентоспроможності.

Оскільки підприємницький ризик в будівництві значно вище, ніж в інших галузях економіки, будівельні підприємства значно завищують рентабельність на продукцію, тим самим сприяють підвищенню вартості будівництва.

Зараз в будівельному комплексі України актуальною проблемою є поєднання теоретичних аспектів з вирішенням практичних завдань при аналізі виробничих і економічних ситуацій на будівельних підприємствах, з використанням нових сучасних технологій.

В умовах обмеження фінансових можливостей і для залучення інвесторів будівельним підприємствам необхідно змінювати стратегію і тактику при формуванні проектних портфелів і обґрунтуванні ціни на будівельну продукцію. Майже половина зниження вартості нового житла залежить від будівельної організації, інша – від рішень законодавчих і муніципальних органів. Зниження собівартості житла можливо за рахунок застосування нових організаційних і технологічних методів ведення будівництва, наприклад, впровадження сучасних технологій будівництва; розробки детального аналізу фактичних витрат по всіх структурних складових собівартості будівельно-монтажних робіт.

Можна виділити наступні ключові негативні фактори в будівельній галузі, пов'язані зі зниженням реалізованої продукції, обсягом інвестицій в будівництво, введення в експлуатацію житла, валового прибутку будівництва. Ці проблеми зумовлюються такими негативними тенденціями: низька рентабельність будівельної продукції; збільшення частки збиткових підприємств; низький зріст оплати праці; збільшення зносу основних засобів (про що свідчить зниження показника основних засобів по будівельній галузі). Дані тенденції свідчать про те, що до сих пір відчувається вплив фінансово-економічної кризи на будівництво.

З метою виявлення резервів зниження фактичних витрат, аналіз складових собівартості необхідно проводити на всіх етапах будівництва.

Будівельним підприємствам необхідно будувати ефективні взаємини з такими суб'єктами, як банки, науково-дослідні центри, транспортно-логістичні та страхові компанії, інформаційні органи та ін. підприємства. Особливістю підприємств будівельної галузі є те, що вони дуже чутливі до факторів макроекономічного середовища. Саме тому, основним завданням для забезпечення ефективності функціонування будівництва в цілому є мінімізація негативного впливу зовнішнього середовища за допомогою стратегічного управління.

До заходів, які дозволять підвищити ефективність діяльності підприємств будівельної галузі, можна віднести наступні:

- реконструкцію та модернізацію технічної бази, збільшення частки механізації та автоматизації технологічних процесів;
- збільшення інвестицій в будівельний комплекс, зокрема в будівництво;
- впровадження нових технологій, які дозволяють випускати якіснішу вітчизняну продукцію і виробляти нові будівельні матеріали;
- зниження собівартості готової продукції шляхом вдосконалення організації виробництва, зведення до мінімуму нераціональних витрат за допомогою реструктуризації будівельного комплексу;
- оптимізація виробничого процесу;
- злагоджена робота персоналу і підвищення його кваліфікації;
- збільшення рівня продуктивності праці;
- скорочення витрат на виробництво за рахунок економічного використання сировини, палива, матеріалів, електроенергії, обладнання.

В умовах жорсткої конкуренції на ринку будівельних робіт і послуг тільки оперативне прийняття виробничо-управлінських рішень, гнучкість і швидка адаптація до зовнішніх і внутрішніх змін дозволяють будівельній організації сподіватися на своє благополучне становище. Швидкість



адаптації, в свою чергу, буде залежати від оперативності та повноти проведення відповідної діагностики виробничої діяльності будівельної організації.

**Подаков Є.С.,** к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний Університет»

## **ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

В сьогоденних умовах трансформації економіки розвиток сучасного виробництва повинен цілком базуватися на нових рішеннях в царині технологій, організаційних форм та економічних методів господарювання, тобто на різноманітних нововведеннях.

Економічна сутність інноваційної діяльності складається з того, що інновація - це фактор економічного росту, спосіб і стимул розвитку підприємництва. Розвиток та вдосконалення інноваційного процесу вимагає застосування комплексного системного підходу, сенс якого полягає у розгляді інноваційної діяльності як самостійної системи, кінцева ціль якої - забезпечення довгострокового функціонування суб'єкта господарювання, його фінансової міцності та стійкості в конкурентному середовищі. Для досягнення поставленої цілі необхідна розробка економічного механізму контролінгу, що сприяє підвищенню ефективності інноваційних процесів і створенню конкурентоспроможної інноваційної продукції. Необхідною умовою досягнення високої ефективності, як відомо, є оцінка обсягів витрачених коштів та отриманих результатів. Тому і виникає необхідність створення обґрунтованої системи управління витратами, яка повинна базуватися на взаємозв'язку всіх функцій управління та охоплювати всі стадії інноваційного циклу у всіх підрозділах, задіяних в цьому процесі.

Одним з напрямків удосконалення системи управління витратами є розробка та впровадження на підприємстві системи контролінгу. На практиці найчастіше інструменти контролінгу або не використовуються взагалі, або використовуються частково (для вирішення вузьких питань), що негативно впливає на рівень ефективності господарських рішень.

Витрати на нову розробку найчастіше обумовлені виключно рішеннями менеджменту. Тому й існує складність контролю цих витрат при визначенні ефективності інноваційної діяльності в силу особливого їх характеру. Але оцінку прийнятим на підприємстві системі і методології обліку витрат варто давати з позиції їхньої відповідності чи невідповідності прийнятої стратегії. Управління ж витратами у межах концепції контролінгу здійснюється шляхом спільної реалізації сукупності функцій управління. Для реалізації цих функцій у сучасній економічній науці використовують різноманітні методи.

Для контролінгу інноваційної діяльності підприємства такий вибір методу вкрай як необхідний, тому що саме через правильно підібрані методи врахування витрат на всіх етапах життєвого циклу нового виробу і обумовлюється ефективність подальшого його комерційного успіху. Методи, що використовують, різні, мають різний ступінь вивченості та застосування, тому існує необхідність визначити доцільність їх використання на різних етапах життєвого циклу продукту.

Функціональний підхід, з позиції якого діяльність підприємства розглядається як реалізація сукупності його загальних функцій, затратний характер їхньої реалізації, а також залежність результатів реалізації цих функцій від ситуації, дають підстави запропонувати для дослідження інноваційної діяльності підприємства використання функціонально-вартісного аналізу (ФВА), як ще одного з важливих методів управління витратами.

Відповідно до поширеного визначення під функціонально-вартісним аналізом розуміють "...метод системного дослідження функцій ... структури,

спрямований на мінімізацію витрат...". В українській науковій літературі питання теорії, технології застосування, організації та управління роботами ФВА в останні роки розробляли недостатньо. Втрату наукового інтересу до ФВА, відсутність активних спроб розвитку цього методу, пристосування його до сучасних вимог і умов, мабуть, можна пояснити складністю ситуації, у якій опинилися українські підприємства, скороченням обсягів робіт з розроблення і впровадження технічних нововведень, що і були основним об'єктом ФВА.

Досвід використання ФВА виявив, що найчастіше цей метод розглядають як інструмент зниження витрат на виробництво чи підвищення ефективності. В умовах ринкових відносин та трансформації економіки очевидна актуальність для підприємств обох питань. Застосування ФВА дає змогу поглянути на витрати підприємства не тільки з позиції їхньої традиційної класифікації, а й водночас з позиції реалізації загальних функцій підприємства, а також ситуаційного підходу.

ФВА дає змогу оцінити витрати на реалізацію загальних функцій підприємства і встановити відповідні пропорції між ними. Важливість вартісних орієнтирів у діяльності підприємства безперечна і не викликає жодних сумнівів. Реалізація загальних функцій підприємства має витратний характер. Тому наразі закономірним є питання визначення вартості кожної із системних функцій. З огляду на їх тісний взаємозв'язок викликає інтерес питання співвідношення витрат на реалізацію цих функцій. Вирішення завдання оцінки вартості реалізації функції управління особливо актуальне для великих підприємств, на яких за численністю управлінських підрозділів губиться реалізація власне функції управління, відбувається її вертикальне і горизонтальне дублювання, внаслідок чого збільшуються витрати на управління. У кращому разі ефективність реалізації контролінгу залишається незмінною, а найчастіше - знижується. Таким чином, застосування функціонально-вартісного аналізу дасть змогу вирішити у взаємозв'язку і взаємозалежності двоєдине завдання: по-перше, визначити вартість

загальних функцій підприємства в контексті ситуаційного підходу і, по-друге, досліджувати витрати підприємства з позиції функціонального підходу.

### **Література**

1. Подаков Є.С. Сучасні проблеми та перспективи організації системи контролінгу на підприємствах України / Є.С. Подаков// Таврійський науковий вісник: збірник наукових праць. - Вип. 99. - Херсон: ФОП Грінь Д.С., 2017.-С. 50-58.

**Тамара К. В.**, здобувач СВО «Бакалавр»

Полтавська державна аграрна академія

### **РЕЗЕРВИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: СИТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПОЗИЦІЙ**

Зменшення рівня собівартості є важливим питанням для кожного підприємства, оскільки цей показник є головним важелем конкурентної боротьби за пріоритетний сегмент ринку у кожній галузі економіки України.

Загальне трактування категорії у економічній літературі: «Собівартість продукції – це грошовий показник витрат, які були понесені на виробництво та реалізацію продукції». Сьогодні ведеться активна наукова дискусія у напрямі виокремлення й систематизації шляхів оптимізації загального рівня витрат та зниження собівартості.

Андрусь О. І. дослідив структуру витрат на виготовлення продукції у різних країнах і визначив, що у США та Німеччині матеріальні витрати майже у 2 рази менші ніж в Україні, а витрати на оплату праці, відповідно, більші у 2 рази, а витрати на соціальні потреби в цих країнах у 4 рази більші ніж в Україні. З цього випливають структурні відхилення у побудові собівартості. Необхідно переглянути та оптимізувати структуру собівартості

так, щоб знайти резерви для зменшення її рівня. Головним резервом зниження собівартості, на думку автора, є впровадження нової техніки, автоматизація виробничих процесів, вдосконалення технології та впровадження прогресивних матеріалів. Також для зниження собівартості є корисним кооперування та розширення спеціалізації.

Найголовнішим аспектом для зниження собівартості виступає продуктивність праці, що, насамперед, знижує витрати на оплату праці.

Важливими важелями є також дотримання суворої системи економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства, заощадження сировини, матеріалів, палива та енергії при виробництві одиниці продукції на підприємстві в цілому дає непоганий ефект. Але щоб досягти цих результатів потрібно вдосконалити технології виробництва, упровадити технічно обґрунтовані норми матеріальних витрат [1].

Василькова Ю. К. та Мельникова К. В. вважають, що найголовнішим аспектом у процесі зниження собівартості є модернізація устаткування. Впровадження таких нововведень призведе до збільшення конкурентоспроможності і, як наслідок, збільшення прибутку підприємства. Але також не відкидається місце, в структурі резервів зниження собівартості, і для витрат на сировину та матеріали, які посідають в ній чільне місце [2].

Кандидат економічних наук Вудвуд В. В. виокремив декілька факторів зниження собівартості продукції, серед яких ми спостерігаємо підвищення технічного рівня виробництва, впровадження нової прогресивної технології, підвищення рівня механізації виробничих процесів, поліпшення якості продукції, зміна обсягу продукції та ін.

Також він стверджує, що резерви зниження собівартості можна виявити на ранніх стадіях життєвого циклу виробів і у процесі виробництва методом функціонально-вартісного аналізу (далі ФВА). Хоча ФВА, в основному, використовують для підвищення якості виробів, але для пошуку резервів зниження собівартості обсяг досліджень обмежують окремими виробами. Результат даного аналізу може бути виражений підвищенням споживчих

властивостей виробу при одночасному скороченні витрат, скороченням витрат при зниженні функціональних властивостей виробу і т.д.

На думку вченого основними шляхами зниження собівартості є скорочення витрат, які мають найбільшу питому вагу в її структурі. Серед них чільне місце посідає зменшення витрат від браку та підвищення якості продукції, здешевлення продукції за рахунок зменшення витрат на сировину, покращення умов праці. Також він виділяє такі шляхи як пошук нових постачальників дешевшої сировини, оптимізація чисельності працівників, підвищення використання виробничих площ, раціональне та ефективне використання сировини.

Але найефективнішим вважається впровадження економних технологій виробництва, використання світового досвіду щодо зниження собівартості. Саме ці технології, на думку В. В. Вудвуда, є виходом для українського товаровиробника із затяжної кризи [3].

Таким чином, науковці формулюють досить великий спектр шляхів зниження собівартості і найбільш популярними є: удосконалення технологій виробництва, зменшення матеріальних витрат, дотримання жорстких систем економії та покращення умов праці, тим самим збільшивши продуктивність праці.

Потреба у подальшому науковому опрацюванні напрямів мінімізації витрат залишається актуальною, хоча і розглянуті шляхи зниження собівартості продукції є обґрунтованими, зрозумілими і прийнятними для теперішнього суспільства та більшості товаровиробників країни.

### Література

1. Андрусь О. І. Шляхи зниження собівартості продукції на підприємстві / О. І. Андрусь // Ефективна економіка. – 2013. – № 4. – С. 1-2.
2. Василькова Ю. К. Шляхи зниження собівартості продукції за умов впровадження техніко-економічних новацій / Ю. К. Василькова, К. В. Мельникова. // Економічні науки. – 2014. – № 3. – С. 214–219.

3. Вудвуд В. В. Резерви зниження собівартості продукції як один із напрямків підвищення ефективності функціонування підприємства / В. В. Вудвуд, І. Ф. Козакова // Інноваційна економіка. – 2013. – № 8. – С. 100-103.

**Канцедал Н. А.**, к.е.н., доцент

**Яковенко В. Р.**, здобувач вищої освіти

**Пакулова В. О.**, здобувач вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ВАЛЮТНОГО ВНЕСКУ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ**

Економічний простір України постійно розширює горизонти зовнішньоекономічної діяльності і все більше поповнюється підприємствами з іноземним капіталом, операції з яким потребують належного облікового відображення. Зокрема, особливості обліку валютних внесків до статутного капіталу підприємств є предметом актуальних запитів практичної бухгалтерії до професійних бухгалтерських видань.

Для цілей бухгалтерського обліку статутного капіталу підприємства призначений субрахунок 401 «Статутний капітал», сальдо якого повинно відповідати розміру статутного капіталу, зафіксованому в засновницьких документах. Розмір валютного внеску іноземного інвестора до статутного капіталу варто відобразити в обліку кореспонденцією: Дт 46 Кт 401. Необхідну суму внеску фіксують у гривнях і надалі, у зв'язку зі зміною курсу, не перераховують [1].

Внески до статутного капіталу підприємств оцінюють у конвертованій інвалюті та гривнях, за домовленістю сторін, на основі цін міжнародних ринків або ринку України. Причому перерахунок сум в інвалюті в гривні проводять за курсом, установленим НБУ. Коли засновник інвестує в підприємство інвалюту, такий валютний внесок відображають у гривнях і

надалі не змінюють через коливання курсу. Але на дату внесення валютних коштів курс НБУ інший, аніж на дату формування статутного капіталу. А тому автоматично постає питання щодо курсових різниць.

Особливості обліку операцій в інвалюті, у тому числі нарахування курсових різниць, регламентує П(С)БО 21 [2].

Згідно з п. 4 П(С)БО 21 курсова різниця – це різниця між оцінками однакової кількості одиниць іноземної валюти при різних валютних курсах.

Курсові різниці нараховують тільки за монетарними статтями (п. 7, 8 П(С)БО 21). До монетарних належать статті балансу про грошові кошти, а також про такі активи й зобов'язання, які будуть отримані або сплачені у фіксованій (або визначеній) сумі коштів або їх еквівалентів (п. 4 П(С)БО 21). При цьому не має значення, належить така стаття до господарської діяльності чи ні.

Курсові різниці від перерахунку зобов'язань засновників при формуванні статутного капіталу відображають у складі додаткового капіталу (п. 8 П(С)БО 21). Такі курсові різниці не визнають доходом.

Для обліку додаткового капіталу застосовують однойменний рахунок 42. Причому з урахуванням позиції Мінфіну (лист Мінфіну від 19.11.2013 р. № 31-08410-07-16/33606) «причалом» для курсових різниць, що цікавлять нас, слугує субрахунок 425 «Інший додатковий капітал». В такому випадку позитивну курсову різницю (якщо курс НБУ зріс) відображають проводкою: Дт 46 – Кт 425; від'ємну (курс НБУ знизився) — зворотною кореспонденцією: Дт 425 – Кт 46 [3].

Отже, іноземні інвестиції в Україні у грошовій формі дозволяється здійснювати у гривнях і в іноземній валюті. Перерахунок інвестованої валюти у гривні здійснюють за офіційним курсом НБУ.

Статутний капітал фіксують у бухгалтерському обліку за курсом НБУ, зазначеним і установчих документах і надалі не перераховують.



Заборгованість засновників за внесками до статутного капіталу підлягає перерахунку на дату балансу та на дату здійснення господарської операції.

Отже, особливості облікового відображення внесків іноземних інвесторів (нерезидентів) до статутного капіталу підприємств України полягають в тому, що: 1) їх можна здійснювати як у гривні так і в іноземній конвертованій валюті; 2) з метою уніфікації даних бухгалтерського обліку рекомендується використовувати курс НБУ, що діє в першій половині дня; 3) курсові різниці виникають лише при порівнянні курсів НБУ на різні дати: дату здійснення господарської операції та дату балансу; 4) такі господарські операції відносять до прямих інвестицій та не враховують у складі доходів платника податку.

### Література

1. Славінська А. Валютний внесок до статутного капіталу: особливості обліку/ А. Славінська // «Все про бухгалтерський облік». – 2017. – №113. – С.12-14.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів», затверджене наказом МФУ № 193 від 10 серпня 2000 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00>
3. Войтенко Т. Валютний внесок у статутний капітал від нерезидента: курсові різниці і не лише / Т. Войтенко // Бухгалтер 911. – 2017. – № 36. – С.7. Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/buh911/2017/august/issue-36/article-30119.html>.

**Яременко С.С.**, к.э.н., доц.

**Фефелов А.В.**, студент

ВУЗ «Университет имени Альфреда Нобеля»

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОНИКИ В УКРАИНЕ**

Бесспорно, 21-й век по праву называют переломным в плане технологического прогресса человечества. Искусственный интеллект становится все умнее с каждым днем, помогая людям более филигранно выполнять различные задачи, а кое-где оный справляется вовсе без вмешательства человека, настораживая тем самым скептических «луддистов 21-го века». Огромный скачок развитие космических программ, электрокаров под крылом Илона Маска, интенсивное развитие рынка смартфонов, лэптопов и прочей электроники. Даже банальные домашние колонки и термостаты стали «умнее» и начинают помогать людям в быту. Но, как бы не был величественен сей скачок, без должного продвижения в массы люди не заинтересуются продуктами должным образом, сколь бы инновационными оные не были. Как пример, существуют сотни брендов наушников с множеством инновационных функций, такими как синхронный перевод речи, голосовые ассистенты, различные технологии адаптивного шумоподавления, но если попросить обывателя назвать сходу любой бренд, то скорее всего оный произнесет «Beats», ведь эта компания тратит кучи денег на рекламу среди знаменитостей, красочные ТВ-рекламы, баннеры, яркие стенды в магазинах, и волей-неволей да засмотришься и запомнишь утонченную красную «b» с их логотипа.

Если рассуждать об украинском рынке, то здесь мы не встретим такой назойливой рекламы новых продуктов из сферы IT-сферы. Ни тебе шумных

тусовок в честь старта продаж новенькой пары наушников Beats, ни розыгрышей нового Huawei среди прохожих, ни огромных экранов в центре города с промо-роликами о новом Galaxy. Украинские покупатели должны довольствоваться лишь парой куцых баннеров, парой роликов на ютубе, которые будут незамедлительно «скипнуты», или ТВ-рекламой, которую целевая аудитория заинтересованных технологиями людей навряд ли увидит, ведь телевидение в нашей стране смотрит в основном старшее поколение.

Почему так происходит? Потому что наш рынок не так привлекателен для большинства технокомпаний, ведь люди в нашей стране порой не имеют денег даже на бюджетные решения, соответственно о флагманских моделях техники любой категории речи идти не может, ведь цены на технику растут, а уровень доходов граждан растет в противоположную сторону. Но, это всего лишь полемика. На украинском рынке продукты так же продвигаются в массы. Не так грандиозно, конечно, как в других странах, но, как говорится, имеем что имеем. Итак, в основном компании на украинском рынке используют такие виды рекламы, как наружная (биллборды, вывески магазинов), реклама на месте продаж (оформленные витрины, экраны с рекламами), печатная реклама (листовки, газеты и т.д.). Так же часто компании используют продакт-плейсмент в фильмах и сериалах, что так же актуально для нашего рынка, ведь у нас се искусства не менее популярны, соответственно и охват аудитории будет довольно велик. Хотя к нашему рынку это относится довольно косвенно, но бесспорно свою роль в продвижении продукта играет.

В основном, продукты IT-сферы продвигают у нас магазины, ведь мало какие компании имеют свои официальные «сторы» в Украине. Даже тот же MiStore является лишь отдельным магазином компании «АЛЮ-телеком».

И стоит признать, что на данный момент лучшую, по мнению многих людей, и самую эффективную рекламу имеет компания «Цитрус». Результат

их трудов вы можете увидеть, посмотря на смартфоны людей вокруг. Замечаете, сколько таких бренда Meizu? Именно смартфоны этой компании продвигаются сильнее всего сетью «Цитрус».

Огромные биллборды, постоянная реклама на «YouTube» и на прочих сайтах великое множество прямой рекламы (СМИ, ТВ), даже пресловутая вывеска самого магазина оформлена в кричащих ярких тонах. Все это и привело к тому, что сейчас не только Meizu, но и такие бренды как Huawei, Samsung и Apple охотно сотрудничают с компанией, высылая им демо-образцы новых устройств первее всех, добавляя ссылки на официальные сайты, проводя различные акции и т.д. Все это в купе является хорошей, продуманной и, что немало важно, изящной рекламной деятельностью, которая поднимает продажи и привлекает все новых и новых покупателей.

Подводя итог, хотелось бы сказать, что наш рынок не настолько хорошо развит в плане IT и новых технологий, и что в ближайшее время что-то собирается меняться, учитывая плачевное экономическое положение нашей страны. Если ничего не поменяется, то ситуация останется такой же плачевной: производители будут весьма неохотно представлять свои товары и помогать в продвижении товаров на нашем рынке, большое количество людей так и не сможет узнать об уйме интереснейших решений, которые есть в избытке на мировом рынке, и для множества «гиков», среди которых есть огромное количество будущих Стивов Джобсов и Биллов Гейтсов станет поводом задуматься о переезде в другую страну с их идеями, а кто-то из них ведь сможет и вправду поменять мир в лучшую сторону.

**Канцедал Н. А.**, к.е.н., доцент

**Єланська Ж. Ю., Сухно І. Ю.**, здобувачі вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРЕТЕНЗІЙНОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З НЕЯКІСНОЇ ПОСТАВКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Господарські процеси, пов'язані з виконанням договірних відносин у ході нормального операційного циклу призводять до наявності певних сум дебіторської заборгованості, однією із класифікаційних характеристик якої є нормальна (виправдана) заборгованість, що обумовлюється часовими рамками виконання договорів та сумнівна (обумовлюється порушенням платіжної дисципліни). Поряд з цим існує дебіторська заборгованість, що може виникнути внаслідок неякісної поставки товару та відповідно, обтяжує підприємство розрахунками претензійного характеру.

У бухгалтерському обліку для відображення розрахунків за претензіями передбачено рахунок 374 «Розрахунки за претензіями», на якому згідно Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, відображаються претензії, що пред'явлені постачальникам, підрядникам, транспортним та іншим організаціям, а також за пред'явленими їм і визнаними штрафами, пенею, неустойками [1].

Згідно зі ст. 222 Господарського кодексу України учасники господарських відносин, що порушили майнові права або законні інтереси інших суб'єктів, зобов'язані поновити їх, не чекаючи пред'явлення їм претензії чи звернення до суду [2]. Тобто претензія може бути пред'явлена будь-якій юридичній або фізичній особі, яка порушила майнові права іншого суб'єкта господарювання. Претензія може бути визнана або не визнана контрагентом, а також може залишитись без відповіді. На рахунках бухгалтерського обліку відображаються тільки визнанні претензії.

Особливості обліку розрахунків за претензіями визначаються характером та змістом операції, що є підставою для претензій.

Так, наприклад, якщо придбаний новий основний засіб відразу виходить з ладу, не відповідає технічним характеристикам або має виробничий брак, претензія щодо неякісної поставки пред'являється продавцю [3, с. 14].

Якщо продавець визнає, що була проведена поставка неякісного товару, він повинен буде замінити на аналогічний, з відповідними технічними характеристиками.

При оформленні операцій такого роду необхідно звернути увагу на ряд ключових моментів: порядок присвоєння інвентарного номера, документальне оформлення вибуття та повторного надходження основного засобу, податкові наслідки операцій гарантійної заміни ідентичних машин [3, с. 14-15].

Тобто, якщо підприємство списало, а потім отримало ідентичні необоротні активи – їх рух має відображатися на рахунках бухгалтерського обліку. Кожному об'єкту основних засобів в місцях експлуатації присвоюється інвентарний номер, який закріплюється за об'єктом до тих пір доки він перебуває на підприємстві. Це забезпечить аналітичний облік та контроль за основними засобами.

У інвентарній картці типової форми №ОЗ – 6 необхідно вказувати не тільки інвентарний номер об'єкта, найменування заводу – виготовлювача, модель, тип, марку, а й заводський номер та номер паспорта, які відрізнятимуться на перший погляд у однакових об'єктів. Тому підприємство не може використовувати стару інвентарну картку об'єкта який зламався для нового ідентичного. Бракований або невідповідний зазначеним у договорі характеристикам основний засіб, необхідно спочатку списати а потім, у разі отримання нового – оприбуткувати. Тобто, незалежно від того, що замінений об'єкт є аналогом попереднього, в інвентарному обліку використовувати документи його «попередника» суворо забороняється.

У бухгалтерському обліку придбання основного засобу оформлюється операцією: дебет 15 «Капітальні інвестиції», кредит 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». Податковий кредит із ПДВ відображується за наявності зареєстрованої податкової накладної в дебет рахунка 641 одночасно з кредитом рахунка 63.

Якщо факт браку виявлено після введення основного засобу в експлуатацію, претензія оформляється кореспонденцією: дебет 374 «Розрахунки за претензіями», кредит 10 «Основні засоби». Якщо постачальник задовольняє претензію шляхом заміни бракованого обладнання аналогічним без доплати, то підприємство-покупець здійснює повторний запис про введення в експлуатацію (вже нового, заміненого основного засобу), попередньо присвоївши йому новий інвентарний номер.

Отже, своєчасне та ефективне проведення претензійної роботи з постачальниками, що порушують умови договору купівлі – продажу, призведе до прискорення та зростання ймовірності виконання зобов'язань та висунутих їм претензій.

### Література

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99/page>.

2. Господарський Кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page>.

3. Огудалова К. Підміна не помітна, або чи відображати в обліку «Кругообіг» ідентичних машин / К. Огудалова // Все про бухгалтерський облік. – 2018. – №25. – С. 14 – 15.

**Плаксієнко В.Я.**, д.е.н., професор  
**Зігаленко А.В., Мельченко І.А.**, здобувачі  
вищої освіти СВО «Магістр»,  
спеціальності «Облік і оподаткування»  
факультету обліку та фінансів  
Полтавська державна аграрна академія

## **СУТНІСТЬ ЗНОСУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ**

Поняття «знос» являє собою втрату необоротними активами їх фізичних якостей або техніко-економічних властивостей. У сучасній практиці ведення бухгалтерського обліку знос поділяється на фізичний та моральний. У ході дослідження ідентифіковано критерії, що впливають на визначення фізичного та морального зносу. Величина зносу залежить від виду активу, його функціональної ролі у виробничому процесі, строку й умов використання. На величину зносу також впливають такі фактори, як інтенсивність використання, агресивність середовища, кліматичні умови, правові або інші обмеження [1].

Фізичний знос – це поступова втрата необоротними активами своєї первісної споживчої вартості, що відбувається не лише у процесі їх функціонування, але й при їх бездіяльності [2]. На розміри фізичного зносу необоротних активів у процесі їх використання можуть впливати такі фактори: ступінь навантаження виробничих засобів у процесі виробництва, що залежить від кількості змін і годин роботи за добу, тривалості праці впродовж року, інтенсивності праці; якість необоротних активів; особливості технологічного процесу і ступінь захисту необоротних активів від впливу зовнішніх умов (температура, вологість, атмосферні опади тощо); якість догляду за необоротними активами; кваліфікація робітників і ставлення їх до необоротних активів. Фізичний знос активів відбувається нерівномірно навіть за однаковим елементам необоротних активів. В економічній літературі розрізняють повний та частковий знос необоротних активів. При повному зносі діючі активи ліквідуються та замінюються новими. Частковий



знос виправляється за допомогою ремонту. Проте необоротні активи зношуються не тільки фізично, а й стають відсталими за своєю технічною характеристикою, а також економічною ефективністю, тобто підлягають моральному зносу.

Моральний знос – це техніко-економічне старіння засобів праці, що виявляється у втраті доцільності їхньої подальшої експлуатації через появу дешевших або досконаліших засобів праці [2].

У сучасних умовах все більшого значення для бухгалтерського обліку набуває врахування морального зносу. Поява нових, більш сучасних видів обладнання з покращеними умовами обслуговування та експлуатації часто робить економічно доцільним заміну старих основних засобів ще до їх фізичного зносу [1]. Несвоєчасна заміна морально застарілих необоротних активів призводить виготовлення більш вартісної та менш якісної продукції. Правильне визначення ступеня зносу необоротних активів має дуже важливе значення для економіки виробництва підприємства, для визначення відновлюваної вартості необоротних активів і розміру амортизаційних відрахувань.

На етапі суспільного й технічного розвитку особливої актуальності набуває соціальний аспект зносу засобів праці, який запропоновано визначати як ступінь розбіжності соціальних характеристик засобів праці з їх суспільно нормальним рівнем [3]. Такі розбіжності можуть виникати внаслідок двох причин: якщо внаслідок зносу об'єкта необоротних активів змінилися його соціальні характеристики (знизилась безпечність, збільшились шкідливі викиди) або якщо змінився сам рівень суспільно прийнятих соціальних характеристик (підвищились вимоги дотримання умов техніки безпеки, зменшилися норми максимально допустимих концентрацій шкідливих речовин).

У залежності від характеру впливу нової техніки й технології на людину класифікацію зносу доповнено наступними видами: соціальний та екологічний знос. Соціальний знос зумовлений появою нової техніки, яка покращує умови праці, а також змінами суспільно прийнятих норм, насамперед за умовами праці. Екологічний знос зумовлений появою нової техніки, яка у меншій мірі, ніж попередня справляє негативний вплив на

навколишнє середовище та введенням обмежень щодо впливу процесу виробництва на навколишнє середовище [3].

Характеристику класифікації зносу в розрізі доповнення екологічними та соціальними факторами впливу на їх ідентифікацію наведено на рис. 1.

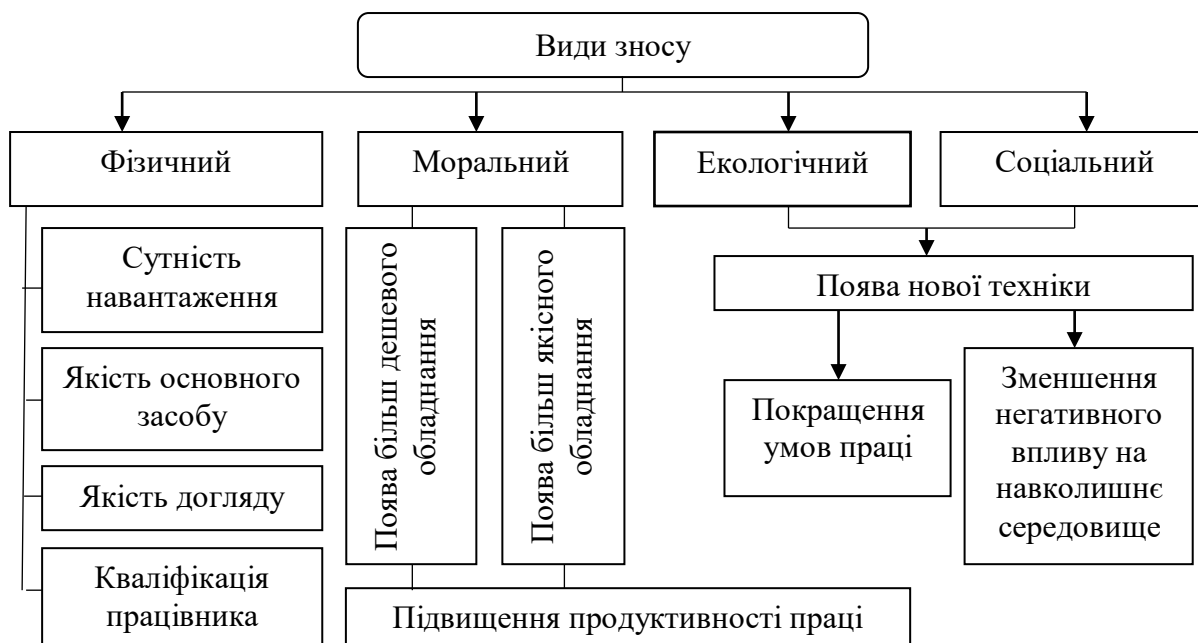


Рис. 1. Класифікація зносу в розрізі факторів впливу на зношення необоротних активів [3].

Отже, зауважимо, що знос не є тотожним поняттям із амортизацією, оскільки знос характеризує, наскільки змінилась вартість необоротних активів у результаті їх участі у виробничому процесі, а амортизація – визначає частку вартості засобів що формує витрати звітного періоду.

## Література

1. Брік С. В. Особливості обліку необоротних активів після 1 січня 2015 року / Брік С. В., Мардус Н. Ю., Фальченко О. О. // Проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 252 – 257.
2. Граковський О. С. Амортизації основних засобів / О. С. Граковський // Вісник. Право знати все про податки і збори. – 2015. – № 14. – С. 12–18.

3. Кучер В. В. Проблеми класифікації зносу активів : екологічний та соціальний аспекти / В. В. Кучер // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/06/34-1.pdf>.

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет

## **ЕКСПЕРТНІ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні підприємства функціонують в умовах глобалізації й нестабільності зовнішнього середовища, їх конкурентоспроможність у значній мірі залежить не тільки від наявних виробничих можливостей, але і від ефективності управління, його здатності адаптуватися до нових умов, що вимагає використання нових підходів до процесів прийняття управлінських рішень. В процесі управління господарською діяльністю підприємства часто виникає потреба використання експертних методів, наприклад: розробка та оцінка програм розвитку, формування інвестиційного портфелю, розподіл фінансових та інших стратегічно важливих ресурсів. Експертною системою (ЕС) називають систему підтримки прийняття рішень, яка містить знання з певної вузької предметної області, а також може пропонувати користувачу рішення проблем з цієї галузі і обґрунтовувати їх. Експертна система складається з бази знань, механізму логічного виводу і підсистеми обґрунтувань[1].

Експертні системи призначені для відтворення досвіду, знань професіоналів високого рівня і використання цих знань в процесі управління. Вони розробляються з використанням математичного апарату нечіткої логіки для експлуатації у вузьких областях застосування, оскільки їх використання вимагає великих комп'ютерних ресурсів для обробки і зберігання знань. В

основі побудови експертних систем лежить база знань, яка ґрунтується на моделях представлення знань [2].

Найбільш корисною характеристикою експертної системи є те, що вона застосовує для вирішення проблем високоякісний досвід [3]. Цей досвід може представляти рівень мислення найбільш кваліфікованих експертів у даній області, що веде до рішень творчих, точних і ефективних. Саме високоякісний досвід у поєднанні з умінням його застосовувати робить систему рентабельною, здатної заслужити визнання на ринку. Цьому також сприяє гнучкість системи.

Експертна система може функціонувати в якості моделі вирішення задачі в заданій області, даючи очікувані відповіді в конкретній ситуації і показуючи, як зміняться ці відповіді в нових ситуаціях. Експертна система може пояснити детально, яким чином нова ситуація привела до змін. Це дозволяє користувачеві оцінити можливий вплив нових фактів або інформації і зрозуміти, як вони пов'язані з рішенням. Аналогічно користувач може оцінити вплив нових стратегій або процедур на рішення, додаючи нові правила або змінюючи вже існуючі. В даний час ЕС є інструментом, що підсилює інтелектуальні здібності всієї системи в цілому, і виконує такі завдання: консультація для недосвідчених (непрофесійних) користувачів, допомога при аналізі різних варіантів прийняття рішення, допомога з питань, що належать до суміжних областей діяльності.

Завдяки появі спеціальних інструментальних засобів побудови ЕС скоротилися терміни розробки, значно знизилася, трудомісткість. Інструментальні засоби побудови ЕС можна розбити на три основні типи: мови програмування; середовища програмування; порожні ЕС (оболонки). В основі будь експертної системи лежить принцип накопичення знань фахівців (експертів), які будь-яким чином програмно реалізуються. Потім за допомогою цих знань користувачі ЕС, мають звичайну кваліфікацію, можуть вирішувати свої поточні завдання настільки ж успішно, як це зробити б самі експерти. Такий ефект досягається завдяки тому, що експертна система в

своїй роботі відтворює приблизно ту ж схему міркувань, яку зазвичай застосовує людина – експерт при аналізі проблеми.

В даний час технологія експертних систем набула широкого поширення. Так, на американському і західноєвропейському ринках систем штучного інтелекту організаціям, які бажають створити експертну систему, фірми – розробники пропонують сотні інструментальних засобів для їх побудови. Прикладні ЕС, що успішно вирішують завдання з певного вузького класу, налічуються тисячі. Інтернет / інтранет технології підтримують експертні системи і навпаки. Телекомунікаційні технології забезпечують величезному числу користувачів доступ до можливостей експертних систем, це сприяє окупності витрат на розробку ЕС. На жаль, тільки деякі експертні системи доступні по мережі. Вони можуть бути пов'язані з мережі не тільки з користувачами, але і з іншими системами, включаючи бази даних, системи прийняття рішень, керування роботами. Мережеві технології відкривають нові можливості в розробці експертних систем групами людей, розділених територіально, а також у реалізації експертних систем.

В економічних інформаційних системах за допомогою ЕС можливе вирішення наступних завдань: аналіз фінансового стану підприємства; оцінка кредитоспроможності підприємства; планування фінансових ресурсів підприємства; формування портфеля інвестицій; страхування комерційних кредитів; вибір стратегії виробництва; оцінка конкурентоспроможності продукції; вибір стратегії ціноутворення; вибір постачальника продукції; підбір кадрів.

Отже, експертні системи є сучасним і перспективним інструментом управління в економічних системах і можуть бути рекомендовані в систему державного регулювання економікою на мікро- і макрорівні.

### Література

1. Ситник В.Ф. Системи підтримки прийняття рішень/ В.Ф. Ситник– К.:КНЕУ, 2004. – 614 с.
2. Субботін С.О. Подання й обробка знань у системах штучного інтелекту та підтримки прийняття рішень: навч.посіб/ С.О. Субботін. – Запоріжжя:ЗНТУ, 2008. – 341 с.
3. Лобода О.М. Вирішення задачі ідентифікації структури управління підприємства/ О.М.Лобода// Сучасна спеціальна техніка. - 2012.- №3.- С.64-68.

**Мокієнко Т. В.**, к.е.н., доцент, доцент

кафедри бухгалтерського обліку

**Єрмакова Д. В., Кривчун Е. В.**, здобувачі вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

### ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНІ МАТЕРІАЛИ: ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

У структурі запасів значною частиною є паливно-мастильні матеріали (далі - ПММ). Це потребує повної, достовірної інформації щодо наявності та руху виробничих запасів, що забезпечується належно організованим обліковим процесом.

Паливно-мастильні матеріали - синтетичні та мінеральні нафтопродукти, до яких відносять різні види пального і мастила: паливо (бензин, дизельне пальне, скраплений природний газ, скраплені нафтові гази), мастильні матеріали - (моторні, трансмісійні та спеціальні оливи, мінеральні мастила), рідини на нафтовій основі та спеціальні рідини (гальмівні та охолоджувальні).

ПММ належать до специфічної статті витрат при експлуатації автомобільного транспорту, яка має суттєву вагу в загальній сумі витрат, оскільки вартість палива має тенденцію зростання.

У бухгалтерському обліку паливно-мастильні матеріали відображаються на субрахунку 203 «Паливо» за видами і місцем знаходження. В залежності від потреб підприємства субрахунок 203 може бути поділений на декілька субрахунків другого порядку, наприклад: 203/1 («ПММ за талонами»); 203/2 («ПММ на складі»); 203/3 («ПММ в автомобільних баках»).

Надходження ПММ на підприємство можливе з таких джерел: придбання за плату, бартер, безоплатно отримані, внесок до статутного капіталу, надлишки, виявлені під час проведення інвентаризації. При придбанні ПММ підприємство має право на податковий кредит з ПДВ.

Крім того, автотранспортні підприємства фактично купують ПММ одним із таких способів: за талони, з доставкою на заправний пункт або склад підприємства з подальшим відпуском їх в експлуатацію (використання), за готівку із складанням авансового звіту [3].

При списанні ПММ слід керуватися встановленими нормами витрати палива. Якщо при списанні паливо використовується в операціях, що не обкладаються ПДВ, або негосподарській діяльності, податковий кредит, відображений при його придбанні, слід відкоригувати (п. 198.5 ПК). Для цього не пізніше останнього дня звітного періоду, нарахувати податкові зобов'язання та оформити зведену податкову накладну відповідно до ПКУ [2].

Нарахування підстав для утримання ПДФО немає, якщо перевитрати палива виникли не з вини працівника. При цьому вони повинні бути підтверджені документально, наприклад актом про технічний стан автомобіля із висновками комісії, у якому зазначена обов'язково причина перевитрати і фактична витрата палива.

Але якщо перевитрата палива сталася з вини працівника, тоді підприємство може стягнути з нього вартість такого палива, наприклад, утримавши її із заробітної плати працівника. При цьому рекомендовано оформити документи, що підтверджують провину працівника: його пояснювальну записку та заяву про утримання певної суми, а також наказ керівника про дисциплінарне стягнення.

Якщо ж вину працівника доведено, але підприємство не має наміру стягувати з нього суму перевитрат, то в такому випадку із працівника потрібно утримати ПДФО, нарахований на вартість перевитраченого палива. Адже в цьому випадку вартість бензину буде вважатися додатковим благом, отриманим від роботодавця. При цьому база оподаткування визначається з урахуванням натурального коефіцієнта, згідно ПКУ. Крім того, також ще буде утримано військовий збір в розмірі 1,5 % [3].

Отже, своєчасний, повний і правильний облік придбання і витрачання палива у кількісному і вартісному обчисленні має важливе значення в діяльності підприємства.

### Література

1. Омельницька З. Облік паливо-мастильних матеріалів/
3. Омельницька // Баланс. – 2017. – № 17. – С. 26 – 31.
2. Податковий кодекс України від 2 груд. 2010р. № 2755-VI [Електронний ресурс] / Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене Наказом МФУ від 20 жовт. 1999 р. № 246 [Електронний ресурс] / Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.



**Черненко К. В.**, к.е.н., ст. викладач

кафедри бухгалтерського обліку

**Олексієнко Л.В.**, студентка 3 курсу

спеціальності «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ВАЛЮТНОЇ БЛАГОДІЙНОЇ ДОПОМОГИ**

Протягом останніх років питання удосконалення та розкриття особливості облікового відображення валютної благодійної допомоги з врахуванням специфіки діяльності неприбуткових організацій є мало досліджуваним. Тематика благодійної допомоги має відображення не тільки у національній грошовій валюті, а і в іноземній також.

Під час отримання благодійного внеску відразу дохід не відражають. Благодійний внесок (благодійна допомога) – це цільове фінансування, тобто витрачатиметься на певні встановлені цілі, заходи. А дохід від цільового фінансування визначається по-особливому – за спеціальними правилами з п.п. 16 – 19 П(С)БО 15 «Дохід».

Цільове фінансування не визнають доходом доти, поки не буде підтвердження, що воно буде отримане та буде виконано умови щодо такого фінансування (п.16 П(С)БО 15 «Дохід»).

Отримане цільове фінансування визнають доходом протягом тих періодів, у яких були зазначені витрати, пов'язані з виконанням умов цільового фінансування (п.17 П(С)БО 15) [2].

Цільове фінансування капітальних інвестицій визнають доходом протягом періоду корисного використання відповідних об'єктів інвестування (основних засобів, нематеріальних активів тощо) пропорційно сумі нарахованої амортизації цих об'єктів (п.18 П(С)БО 15).

Цільове фінансування для компенсації витрат (збитків), яких зазнало підприємство, та фінансування для надання підтримки підприємству без установлення умов його витрачання на виконання в майбутньому певних заходів визнають дебіторською заборгованістю з одночасним визначенням доходу (п.19 П(С)БО 15) .

У цьому випадку нас більшою мірою цікавить саме отримане цільове фінансування. Тобто працюватиме залежність: визнано витрати, пов'язані з використанням благодійної допомоги – одночасно з ними відображають доходи від цільового фінансування за такою благодійністю.

Тож при отриманні інвалютного благодійного внеску робимо проводку: Дт 312 Кт 48. Далі з'ясуємо інвалютні нюанси операції та курс, за яким відображають гривневий еквівалент благодійної допомоги.

Як тільки виконуються умови цільового і понесено витрати, що профінансовані, підприємство разом із відображенням витрат фіксує дохід від цільового фінансування (п. 16 П(С)БО 15).

Для обліку витрат використовують принцип нарахування. Тобто витрати фіксують не за фактом оплати коштів, а одночасно зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань. Наприклад, благодійна організація для проведення спортивних змагань може орендувати приміщення (Дт 84 (чи /та 94) Кт 685), купити необхідний інвентар (строком використання до року обліковує на рахунку 22) та подарунки переможцям (оприбутковує на субрахунок 209). Відповідно, у момент відображення витрат за орендою та списання інвентарю – МШП і подарунків у витрати (Дт 84, 94 Кт 185, 22, 209) буде відображено в цій самій сумі і дохід від цільового фінансування (Дт 48 Кт 719) [1].

### Література

1. Інвалютна благодійна допомога: облік на практиці. Морозовська Г. газета «Все про бухгалтерський облік».- 2017. – Випуск 32
2. Інструкція «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і

організацій» від 30.11.1999 № 291. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

**Скель Г.В.**, к.е.н., завідувач сектору економіки  
Національний науковий центр «Інститут землеробства НААН»

## **РЕСУРСОЄМНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА ЯЧМЕНЮ ЯРОГО ЗА РІЗНИМИ ВАРІАНТАМИ ТЕХНОЛОГІЇ**

Ячмінь ярий належить до найбільш поширених сільськогосподарських культур у світовому землеробстві і вирощується ще з давніх давен. У світовій структурі посівних площ ячмінь займає четверте місце після пшениці, рису та кукурудзи, а в Україні за цим показником він поступається лише озимій пшениці. Таке широке розповсюдження ячменю пов'язане з його універсальним використанням [1].

Основний обробіток ґрунту відіграє провідну роль у підвищенні культури землеробства та контролюванні забур'яненості посівів ячменю ярого, його проводять з урахуванням розвитку ерозійних процесів, попередників, погодних умов, а також характеру та величини забур'яненості поля. Перелічені вище фактори визначають доцільність використання окремих способів та систем основного обробітку ґрунту, особливо за умов зростання потенційної засміченості чорноземів, що обумовлює потребу у продовженні досліджень із визначення найбільш оптимального ґрунтообробітку стосовно забур'яненості агроценозу ячменю з метою покращення контролю за бур'янами в майбутньому [2].

Дієвим і ефективним заходом проти хвороб є дотримання науково-обґрунтованої сівозміни. Кращими попередниками ячменю ярого – просапні культури, після яких ґрунт залишається чистим від бур'янів і вміщує достатню кількість поживних речовин.

Норматив виробничих витрат для вирощування ячменю ярого за органічною технологією при внесенні гумінових добрив і соломи – 8,0 тис. грн/га, а при удобренні біомасою сидеральної культури та побічною продукцією попередника становить 8,7 тис. грн/га (табл. 1).

Таблиця 1

Ресурсоємність та економічна ефективність виробництва зерна ячменю ярого за різними варіантами технології

Показники	Мінеральна система удобрення в ресурсоощадливій технології	Система удобрення в органічній технології	
		гумат калію + солома	біомаса сидерату + солома
Виробничі витрати всього, грн/га	6238	8042	8736
в т. ч. заробітна плата з нарахуваннями	397	288	327
насіння	847	847	1147
добрива мінеральні	943	-	
добрива органічні	–	1469	1469
засоби захисту рослин	548	662	662
паливо-мастильні матеріали	959	1442	1580
амортизація, ремонт техніки	1259	1852	2041
Виробнича собівартість 1 т зерна, грн	1642	2415	2306
Урожайність, т/га*	3,80	3,33	3,80
Ціна 1 т, грн	4900	6100	6100
Чистий дохід з 1 га, грн	18620	20313	23180
Повна собівартість урожаю, грн/га	7174	9249	10077
Прибуток, грн/га	11446	11064	13103
Рівень рентабельності, %	160	120	130

\* в заліковій вазі

Порівняно з ресурсоощадливою індустріальною технологією ресурсоємність органічних її варіантів на 28 і 40% вище. Збільшення виробничих витрат відбувається в основному за рахунок зростання обсягів робіт по обробітку ґрунту, а також боротьбі з бур'янами. Так, витрати на обслуговування та амортизацію техніки вищі на 47-62%. Витрати на паливо-мастильні матеріали на 50-65% вищі, а на засоби захисту рослин на 21%. У

варіанті органічної технології, що передбачає удобрення біомасою сидеральної культури витрати на насіння зростають на 35%.

Рівень удобрення ценозу та його захисту, що застосовується в досліджуваних варіантах органічної технології, дозволяє отримати 3,5 і 4 т/га органічного зерна. Вартість його за цінами вересня 2017 року на 25% вищі від звичайного. Окупність виробничих витрат в органічній технології (за різних варіантів) становить 120 і 130% відповідно.

Результати порівняльного аналізу економічної ефективності застосування ресурсощадливих варіантів органічної та індустріальної технології вирощування ячменю ярого свідчать, що виробництво екологічно чистої продукції цієї культури за повної відмови від хімічно синтезованих добрив та засобів захисту рослин може бути конкурентоздатним навіть в умовах помірною зростання органічної надбавки до ціни звичайного зерна. Так, органічна технологія, що передбачає застосування на добриво біомаси сидерату, дозволяє отримати з 1 га посіву 13,1 тис. грн прибутку за рентабельності 130%, що перевищує ресурсощадливий варіант індустріальної технології на 1657 грн/га, або на 14%. У технології, при якій удобрення ячменю обмежується зароблянням у ґрунт біомаси побічної продукції попередника прибуток на 1га посіву і рентабельність витрат тут значно нижчі від варіанта органічної технології, за якою вноситься у ґрунт зелене добриво. Також порівняно з ресурсощадливою технологією індустріального типу прибуток знижується на 382 грн/га. Однак, за вказаного рівня реалізаційної ціни і цей варіант органічної технології забезпечує достатню конкурентоспроможність виробництва.

### Література

1. Екологічний маркетинг // Нова екологія – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.novaecologia.org>.

2. Циліорик О.І, Шапка В.П. Вплив обробітку ґрунту та удобрення на забур'яненість посівів ячменю ярого / . Циліорик О.І, Шапка В.П. / –

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.agro-business.com.ua/component/banners/click/173.html](http://www.agro-business.com.ua/component/banners/click/173.html).

**Яловега Л. В.**, к.е.н., доцент  
кафедри бухгалтерського обліку  
**Красівська О.Р.**, здобувач вищої освіти,  
спеціальності «Облік і оподаткування»  
факультету обліку та фінансів  
Полтавська державна аграрна академія

### **ЕТАПИ АУДИТУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА**

Методика аудиту – це порядок застосування прийомів аудиту з метою встановлення об'єктивної істини про аудовану інформацію та доведення цієї істини через аудиторський висновок до користувачів фінансової звітності [3]. Аудиторська перевірка проводиться у відповідній послідовності, що передбачає шість етапів.

На першому етапі відбувається обмін листами між аудиторською фірмою та підприємством-клієнтом.

На другому етапі, після обміну листами, складається Договір щодо проведення аудиту, який регулює взаємовідносини аудиторської фірми із підприємством-клієнтом. Відповідно до договору виконавець зобов'язується надати послуги аудиту, а замовник-клієнт – оплатити вартість цих послуг. Договір про проведення аудиту підтверджує та фіксує офіційну, юридичну згоду інтересів обох сторін [2]. Водночас Договір враховує особливості вітчизняного законодавства, традиції, що склались у господарській діяльності та їх документальному оформленні.

Третій етап проведення аудиту витрат виробництва передбачає здійснення процесу планування, що забезпечує своєчасне, якісне та ефективне виконання перевірки. У процесі планування аудиторської

перевірки витрат виробництва необхідно: встановити правильність документального оформлення прямих матеріальних витрат; перевірити відповідність ведення обліку фактичних прямих матеріальних витрат та подальшого їх включення до собівартості продукції; підтвердити обґрунтованість обраного методу калькулювання собівартості продукції; перевірити правильність і обґрунтування планування розміру прямих матеріальних витрат; підтвердити законність і правильність їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку [3].

Окреслення завдань перевірки дає можливість аудитору у процесі планування розробити загальну стратегію, а також план і програму заходів, що передбачається провести. Розробка й затвердження програми аудиту витрат виробництва здійснюється на підставі загального плану перевірки, що є переліком змісту процедур доказів, необхідних для реалізації плану аудиту. Програма аудиту містить перелік питань за окремими темами, видами і напрямками очікуваних робіт, що підлягають перевірці, час проведення, види аудиторських процедур.

На четвертому етапі аудиту витрат виробництва проводиться тестування системи внутрішнього контролю. Із метою запровадження методу аудиту витрат виробництва і собівартості продукції, а також проведення необхідних аудиторських процедур, аудитор проводить тестування внутрішнього контролю і системи бухгалтерського обліку. Для виявлення повноти оформлення первинних документів і систематизації висновків дослідження аудитор складає Тест вивчення системи внутрішнього контролю витрат виробництва та виходу продукції. Аудитор під час проведення аудиту складає класифікатор можливих порушень, що можуть бути виявлені у процесі опрацювання документів, операцій та облікового відображення витрат виробництва.

На п'ятому етапі аудиту здійснюється підтвердження залишків на рахунках бухгалтерського обліку, документування перевірки, коригування програми аудиту та підтвердження правильності обраної стратегії.

Оприбуткування готової продукції є відповідальним моментом у діяльності суб'єкта господарювання, оскільки від правильності організації обліку залежить достовірність калькулювання собівартості продукції та її одиниці. У процесі перевірки аудитор встановлює наявність заходів щодо контролю якості продукції при її оприбуткуванні та зберіганні. Недотримання перелічених вимог щодо оприбуткування продукції дають підстави аудитору для видачі негативного висновку, оскільки виникає ймовірність викривлення даних про обсяг та якість продукції.

Важливою особливістю аудиту витрат виробництва та виходу продукції є перевірка правильності формування собівартості продукції, що виступає одним із основних оціночних показників та визначає якість роботи підприємства. Перевірку доцільно проводити у такій послідовності: перевірка формування витрат виробництва за елементами, правильність складання калькуляції собівартості продукції за статтями витрат, дослідження шляхів її зниження [1]. Особлива увага приділяється достовірності віднесення витрат на собівартість продукції (правильності групування витрат за елементами). Вивчаючи склад елементів витрат, аудитор досліджує його складові частини. При цьому особливо уважно простежується за аналогічними за змістом елементами витрат, що покриваються за рахунок фінансових результатів.

Заключна (підсумкова) частина аудиту являє собою висновок аудитора про достовірність перевірки. Звіт незалежного аудитора адресується замовнику із зазначенням дати складання, підписується керівником аудиторської фірми та завіряється печаткою. Отже, проведення аудиту витрат виробництва і виходу продукції дозволяє виявляти й попередити порушення у веденні обліку, що позитивно впливає на підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.



### Література

1. Бондарчук Н. В. Напрями удосконалення внутрішнього аудиту витрат / Н. В. Бондарчук, Л. М. Васільєва // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 8. – С. 202–205.
2. Бралатан В. П. Методологія аудиту сільськогосподарських підприємств / В. П. Бралатан, В. О. Білохатнюк // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. – 2017. – № 2 (64). – С. 15–19.
3. Горбачов В. О. Визначення методики проведення аудиту виробничих витрат / В. О. Горбачов // Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. – 2015. – Т. 25 (64), № 2. – С. 23–29.

**Дорогань-Писаренко Л. О.**, к.е.н., доцент, професор  
кафедри економічної теорії та економічних досліджень

**Іващенко А. П., Шкляр О. О.**, здобувачі  
вищої освіти спеціальності «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

### ЗМІСТ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Облікова політика підприємства – це сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, але й вибір методики обліку, яка надає можливість використовувати різні варіанти відображення фактів господарською життя в обліку (залежно від поставлених цілей). Перш ніж приступити до організації облікової політики на сільськогосподарському підприємстві головний бухгалтер повинен забезпечити себе певною інформаційною базою, мати високий кваліфікаційний рівень і володіти певним багажем практичних навиків.

Поняття «Облікова політика» - термін, який з'явився з прийняттям Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», згідно з яким облікова політика - це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

Доведено, що в основу розробки облікової політики сільськогосподарського підприємства повинен бути покладений принцип інноваційного підходу до її побудови. Зміст облікової політики щодо обліку доходів наведено на рис. 1.

При формуванні облікової політики підприємства кожен з її елементів встановлюється і визначається підприємством у відповідності до П(С)БО. Окремі елементи облікової політики мають альтернативні методи обліку. Це дає можливість формувати розпорядження про облікову політику підприємства відповідно до особливостей діяльності.

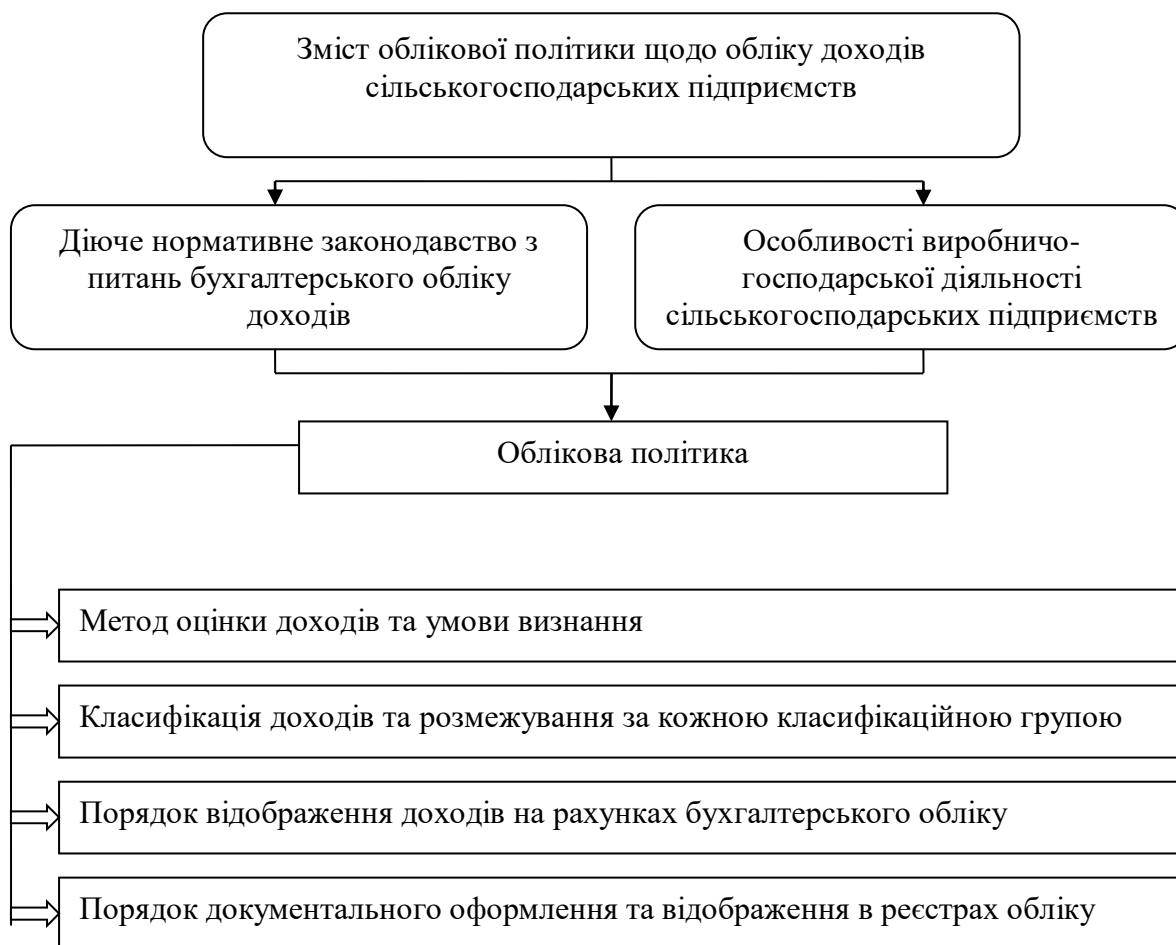


Рис. 1. Зміст облікової політики щодо обліку доходів підприємств

В табл. 1 ми представлено основні елементи облікової політики підприємства, методи обліку яких впливають на формування та розмір фінансових результатів підприємства [4].

Таблиця 1

Елементи облікової політики, які впливають на фінансові результати підприємства

Елемент облікової політики	Оцінка та методи обліку, що впливають на розмір фінансових результатів
Поріг суттєвості окремих об'єктів обліку	суттєвість окремих господарських операцій та об'єктів обліку визначається керівництвом підприємства, якщо інше не передбачено положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
Облік необоротних активів	1) метод нарахування амортизації; 2) вартісний критерій належності матеріального активу до малоцінного необоротного активу; 3) метод нарахування амортизації для малоцінних необоротних активів; 4) термін корисного використання активу;
Облік запасів	1) що є одиницею запасів; 2) метод вибуття запасів у виробництво;
Облік витрат	1) визначення та визнання витрат; 2) склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції; 3) перелік змінних і постійних загальновиробничих витрат; 4) порядок та база розподілу загальновиробничих витрат; 5) вибір методу відображення фінансових витрат
Облік надходження і використання коштів цільового фінансування	порядок визнання коштів цільового фінансування доходом підприємства
Метод обчислення резерву сумнівних боргів	метод визначення величини резерву сумнівних боргів
Перелік створюваних резервів	формування резервів для забезпечення майбутніх витрат і платежів
Облік біологічних активів	1) порядок первісного визнання біологічних активів та сільськогосподарської продукції; 2) порядок визначення справедливої вартості біологічних активів і сільськогосподарської продукції; 3) зміна справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю за вирахуванням очікуваних витрат на місці продажу
Оцінювання ступеня завершеності операцій з надання послуг	метод оцінки ступеня завершеності операції з надання послуг

Отже, «облікова політика» як сукупність принципів, основ, домовленостей, методів, процедур і форм ведення бухгалтерського обліку з метою складання і подання фінансової звітності, має велике значення, в тому числі і в обліку фінансових результатів.

### Література

1. Будько О. Облікова політика як інструмент впливу на фінансові результати діяльності підприємства / О. Будько // Економічний аналіз. – 2010. – № 5. – С. 232 – 235.

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-ВР від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

3. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07 лют. 2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

4. Ратушна О. П. Вплив елементів облікової політики на фінансові результати / О. П. Ратушна // Зб. наук. праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – Вип. 30. – Ч. 2. – С. 204 – 208.

**Аверчева Н.О.**, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПТАХІВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Птахівничі підприємства, які працюють на промисловій основі, як жодні інші, потребують створення ефективної системи логістики. Це обумовлено, по перше, тим, що логістика системи постачання матеріальних ресурсів на птахівничі підприємства повинна бути налагоджена на високому рівні, оскільки птиця дуже вибаглива до умов утримання, термінів подачі

кормів, їх якісного складу, вакцинації та інших технологічних процесів. З іншої сторони, логістика реалізації продукції птахівництва також має велике значення, адже м'ясо птиці і яйця є продуктами з коротким терміном зберігання, перевищення якого недопустимо з точки зору задоволення потреб споживачів і негативно впливає на ціну реалізації і доходи підприємства.

Логістика у птахівництві має свої особливості формування та функціонування. Основну місію по її створенню взяли на себе спеціалізовані підприємства, які не чекали допомоги від держави, переробних підприємств, сфери торгівлі, а самі забезпечили виробничу та ринкову інфраструктуру для успішного розвитку бізнес-процесів.

Логістичні системи традиційно були створені на самих підприємствах, які об'єдналися в агрохолдинги, інтегрували в єдиний процес вирощування зернових культур, виробництво комбикормів, безпосередньо процес виробництва продукції птахівництва на промисловій основі, первинну переробку продукції та її збут за всіма регіонами країни. Такі підприємства мають власну популярну торгову марку, налагоджені власні мережі збуту продукції, власні переробні комплекси, успішно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, освоюють не тільки східні ринки, а й європейський простір. Це, зокрема, ТОВ «Комплекс Агро марс» (ТМ «Гаврилівські курчата»), ТОВ «Рубі Роз Агрікол Ко, ЛТД» (ТМ «Морозівські курчата»), ЗАТ «Птахофабрика «Київська» (ТОВ «Ландгут Україна»), ПАТ «Миронівський Хлібопродукт», ВАТ «Птахофабрика Україна» (група компаній «Ovostar Union», ТМ «Ясенвіт»). Ці підприємства мають замкнутий цикл відтворення поголів'я птиці, виробництва і реалізації продукції на основі вертикальної інтеграції – від птахо репродукторів до реалізації готової продукції через торговельні підприємства.

У структурі таких підприємств встановлення чітких логістичних зв'язків вимагають всі ланки технологічного процесу: птахо репродуктори - інкубатори - товарні птахофабрики – комбикормові заводи – переробні підприємства – торговельна мережа.

Н.В. Прозорова акцентує увагу на раціоналізації товарних потоків при створенні і функціонуванні розподільчих центрів, при цьому розподільчу логістику птахівництва визначає як систему організаційного просування

виробленої продукції на ринок, ґрунтуючись на інтеграції зусиль підприємств виробників продукції птахівництва, комерційних посередників, заготівельних організацій та інших учасників процесу їх розподілу та обміну, з метою найбільш повного задоволення потреб, з максимально можливою ефективністю для галузі [1].

Отже, метою створення логістичної системи у птахівництві є забезпечення постачання на підприємства у заданій кількості та у певні терміни комбікормів, добового молодняку та інших виробничих ресурсів, а також забезпечення ефективної системи реалізації продукції. Для цього об'єднують зусилля структурні та функціональні підрозділи підприємства, постачальники, посередники і споживачі.

Науково обґрунтована логістика у птахівництві повинна забезпечити стабілізацію ситуації на ринку, рівновагу попиту і пропозиції, ціноутворення, безперебійне постачання якісної продукції птахівництва споживачам, сталі обсяги купівлі-продажу. Ефективний розвиток галузі птахівництва неможливий без впровадження логістичної складової та новітніх підходів у виробництво і реалізацію продукції птахівництва.

Група компаній «Авангард» - найбільша агропромислова група України, компанії якої спеціалізуються на виробництві курячих яєць і яєчних продуктів і, за деякими оцінками, займає більше 50 % промислового ринку яєць та 91% ринку сухих яєчних продуктів, вироблених в Україні у 2016 р. Виробничі об'єкти компанії розташовані в 14 з 24 регіонів України. Логістичне розміщення агропромислової групи «Авангард» включає 16 птахофабрик по утриманню курей-несучок і виробництву яєць, 6 комбікормових заводів, 3 птахо репродуктори, 9 зон вирощування молодняку до продуктивного віку, 2 склади тривалого зберігання яєць, один завод з переробки яєць.

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності такого великого об'єднання на внутрішньому і зовнішньому ринку, слід постійно удосконалювати механізми управління логістичною системою, організовувати процеси руху продукції і засобів виробництва таким чином, щоб оптимізувати транспортні та інші витрати, зменшити вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

Комплексна оцінка ефективності логістичної системи птахівничих підприємств повинна враховувати три основні складові підприємства – виробництво, постачання і збут; та критерії оцінки – мінімізація витрат і ризиків, максимізація прибутку. Формування логістичної системи є однією з ключових ланок підприємства і передбачає сукупність взаємопов'язаних елементів, між якими існує певний зв'язок. Логістика сучасного підприємства контролюється узгодженими діями відділів постачання, виробництва і збуту, маркетингу, стратегічного розвитку, ЗЕД та ін. [2-3].

Таблиця 1

Логістична система птахівничих підприємств

Складові логістичної системи	Основні функції
Постачання	Забезпечення матеріально-сировинних ресурсів – комбікормів, ветеринарних препаратів, добового молодняку, яєць для інкубаторів, енергетичних ресурсів
Виробництво	Управління матеріальними потоками в процесі виробництва, оптимізація запасів для ефективного функціонування всієї системи
Переробка	Забій птиці і первинна переробка тушок на фракції, переробка харчових яєць
Маркетинг	Дослідження ринку для максимального забезпечення потреб споживачів та розвитку системи попиту на продукцію
Збут	Доведення готової продукції до місця збуту і безпосереднього споживача у визначені терміни і у певній кількості
Складське господарство	Приймання, розміщення, обслуговування і зберігання сировини і матеріалів та склади тривалого зберігання готової продукції
Транспортне господарство	Спеціальні транспортні засоби для перевезення комбікормів, харчових яєць, м'яса птиці та матеріально-технічна база транспортного господарства
Персонал	Координує управління логістичними операціями і виконує завдання для досягнення логістичних цілей.
Інформаційні потоки	Забезпечують зв'язки всередині системи

\*Складено за [4].

У даному аспекті, доцільним є створення відділу логістики, який повинен забезпечити координацію дій та ефективне функціонування

виробничих, збутових, допоміжних і обслуговуючих підрозділів підприємства. На нашу думку, система логістики птахівничих підприємств повинна забезпечити ефективне використання наявного економічного потенціалу на основі концентрації зусиль функціональних підрозділів та інформаційних потоків на основних напрямках логістичних зв'язків, розробки більш точних планів виробництва і збуту продукції окремими підрозділами підприємства.

### Література

1. Прозорова Н.В. Підвищення ефективності птахівництва на основі логістичного підходу. URL: <http://market.avianua.com/?p=1196>.
2. Діденко С.В. Розвиток логістично-збутових ланцюгів реалізації продукції яєчного птахівництва. Економіка та управління АПК. 2013. Вип. 10. С. 156-162.
3. Заприса С.О. Формування логістичної системи птахівництва. Матеріали наукової конференції студентів Сумського НАУ (17-19 листопада 2015 р.). – В 3 т./Т.І. – Суми, 2015. – С. 303.
4. Крикавський Є.В., Чернописька Н.В. Логістичні системи: навч. посіб. Львів: Видавництво нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 264с.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н, доцент,

**Федорова Т.В.**, к.е.н., доцент

**Прищепя А.В.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОФІЛЮ ЦІЛЬОВОГО СПОЖИВАЧА ХЛІБОПРОДУКТІВ НА РИНКУ ХЕРСОНЩИНИ

Виробництво хлібобулочних виробів є однією найважливіших галузей харчової промисловості, яка забезпечує продовольчу безпеку країни.



Сьогодні ринок хліба та хлібобулочних виробів наповнений продукцією від різних виробників та в широкому асортименті. Таким чином цей ринок є досить сегментованим з досить високим рівнем конкуренції. Тому вивчення профілю цільового споживача є вкрай актуальним завданням для виробника з метою вдалого позиціонування товару. Для виявлення наявних сегментів ринку хлібопродукції та визначення смаків і уподобань споживачів у березні 2018 року було проведено опитування покупців з точністю 10% ( $n = 100\%$ ) за загальноприйнятою методикою [1]. Для цього була сформована одноступінчаста безповторна не випадкова квотована вибірка. Опитування проводилося в найбільших торгових закладах Херсону, таких як «АТБ», «Сільпо», «Екомаркет», «Малина», «Таврія В» і деяких роздрібних магазинах, розташованих в найближчих житлових зонах покупців хлібопродуктів, та кіосках, які знаходяться в місцях найбільш активного транспортного сполучення. Формою збору первинної маркетингової інформації від покупця слугувала закрита структурована анкета, яка містила 17 запитань. В дослідженні, окрім опитування кінцевих споживачів, нами була використана думка експертів. В експертизі прийняли участь 10 експертів, які відповідали на відкриті запитання в ході особистої зустрічі за допомогою інтерв'ю.

В якості критеріїв цільового клієнта з поміж характеристик споживача було обрано стать, вік, сферу діяльності, рівень доходів та розмір сім'ї респондентів. Зі всієї кількості опитаних більшість склали жінки - 53 %. Рівень доходу більшості опитаних знаходився в межах 3200-5000 грн. Найбільшу частку серед споживачів за сферою діяльності займали студенти (23%), а найменш чисельними серед опитаних споживачів виявилися домогосподарки (6%). Щодо характеристики профілю споживача, що є покупцями хлібопродуктових виробів міста Херсон, за віковими групами, то їх об'єднано у три сегменти: I – включає людей у віці від 18 до 24 років (34%), II – від 25 до 55 років (52%), III – від 56 і більше років (14%). У результаті найбільш широким сегментом став другий, об'єднавши споживачів

у віці від 25 до 40 років (30%) і від 41 до 55 років (22%). За розміром сім'ї респондента була встановлена наступна динаміка: 2 особи – 28%, 3 особи – 25%, 4 особи – 25%, 1 особа – 10%, 5 осіб – 9%, 7 осіб – 3%.

З результатами опитування покупців хлібопродуктів в місті Херсоні за асортиментними перевагами найбільший попит мав хліб пшеничний вищого гатунку (38% опитаних), а найменший - хліб пшеничний другого гатунку (7%). Як показали результати, більшість покупців (68%) купують хліб двічі на тиждень, це зумовлено його терміном зберігання та скороченням доходів споживачів, які замінюють деякі продукти хлібобулочними виробами.

Відносно ж виробників хлібобулочних виробів, то споживачі міста Херсона віддають більшу перевагу продукції: ПАТ «Херсонський хлібокомбінат» (26%), ТОВ «Берислав-хлібозавод» (24%), «Хлібокомбінат Скадовського РАЙСТ» (13%), ПП «Хлебный мир» (13%), ПП «Житниця» (10%), ПАТ «Каланчацький комбінат хлібопродуктів» (7%), ТОВ «Дніпро» (7%). Якщо ж розглядати фактори, які найбільше впливають на вибір при купівлі хлібобулочних виробів, то було виявлено, що смакові якості відіграють для споживача найбільше значення і складають 25%, в свою чергу якість продукції посіла друге місце у шкалі споживчих переваг - 23%, найменший впливом користується фактор - виробник продукції (15%), що свідчить про наявність на ринку відносно однакової по своїм властивостям продукції здатної задовольнити потреби споживачів стосовно хлібопродукту. Найбільш поширеним місцем для придбання хлібобулочних виробів є кіоск (30%), потім, великий супермаркет (24%) популярність яких серед покупців зростає з кожним роком. Найменша кількість покупок здійснюється на стихійних ринках (4%).

Для споживачів з рівнем доходу нижче середнього, які витрачають на продукти харчування 21% місячних витрат, основний критерій вибору - ціна, при підвищенні якої вони перейдуть на більш дешевий продукт. У споживачів з рівнем доходу вище середнього, що витрачають на продукти харчування 12% місячних витрат, хліб займає в структурі їх щоденного

споживання невелику частку, а витрати на продукти харчування перерозподіляються на користь таких продуктів як фрукти, овочі. Ця група споживачів виявляє інтерес до продуктів для здорового способу життя та екологічно чистих продуктів.. Також результати дослідження показали, що найбільший інтерес до нових видів хлібопродукції виявили жінки, які проживають у місті, віком від 20 до 50 років з рівнем доходу вище за середній та високим.. Ними до очікуваних вигід було віднесено: натуральний склад продукту, дієтичні властивості продукції та загальну користь для здоров'я. Цікаво, що багаточисельні сім'ї виявили менший інтерес до такої продукції, що обумовлено бажанням уніфікувати закупку хлібобулочних виробів для всіх членів сім'ї.

Таким чином проведені маркетингові дослідження виявили ключові чинники вибору цільового споживача, що може бути використано в процесі розробки стратегії позиціонування та просування хлібопродукції на ринку Херсонщини.

### **Література**

1. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження: практичний аспект: підруч. / А. О. Старостіна. – К.: Вид. дім «Вільямс», 1999. – 263 с.

**Галат Л.М.,** к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНЦІЇ**

Конкуренція є одним з елементів ринку, головною рушійною силою функціонування будь-якого механізму ринку і ринкової економіки в цілому. Під конкуренцією у ринковому господарстві розуміється економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і протистояння суб'єктів господарювання, що виробляють товари, послуги за найбільш вигідні умови виробництва та

реалізації товарів. Конкуренція у світовому господарстві – економічний важіль стимулювання виробництва і підвищення якості продукції, пристосування її до потреб споживачів, одна з об'єктивних умов функціонування і розвитку підприємств, бізнесу на основі міжнародного розподілу праці.

Проте, є суттєві відмінності у трактуванні поняття конкуренції в залежності від рівня розвитку економіки країни та середовища споживачів в ній, їх інтегрованості у глобальному просторі, здатності його господарюючих суб'єктів забезпечити прогрес національної економіки чи вітчизняних товаровиробників у конкурентному, змагальному режимі, у тому числі максимальну мобілізацію можливостей та компетентностей кожної окремої людини. Це також і характеристика рівня, стану та особливостей національного ринку, у кінцевому рахунку – вагомості держави, потужності національної економіки про яку йдеться, її міжнародної ваги, рівня розвитку інституційних засад та відповідальності, яку вони здатні нести у справах з іноземними партнерами.

Важко поставити на один рівень, наприклад, конкурентний режим країни, яка здатна ефективно здійснювати торгівельні, посередницькі відносини, і країни, які мають фірми з динамічним виробництвом, яке бере участь у виробництвах та проектах на світовому ринку. Або країни, підприємства яких мають такий технічний рівень, логістику, інфраструктуру, що можуть орієнтуватися лише на складальне виробництво, або на застосування запозиченої технології, і країни, які здатні забезпечити увесь цикл створення та просування товару до споживача, починаючи з науково-технічних і теоретичних розробок до широкого комплексу маркетингових дій. Можемо зазначити, що країни конкурують одна з одною не лише по кількості та якості продуктів та послуг на душу населення, але й по характеру методів, способів, прийомів, за допомогою яких це досягається, своїм конкурентним середовищем.

Мають відмінності і у конкретних формулюваннях, оскільки є підхід виключно економічний і соціально орієнтований; загально ринковий або орієнтований на певні сектори (олігархічний, малий середній бізнес); побудований на діалозі, «грі за правилами» або на жорсткому протистоянні та крайніх методах тиску. Існують відмінності у формулюваннях в залежності від того, на які сфери у національній економіці розповсюджуються принципи дії ринку (лише на сферу обігу, торгівля переважно, збут, або на сфери руху капіталу, робочої сили, тобто визначальним є широкий підхід).

Перш за все, дослідники конкуренції у ХХ столітті визначали її переважно з економічних позицій, у широкому тлумачення. Нобелівський лауреат професор Массачусетського технологічного інституту Пол Самуельсон трактує конкуренцію як досконало розроблений, складний механізм координації, який об'єктивно реалізується через систему цін та ринків. Конкуренція, за Самуельсоном, - це спосіб об'єднання знань і дій мільйонів різних індивідуумів [1].

Інший дослідник міжнародної конкуренції Майкл Портер пише про конкуренцію як силу, яка охоплює: 1) загрозу появи нових конкурентів; 2) конкуренція з боку товарів, що є заміниками і конкурентоспроможних за ціною; 3) суперництво серед конкуруючих продавців; 4) економічні можливості та торгові здібності постачальників; 5) економічні можливості та торгові здібності покупців; Ці п'ять сил визначають ціни, що встановлюються фірмами; рівень витрат, які буде мати виробник; обсяги та масштаби інвестицій, необхідні для перемоги над суперником у конкурентній боротьбі [2].

Відомі у світі дослідники і популяризатори економічних знань К. Макконнелл та С. Брю визначають поняття конкуренції у наступних двох умовах: 1) наявність на ринку великої кількості незалежно діючих покупців та продавців будь-якого конкурентного продукту чи ресурсу; 2) свобода для покупців та продавців виступати на тих чи інших ринках або залишати їх [3].

На відміну від прихильників виключно економічного підходу до трактування конкуренції, автори соціально-політичної орієнтації визначають конкуренцію в основному з позицій групового або навіть класового протистояння чи боротьби. Наприклад, один з основоположників марксистської течії економічної думки Ф.Енгельс ще у першій половині ХІХ століття писав «Конкуренція це найбільш повний вираз переважної у сучасному суспільстві війни усіх проти всіх. Це війна, війна за життя, за існування, за все, а відповідно, у випадку необхідності і війна за життя і на смерть, відбувається не лише між членами цих класів; один стоїть у іншого на шляху, і тому кожен намагається відтіснити решту та зайняти їхнє місце. Робітники конкурують між собою, а буржуа конкурують між собою» [4].

Обидва підходи виражають суть конкуренції у її крайніх проявах, або з позицій сильнішого. Проте, у сучасному глобалізованому світі, де економічними, соціальними, політичними та іншими зв'язками охоплено цілий світ, агресивна конкуренція недоречна, навіть згубна для фірми, що її використовує. Такі конкурентні дії можуть використовуватись лише фрагментарно, короткий час. З огляду на сказане у Західних школах бізнесу приділяють значну увагу при підготовці підприємців напрацюванню навичок та компетенцій, які б дали б можливість вести конкурентну боротьбу враховуючи усі складові середовища бізнесу, перспектив розвитку тощо. При цьому використовують обидва зазначені підходи. У цивілізованих країнах, де є потужне громадянське суспільство, високий рівень розвитку та доступності комунікаційних технологій, зокрема Internet, сильні позиції держави бізнес схиляється до дотримання певних, встановлених «правил гри» та соціальної відповідальності за свої дії, якість продуктів та послуг. При їх недотриманні, навіть ненавмисному, бізнес може понести суттєві збитки. Так, власник відомої соціальної мережі Fesеbook Марк Цукерберг, через послаблення пильності та недотримання умов безпеки у використанні персональних даних певної кількості користувачів їхніми ресурсами та їх витік на широкий загаль, загроза використання, вимушений був не тільки публічно вибачатися

на весь світ, а і інвестувати у впровадження нових засобів безпеки для мережі та вести роз'яснювальну роботу серед користувачів мережі про подальші плани щодо безпеки, відповідальності тощо. При цьому компанія не тільки мала збитки, а й понесла додаткові витрати на посилення захисту та створення додаткових умов безпеки для користувачів.

Слід зазначити, що у трансформаційних економіках, таких як українська чимало таких ринкових структур, де панує монополія чи олігополія, та вони зосереджені в основному у ресурсних галузях. Для таких ринків про соціальну складову конкуренції говорити поки що не приходиться. Стосовно монополістів необхідно застосовувати державне регулювання тарифів, цін, надання ліцензій, регулювання ставок рентних платежів та інших механізмів впливу. Проте, у високотехнологічних секторах економіки, науково-технічних галузях, на підприємствах де використовується праця багатьох людей від фаху, професійного рівня, підготовки залежить успіх бізнесу соціальна відповідальність стосовно своїх працівників неминуча і у багатьох провідних фірмах світу активно використовуються різні форми стимулювання, заохочення, захисту, співпраці та інше. Поява такої форми комунікації між споживачами, як відгуки у мережах, у тому числі негативні, громадська взаємодія «проти» також змушує бізнес відповідальніше ставитися до якості продукції, що випускається задля утримання своїх конкурентних позицій.

### Література

1. Самуельсон П. Экономика. – Т1. – М. - МГП «АЛГОЛ» ВНИИСИ . - 1992. – С.38
2. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ./ Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международ. отношения, 1993. – С.53.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. – М., 1992. – С.52.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения. – Т.1. – М.,1984. – С. 293.

**Ковтун В.А.**, к.с.-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ТОВАРНА БІРЖА – НАЙДІЄВІШИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНФРАСТРУКТУРИ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ**

На сучасному етапі розвитку аграрного сектору економіки є не тільки наукове супроводження процесу реалізації інноваційних технічно-технологічних рішень у виробничий процес, а й формування раціональних та результативних моделей збуту. Для України, де сільське господарство є пріоритетним сектором національної економіки, розвиток аграрного ринку має життєво важливе значення. Активізуються питання, пов'язані з комплексним підходом виробничо-комерційної діяльності суб'єктів аграрного ринку з питань ресурсного забезпечення їх діяльності та тенденцій розвитку маркетингової інфраструктури внутрішніх ринків сільськогосподарської продукції та продовольства. Необхідне обґрунтування та використання конкретних заходів в практичній діяльності суб'єктів агробізнесу при розв'язанні проблеми ефективного функціонування продовольчого ринку за сучасних умов.

Серед усіх ринків найважливіший – продовольчий ринок, лише його продукція забезпечує існування людства. Він є частиною національного ринку та кінцевою метою і завданням його є забезпечення продовольчої безпеки держави. Продовольчий ринок належить до найскладніших ринкових систем, що охоплює майже всі галузі суспільного господарства. Він включає: сільське, водне, лісове та рибне господарства, машино - та приладобудування; будівельну галузь; хімічну, легку та харчову промисловості; транспорт та зв'язок тощо. Цей ринок має ряд своїх особливостей: постійне функціонування, сезонність виробництва та споживання багатьох продуктів харчування, багатовекторність інфраструктури ринку тощо [1].



Формування ринку продовольчої продукції – важлива функція держави, яка має забезпечувати створення державного фонду і запасів сировини та продуктів її переробки; централізовані державні закупівлі потрібної кількості аграрної продукції і продуктів її переробки. Загальнодержавні потреби в продуктах харчування забезпечуються через закупівлю на товарних біржах, аукціонах.

Формування ринкових відносин вимагає трансформацію існуючих ринкових структур та створення нових інститутів. Основними складовими ринкової інфраструктури аграрної продукції є товарні біржі, аукціони, виставки-ярмарки, система споживчої кооперації, торгово-кредитні компанії, оптові продовольчі ринки, сільські ринки, мережа торгових точок, агроторгові будинки, аграрна палата, фірмові магазини, заготівельні пункти тощо. Інфраструктура аграрного ринку включає три сфери – матеріальну, інституційну та персональну та має такі блоки – виробничий, соціально-побутовий, інституційний, персональний та екологічний [2].

Товарна біржа є найдієвішим елементом інфраструктури аграрного ринку, яка має забезпечувати визнання реальної ціни товару, прозору та стабільну взаємодію його учасників, ефективне просування товарів, мінімалізацію цінових ризиків тощо. Згідно Закону України « Про товарну біржу» товарна біржа є організацією, яка створюється на принципах добровільності та об'єднує зацікавлених юридичних та фізичних осіб, що здійснюють виробничу та комерційну діяльність з метою надання послуг в укладанні біржових угод, визначенні товарних цін, попиту і пропозиції на товари, створення умов для забезпечення товарообігу та пов'язаних з ним торговельних операцій. [3].

Товарна біржі - корпоративна, некомерційна асоціація членів корпорацій, що забезпечує матеріальні умови для куплі-продажу товарів на ринку шляхом продажу з молотка згідно з правилами і процедурами, що забезпечують рівність для клієнтів і членів біржі. Вони здійснюють купівлю і продажу не товарів, а контрактів на їх поставку. Торг відбувається за

принципом подвійного продажу з молотка, тобто ціни у покупців підвищуються, а у продавців знижуються. Біржовий торг це величезна кількість аукціонів, які проходять в одному місці і практично в один час.

Функції товарної біржі – розробка стандартів на реалізовану продукцію через біржу та пакету типових контрактів по угодах куплі-продажу; котирування цін; економічного індикатора; збалансування попиту та пропозиції через прозорі процедури; упорядкування та уніфікація ринку товарних та сировинних ресурсів; гарантії поставки продукту стимулювання розвитку аграрного ринку; інституту ринкової економіки; хеджування ризику; врегулювання суперечок та інформаційна діяльність. [4].

Необхідно удосконалювати різноманітні напрямки продажу аграрної продукції в залежності від видової її приналежності. Біржові аграрні товари умовно об'єднані в такі групи: зернові ( пшениця, овес, кукурудза, жито, ячмінь, рис, гречка, горох); технічні і продукти їх переробки ( соняшник, соя, бавовник, льон, олії, шроти); живі тварини і м'ясо ( велика рогата худоба, живі свині, бекон, вівці ); харчосмакові товари ( цукор-сирець, цукор рафінований, кава, какао-боби, картопля, рослинні масла, прянощі, яйця, арахіс тощо ); текстильна сировина ( бавовна, джут, конопля, натуральний та штучний шовк, мита вовна тощо) Товарна біржа аграрного ринку завжди дає можливість купити або продати реальний продукт [1].

### Література

1. Страшинська Л.В. Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні: Монографія / Л.В.Страшинська / за ред.. Б.М.Данилишина. – К.:Профі, 2008.-532 с.
2. Міщенко Д.А. Аграрний маркетинг в системі управління діяльністю на вітчизняному продовольчому ринку / Д.А.Міщенко // Агросвіт. – 2014. - №13. – С. 27-30.
- 3.Закон України « Про товарну біржу» від 10.12.1991 № 1956-ХІІ/ Відомості Верховної Ради України (ВВР) – 1992. - №10 .- 140с.

4. Березін О.В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку: Монографія / О.В.Березін. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

**Черненко К. В.**, к.е.н., ст. викладач

кафедри бухгалтерського обліку

**Куроп'ятник Я. В.**, студентка 3

курсу спеціальності «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## **ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ПАЙОВИХ ВНЕСКІВ ЧЛЕНІВ ЖБК**

Кооператив є юридичною особою, створеною фізичними або юридичними особами, які добровільно об'єдналися з метою ведення господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування (ст. 2 Закону України «Про кооперацію» від 10.07.03 № 1087 – IV, далі – Закон № 1087) [1, с. 34].

Житлово – будівельні кооперативи (далі ЖБК) належать до обслуговуючих кооперативів. Так відповідно до п.1 р.1 Примірного статуту житлово – будівельного кооперативу, затвердженого постановою Ради Міністрів УРСР від 30.04.85 р. № 186, ЖБК створюють для забезпечення житлом членів кооперативу та членів їхніх сімей шляхом будівництва, зокрема, багатоквартирного житлового будинку за власні кошти кооперативу за допомогою банківського кредиту, а також для подальшої експлуатації та управління цим будинком. Зауважимо: наразі обходяться без кредитів.

Пай являє собою частку члена кооперативу в пайовому фонді, що дозволяє брати участь в управлінні кооперативом. Причому її повертають членові кооперативу в разі виходу.

Пайовий внесок за своєю економічною суттю відповідає внеску засновника до статутного капіталу. Підтверджує це й Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 р. № 291. Так, згідно з цим документом пайовий капітал, зокрема, житлово – будівельного кооперативу рекомендується обліковувати на субрахунку 402 «Пайовий капітал». Тобто фактично використовується той самий рахунок, що й для обліку статутного капіталу [2].

Під час оформлення житла на членів кооперативу можна говорити про постачання. Себто в цьому разі в кооперативу буде перевищено реєстраційний ліміт, а тому доведеться оформити заяву про реєстрацію як платника ПДВ.

У пп. 197.1.14 ПКУ сказано: податкові зобов'язання нараховують на перше постачання житла. А до нього, зокрема, відповідно до пп. «а» цього підпункту, відносять: першу передачу готового житла у власність покупця або постачання послуг зі спорудження такого житла за рахунок замовника.

Звідси випливає, що податкових зобов'язань у кооперативу не має бути. Однак контролери в категорії 101.12 загальнодоступного інформаційно – довідкового ресурсу [2] зазначили: якщо після завершення будівництва право установчі документи на нові квартири оформляє підприємство-забудовник, то операцією з першого постачання житла вважають операцію з подальшого передання забудовником такого житла у власність іншим особам (фізичним або юридичним особам - покупцям). Звідсіля висновується: коли право власності на нове житло оформлює кооператив, то першим постачанням слід уважати передачу такого житла членам кооперативу. Ми з такою позицією не згодні. У пп. 197.1.14 ПКУ про право власності не згадується. Натомість у ньому сказано про постачання послуг з будівництва, яке названо першим постачанням. Повторимо: ми вважаємо, податкових зобов'язань під час передачі квартир фізичним особам не повинно бути.

У листі від 15.04.13 р. № 165/06-15-13 Державна реєстраційна служба України пояснила, що законодавство передбачає можливість подання документів для проведення держреєстрації прав власності на житло як забудовником (особою, яка залучила кошти у будівництво), так і безпосередньо кожним інвестором. І якщо право власності на новозбудоване житло відразу оформлюють на фізичних осіб, то питання про ПДВ для кооперативу узагалі не виникає.

Стаття 27 Закону України «Про кооперацію» є досить ризикованою для члена кооперативу в контексті можливості «випадково» втратили всі вкладені ним в ЖБК кошти, вона передбачає: кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями всім належним йому майном. Порядок покриття завданих кооперативом збитків визначається його статутом. Члени кооперативу відповідають за зобов'язаннями кооперативу в межах внесеного ними паю, якщо інше не було передбачено статутом кооперативу або законом. Для запобігання втраті членами своїх паїв у результаті необдуманого взяття кооперативом на себе певних невігідних для нього зобов'язань слід чітко в статуті і договорі прописати, які це можуть бути зобов'язання, в яких випадках відповідальність несуть члени ЖБК, а в яких – правління і голова правління.

Законодавство України не врегульовує питання строків, паснакопичення, надаючи право ЖБК в статуті і договорі визначити строки формування паснагромадження, що є, на нашу думку, суттєвим недоліком.

### Література

1. Алпатова Н. Пайовий внесок на вході, квартира на виході: ПДВ-облік у кооперативу / Н. Алпатова// Все про бухгалтерський облік. – 2017. – № 47 від 24.05.2017. – С.34-35.
2. Інструкція «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і

організацій» від 30.11.1999 № 291. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

**Лега О. В.**, к.е.н., доцент, доцент  
кафедри бухгалтерського обліку

**Козачок К. В., Шевельова Л. О.**,

здобувачі вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛІК ДОВГОСТРОКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ З ОРЕНДИ: СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ**

Метою дослідження фахових видань з обліку довгострокових зобов'язань є: систематизація знань щодо довгострокових зобов'язань з оренди як об'єкта бухгалтерського обліку на основі опрацювання фундаментальної, наукової літератури та чинної нормативно-правової бази. Дослідженням встановлено, що питання обліку довгострокових зобов'язань з оренди широко висвітлюються у працях відомих вчених, таких як: В. Базилевич, В. Бочковий, О. Васильчишина, Н. Колос, Л. Кондратюк, Ф. Бутинець, О. Петрик, О. Редько, В. Рудниуький, Н. Проскуріна, В. Артиш, А. Загородній.

Опрацювавши фахові видання, наразі можемо виділити питання, що розглядаються та зробити висновок – чи було розкрито наведені питання, поставленні науковцями. Систематизуємо всі отримані дані у табл. 1:

Таблиця 1

## Опрацювання фахових видань з довгострокових зобов'язань з оренди

Бібліографічний опис статті	Питання, що розглядаються	Критика
Переваги та недоліки лізингових і орендних відносин у господарській діяльності [2]	1. Дослідження переваг та недоліків лізингових і орендних відносин; 2. Порівняльна характеристика економічної сутності оренди та лізингу;	Розглянуто переваги та недоліки саме лізингу, ступінь визначення лізингу на законодавчому рівні. При цьому переваги та недоліки оренди не було розглянуто. Питання у статті не було повністю розкрито.
Облік оренди біологічних активів тваринництва [2]	1. Аналіз та оцінка варіантів оренди тварин; 2. Розкриття порядку обліку орендних операцій і розрахунків між орендодавцями та орендарями;	Розглядаються 4 варіанти оренди біологічних активів тваринництва, та приведені приклади з відображенням операцій 4 варіантів обліку оренди БА тваринництва.
Облік орендних операцій суб'єкта господарювання [4]	1. Оцінка бухгалтерських стандартів та практики обліку орендних операцій суб'єкта господарювання; 2. Визначення оренди та інвестиційної діяльності; 3. Пропозиції по удосконаленню відображення орендних операцій на рахунках бухгалтерського обліку.	Оцінка бухгалтерських стандартів та практики обліку орендних операцій у статті не була розкрита. Замість цього, у статі порівнюється МСБО17 та П(С)БО 14. У статі було наведено визначення оренди та інвестиційної діяльності. Також наведені пропозиції по удосконаленню відображення орендних операцій на рахунках бухгалтерського обліку.
Аудит фінансової оренди основних засобів [3]	1. Побудова організаційної моделі аудиту фінансової оренди основних засобів.	Детально та поетапно розглядається проведення аудиту на підприємству фінансової оренди.
Облік оренди в контексті проекту міжнародного стандарту «оренда» [5]	1. Огляд основних положень проекту МСБО «Оренда»; 2. Визначення подальшого порядку обліку орендних операцій орендодавця та орендаря;	Зазначаються проблеми МСФЗ щодо орендної діяльності які проявилися у кризі 2008 р. Наведені подальші проекти щодо покращення фінансової звітності, та розкрита основна ідея нового проекту стандарту. Також в статі розкриваються 2 моделі обліку: для оренди «Типу А» і «Типу Б».

Отже, до найбільш актуальних питань, що розглядаються в наукових виданнях за досліджуваною темою слід віднести: дослідження переваг та недоліків лізингових і орендних відносин; порівняльна характеристика економічної сутності оренди та лізингу; аналіз та оцінка варіантів оренди тварин; розкриття порядку обліку орендних операцій і розрахунків між орендодавцями та орендарями; оцінка бухгалтерських стандартів та практики обліку орендних операцій суб'єкта господарювання; визначення оренди та інвестиційної діяльності; пропозиції по удосконаленню відображення орендних операцій на рахунках бухгалтерського обліку; побудова організаційної моделі аудиту фінансової оренди основних засобів; огляд основних положень проекту МСБО «Оренда»; визначення подальшого порядку обліку орендних операцій орендодавця та орендаря.

В результаті дослідження авторських підходів з питань удосконалення обліку довгострокових зобов'язань з оренди вважаємо, що найбільш цінними є пропозиції авторів щодо:

- впровадження лізингових операцій, яке сприятиме оновленню основних засобів завдяки збільшенню доступу суб'єктів господарювання до зовнішніх джерел фінансування інвестицій та направленням вивільнених коштів на інші господарські потреби;

- використання рекомендацій з аудиту фінансової оренди основних засобів дозволить виявити помилки, що виникають в процесі оформлення документів;

- аналіз основних положень Проекту нового стандарту ED/2010/9 «Оренда» дає змогу визначити основні підходи до відображення в обліку орендних операцій в орендаря і орендодавця.

### Література

1. Деньга С. В. Облік орендних операцій суб'єкта господарювання / С. В. Деньга // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. – С. 3 - 8.



2. Никитченко Ю.В. Переваги та недоліки лізингових і орендних відносин у господарській діяльності / Ю. В. Никитченко // Економіка. – 2015. - №2. – С. 158 - 164.
3. Семенець А. О. Аудит фінансової оренди основних засобів [Електронний ресурс] / А. О. Семенець, А. Є. Горбунова // Молодий вчений. – 2017. - №5 (45). – С. 722 – 727. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/5/161.pdf>
4. Сук П. Л. Облік оренди біологічних активів тваринництва [Електронний ресурс] / П. Л. Сук // Облік і фінанси. – 2015. - №2(68). – С. 52 - 58. - Режим доступу: [http://www.vmurol.com.ua/upload/publikatsnauka/2017/Oif\\_apk\\_2015\\_2\\_9.pdf](http://www.vmurol.com.ua/upload/publikatsnauka/2017/Oif_apk_2015_2_9.pdf)
5. Хома С. Облік оренди в контексті проекту міжнародного стандарту «оренда» / С. Хома, Н. Василенко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. – С. 19 - 26.

**Лега О. В.**, к.е.н., доцент, доцент  
кафедри бухгалтерського обліку

**Співак І. О., Возняк О. А.,**

здобувачі вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

## **ПОНЯТТЯ «ЛІМІТ КАСИ» ТА НОВІ ПРАВИЛА ЙОГО РОЗРАХУНКУ**

Готівка – це банкноти і монети в національній валюті України, що акумулюються у касі суб'єктів господарювання і використовуються для забезпечення їх власних потреб. Для підприємств законодавчо прийнятий ряд правил користування готівкою, серед яких одним з найбільш актуальних є встановлення ліміту залишку готівки в касі.

Згідно пп. 16 п. 3 Положення № 148: ліміт залишку готівки в касі (далі - ліміт каси) – граничний розмір суми готівки, що може залишатися в касі в позаробочий час та забезпечити роботу на початку наступного робочого дня. Готівкову виручку (готівку), що перевищує самостійно встановлений ліміт каси, здають до банків для її зарахування на банківські рахунки. Відокремлені підрозділи установ/підприємств мають право здавати готівкову виручку (готівку) безпосередньо до кас юридичних осіб або банку чи небанківської фінансової установи, які в установленому законодавством порядку отримали ліцензію на переказ коштів у національній валюті без відкриття рахунку для її переказу та зарахування на банківські рахунки юридичних осіб (п. 15 Положення № 148) [3].

Суб'єкти господарювання керуючись Положенням №148 та врахувавши особливості роботи, зобов'язані розробити та затвердити внутрішнім документом (наказом, розпорядженням) власний порядок розрахунку ліміту каси підприємства та відокремленого підрозділу (п.50 Положення №148). Тут звертають увагу на строки здавання готівкової виручки для її зарахування на банківські рахунки. Вони залежать від розташування підприємства та режиму його роботи [2].

Ліміт каси установи можуть розраховувати за двома способами на підставі розрахунку середньоденного надходження готівки до каси або її середньоденної видачі з каси. Помилкою не буде для розрахунку ліміту каси брати будь-які місяці господарської діяльності (не обов'язково поспіль). Головне тут – зафіксувати таку єдину методику у внутрішньому документі, наприклад у Положенні про порядок розрахунку залишку готівки в касі. Кожному відокремленому підрозділові встановлюють окремий ліміт [1].

Новоствореним фірмам (тим, які щойно розпочали працювати з готівкою) на перші три місяці їх роботи (з дня першого готівкового

розрахунку) ліміт каси встановлюють згідно з прогнозними розрахунками. А надалі у двотижневий строк після закінчення перших трьох місяців їх роботи ліміт треба переглянути за фактичними показниками діяльності [2].

Установи можуть зберігати у своїй касі готівку, одержану в банку для виплат, що належать до фонду оплати праці, а також пенсій, стипендій, дивідендів (доходу) понад установлений ліміт каси протягом п'яти робочих днів. Готівка для проведення таких виплат працівникам віддалених відокремлених підрозділів підприємств залізничного транспорту та морських портів – десять робочих днів. Готівка, одержана в банку на інші виплати, видається установою своїм працівникам у той самий день [3].

Згідно з п. 54 Положення № 148 готівка не є понадлімітною в день її надходження, якщо: вона перерахована до обслуговуючих банків не пізніше їх наступного робочого дня або видана на господарські потреби підприємства наступного дня; вона надійшла до кас підприємств у вихідні та святкові дні та здана до обслуговуючих банків наступного робочого дня банку (підприємства) або видана на господарські потреби установи.

Для підприємств, що не використовують готівкових розрахунків, ліміт каси не встановлюється. Також до пільговиків, що можуть зберігати будь-яку суму готівки в касі відносять: банки, фізичних осіб підприємців, релігійні організації, що не здійснюють виробничої та іншої підприємницької діяльності.

Відповідальність за порушення норм з регулювання обігу готівки встановлено Указом Президента України від 12.06.1995 року № 436/95 «Про застосування штрафних санкцій за порушення норм з регулювання обігу готівки». При виявленні в касі понадлімітних коштів, що не були вчасно здані до банку, застосовується штраф у двократному розмірі виявленої понадлімітної готівки за кожний день.

Відповідальність несуть і посадові особи, штраф за недотримання ліміту каси для них сягає від 8 до 15 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян – при вчиненні правопорушення вперше, і від 10 до 15 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян – при повторному порушенні. Уникнути штрафу можна при здачі готівки на господарські потреби чи до банку наступного робочого дня.

Таким чином, керування в процесі господарської діяльності актуальною законодавчою базою сприятиме уникненню підприємством фінансових санкцій. Згідно нових правил ведення касових операцій, особливу увагу слід привернути розробці та затвердженню внутрішнім документом власного порядку розрахунку ліміту каси підприємства та відокремлених підрозділів, а також ретельному контролю за вчасним перерахуванням понадлімітних коштів до банку або їх видачі на господарські потреби підприємства.

### Література

1. Мервенецька В. Проблемні питання щодо каси у відокремлених підрозділах: відповіді НБУ / В. Мервенецька. // Баланс-агро. – 2018. – №15. – С. 6–8.
2. Нижник Т. Ліміт каси: що нового в правилах розрахунку / Т. Нижник. // Все про бухгалтерий облік. – 2018. – №18. – С. 8–11.
3. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затверджене Постановою Правління Національного банку України № 148 від 29 груд. 2017р.: [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17> .

**Пилипенко К.А.**, к.е.н, доцент,  
доцент кафедри організації обліку та аудиту

**Бендас Юлія Олександрівна**,  
здобувач вищої освіти  
Полтавська державна аграрна академія

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДОВГОСТРОКОВИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ: ВІТЧИЗНЯНА ТА ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА В КОНТЕКСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ**

Продовольча безпека – це такий рівень продовольчого забезпечення населення, який гарантує соціально-політичну стабільність у суспільстві, виживання і розвиток нації, особи, сім'ї, стійкий економічний розвиток.

Для нормального життєвого рівня кожної людини одним з основних критеріїв є забезпечення поживними речовинами та якісними продуктами харчування. 2017 рік став ще одним роком, коли відбувалося скорочення середньодобової поживності раціону українця, яка скотилась до рівня початку двохтисячних років. За даними статистики, у 2016 році в середньому українці споживали 2742 ккал на добу, що на 57 ккал менше, ніж роком раніше. Розвиток галузі тваринництва безпосередньо пов'язаний із забезпеченням якісного існування нації. Так норма споживання м'яса і молокопродуктів, згідно розрахунку МОЗ України, 80 кг на рік на 1 особу, споживається 50,9 кг, і така тенденція спостерігається на більшість продуктів споживчого кошика [1]. Тому розвиток сільського господарства, а саме галузі тваринництва, правильна організація ведення обліку даного об'єкту відіграє важливу роль для нормального існування та розвитку нації.

Бухгалтерський облік є важливим елементом управління діяльністю будь-якого підприємства чи організації в кожній країні. Правильне ведення бухгалтерського обліку довгострокових біологічних активів (далі – ДБА) є

досить важливим завданням, адже Україна на сьогодні вважається аграрною державою і саме цей сектор промисловості забезпечує кожного з нас продуктами харчування.

Ведення обліку щодо ДБА в міжнародній та вітчизняній практиці дещо відрізняється, тому дослідженню даного питання необхідно приділити особливу увагу.

Довгострокові активи – це один із неліквідних активів підприємства чи організації, строк корисного використання якого становить більше 1 року або операційного циклу, невід’ємною частиною яких, відповідно до нормативних документів України, належать ДБА.

Довгострокові біологічні активи – тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди [3].

У вітчизняній практиці питання ДБА регламентується такими основними документами як П(С)БО 7 «Основні засоби» та ПСБО 30 «Біологічні активи», а в світі – МСБО 16 «Основні засоби», МСБО 41 «Сільське господарство» та МСБО 36 «Зменшення корисності активів» [5].

Поняття необоротні активи в зарубіжній обліковій практиці визначається різними термінами: постійні активи; власність, споруди і обладнання; матеріальні активи тощо. Так, у Швейцарії в балансі необоротні активи об’єднані в одну групу – основні засоби; в Німеччині – основний капітал та фінансові активи; в країнах англо-американської групи – це довгострокові активи, що об’єднують в основні засоби або власність, будівлі і обладнання, невідчутні активи, інвестиції, інші непоточні (позаоборотні) активи [2]. Тобто, загалом як у зарубіжній так і у вітчизняній практиці, даний вид майна за своєю суттю поділяють на три групи: матеріальні довгострокові активи; нематеріальні довгострокові активи; довгострокові фінансові інвестиції.

Так, для визначення оцінки довгострокового активу та визначення його первісної вартості в національних стандартах України наведено чіткий перелік окремих статей, які входять до неї. В той час як за міжнародними стандартами, до первісної вартості основних засобів включають: ціну придбання за вирахуванням отриманих знижок, митні збори, невідшкодовані податки, витрати, що прямо відносяться до приведення основних засобів до робочого стану. В окремих країнах дозволено включати до первісної вартості основних засобів суму відсотків по позиках, пов'язаних з придбанням об'єктів [3].

В Україні нормативними документами передбачено п'ять методів нарахування амортизації: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний та виробничий. Натомість, МСБО 16 містить чотири методів амортизації, які слід використовувати для розрахунку амортизації довгострокових біологічних активів та її послідовність. Єдиною вимогою є те, що метод амортизації повинен забезпечити розподіл вартості активу на систематичній основі і відображати спосіб, яким економічна вигода від даного активу споживається підприємством. Це означає, наприклад, якщо автомобіль використовується для доставки вантажів замовникам, його амортизацію доречно нараховувати на основі пробігу в кожному звітному періоді (виробничий метод). У свою чергу, амортизація службового автомобіля керівника може нараховуватися методом прямолінійного списання.

Класифікацію методів нарахування амортизації довгострокових активів можна представити у вигляді схеми (рис. 1) [2, с. 129-130].

Ще одним важливим аргументом важливості ведення обліку ДБА є його вплив на визначення фінансових результатів діяльності. В національній практиці більшість сільськогосподарських підприємств користується зарубіжним методом абзорпшен-костинг (метод повних витрат), що полягає у розподілі витрат на прямі та непрямі.

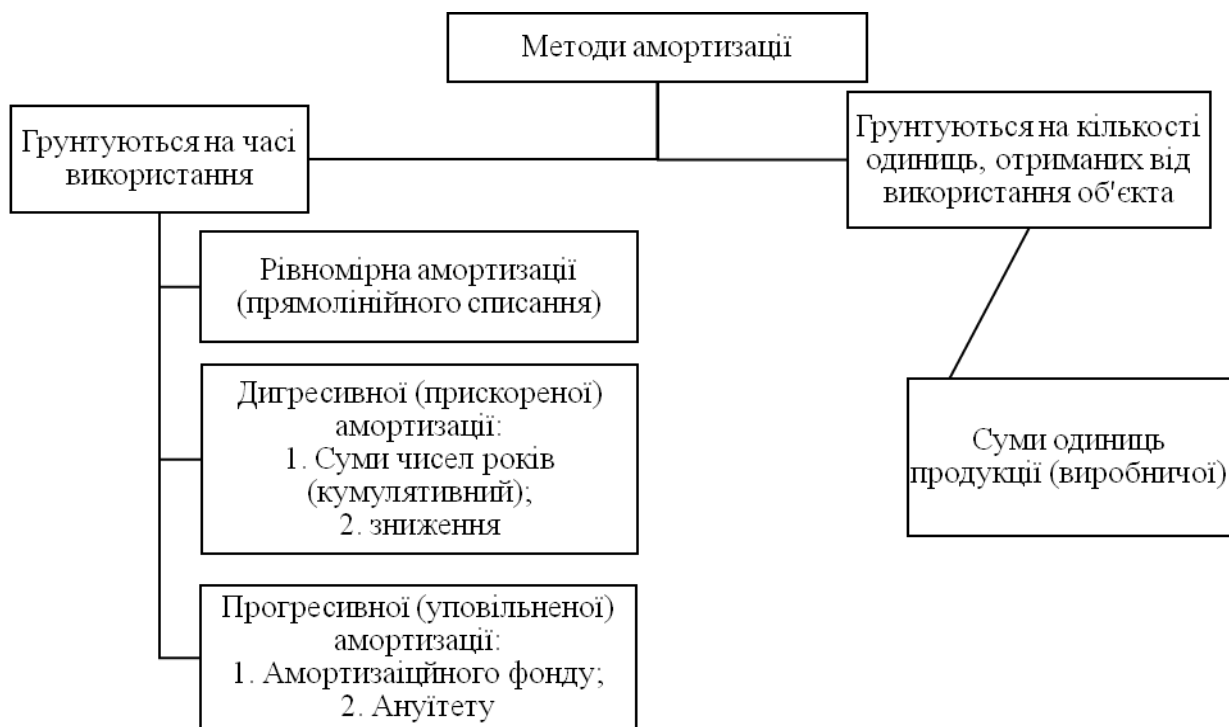


Рис. 1. Класифікація методів нарахування амортизації

Іноді зустрічається застосування методу директ-костинг, основою якого є поділ витрат на постійні та змінні. Навіть порівнюючи застосування цих методи калькулювання собівартості виходу продукції від ДБА та визначення фінансових результатів операційної діяльності будуть відчуватися суттєві відмінності, що прямо впливає на економічну безпеку продовольства України.

На підставі проведено дослідження можемо зазначити, що на рівні держави необхідно створити такий рівень забезпечення сільськогосподарською продукцією, що забезпечив би соціально-політичну стабільність у суспільстві, виживання і розвиток нації, кожного окремого індивідуума, сім'ї, стійкий економічний розвиток та підняв рівень продовольчої безпеки держави.



## Література

1. Продовольча безпека в Україні у 2016 році. Огляд основних індикаторів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/tegy/prodovolcha-bezpeka>.
2. Акімова Н.С. Облік в Зарубіжних країнах : [Навч. посіб.] / Н. С. Акімова., А. П. Грінько, О. В. Топоркова, Т. А. Наумова, Н. С.Ковалевська, Л. О. Кирильєва, В. В. Янчев. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 288 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/282/1/эк.лок.pdf>.
3. Голов С.Ф. Бухгалтерский учет и финансовая отчетность по международным стандартам / С.Ф. Голов, В.Н. Костюченко. – Х. : Фактор, 2007. – 976 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» № 790 від 18 листоп. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>.
5. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності [Електронний ресурс] / Режим доступу [http://ifrs2.kreston-gcg.com/?creative=267106188869&keyword=%2B%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%96%20%2B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%20%2B%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97%20%2B%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96&matchtype=b&network=g&campaign=1378632700&device=c&url=http://ifrs2.kreston-gcg.com/&gclid=EAiaIQobChMIxuaP3biq2wIVQ7TtCh1mowBGEEAAYASAAEgLLo\\_D\\_BwE](http://ifrs2.kreston-gcg.com/?creative=267106188869&keyword=%2B%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%96%20%2B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%20%2B%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97%20%2B%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96&matchtype=b&network=g&campaign=1378632700&device=c&url=http://ifrs2.kreston-gcg.com/&gclid=EAiaIQobChMIxuaP3biq2wIVQ7TtCh1mowBGEEAAYASAAEgLLo_D_BwE).

**Пилипенко К.А.**, к.е.н., доцент  
кафедри організації обліку та аудиту,

**Рунчева Н. В.**, д.е.н., доцент,  
проректор з наукової роботи

**Антошкін В. К.**, к.е.н., доцент  
кафедри економіки та фінансів

ТОВ «Бердянський університет менеджменту та бізнесу»

## **СТВОРЕННЯ СЛУЖБИ ФІНАНСОВИХ РОЗСЛІДУВАНЬ ТА ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ПРОТИДІЇ ФІНАНСОВИМ ЗЛОЧИНАМ**

Останнім часом фінансовий сектор України продовжує переживати складний та суперечливий шлях реформ. Про це свідчить трансформація банківського сектору, яка триває досі і характеризується такими явищами, як значне скорочення числа учасників ринку, збитковість банківської системи, виведення з ринку малих та середніх банків, зменшення присутності на ринку банків із приватним українським капіталом та ріст концентрації банків із державним, іноземним та російським капіталом. За інформацією прес-служби регулятора, у 2016 р. було зафіксовано історично високий збиток банківського сектору – 159 млрд. грн. Разом з цим, економічна ситуація в країні, на думку вітчизняних експертів, перебуває у стані оздоровлення, і НБУ прогнозує прибуткову діяльність банківського сектору у 2017 р. [6].

Згідно з інформацією, розміщеною на сайті НБУ, реформи у фінансовому секторі триватимуть і будуть ще більш глибокими та комплексними. Перш за все, заслуговують на увагу зміни у законодавстві, що регулює фінансові послуги. Так, 7 грудня 2016 р. Кабінет Міністрів України своєю постановою № 913 затвердив Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з надання фінансових послуг (крім професійної діяльності на ринку цінних паперів), якими був визначений перелік видів господарської діяльності, що відносяться до фінансових послуг та,

відповідно, підлягають ліцензуванню, встановлений порядок отримання ліцензій та зазначені вимоги до фінансових установ. Фінансові установи, які раніше вже отримали ліцензії на провадження такої діяльності, зобов'язані впродовж двох місяців привести свою роботу у відповідність із зазначеними вимогами.

Іншими важливими змінами були нововведення у сфері валютного регулювання. Національний банк України зняв адміністративні обмеження стосовно операцій з експорту послуг у відповідності до Закону України № 1724-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг)» [3], який було прийнято Верховною Радою 03 листопада 2016 р. і який набув чинності 03 грудня 2016 р. Для цього Національний банк вніс зміни до «Інструкції про порядок здійснення контролю за експортними, імпорнтними операціями» [4], які спрощують проведення операцій з експорту послуг:

- резиденти, які здійснюють експорт послуг (крім транспортних і страхових), прав інтелектуальної власності, авторських та суміжних прав, не повинні будуть дотримуватися законодавчо встановленого строку розрахунків за цими операціями (зараз такий строк становить 120 днів);

- подаючи документи до банку, експортери зможуть не перекладати на українську мову документи, у тому числі рахунків (інвойс), викладених англійською мовою або викладених іншою іноземною мовою з одночасним викладенням англійською мовою;

- банки зможуть використовувати копії документів, у тому числі рахунків (інвойс), в електронній формі для валютного контролю за експортно-імпорнтними операціями резидентів.

Відповідні зміни затверджено постановою Правління Національного банку України № 419 від 30 грудня 2016 року «Про затвердження Змін до Інструкції про порядок здійснення контролю за експортними, імпорнтними операціями», які набули чинності з 3 січня 2017 р. [4].

Іншими змінами у законодавстві, що регулює фінансові послуги експортних операції свідчить Постанова № 410 «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» [5], яка набула чинності 16 грудня 2016 р. Згідно даної Постанови № 410, Національний банк України продовжив тимчасові обмеження на грошово-кредитному та валютному ринках. Так, на сьогодні діють такі обмеження [1]: обов'язковий продаж надходжень в іноземній валюті на користь юридичних осіб на рівні 65 % ( з 6 квітня 2017 року знову були внесені зміни - 50% валютної виручки підлягає обов'язковому продаж); ліміт купівлі валюти готівкою фізичними особами на рівні 12 тис. грн. в день; заборона на переказ за кордон валюти понад 15 тис. грн. в день і 150 тис. грн. в місяць; заборона на здійснення розрахунків готівкою за участю фізичних осіб понад 50 тис. грн. в день; ліміт на зняття з рахунків готівки в іноземній валюті на рівні 250 тис. грн. в день; обмеження строку розрахунків за операціями з експорту й імпорту товарів на рівні 120 днів; заборона дострокового погашення кредитів від нерезидентів; строк резервування гривні для купівлі іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку на рівні одного дня; обмеження взаємозаліку вимог за експортними договорами.

Слід зазначити, що Національний банк України зробив Постанову № 410 «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» безстроковою. При цьому строк дії не встановлюватиметься для вимоги щодо обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті, яка діятиме до 15 червня 2017 р., а також до обмежень, встановлених Законом України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті». Згодом низкою своїх постанов НБУ продемонстрував намір і далі дотримуватися обраного курсу на спрощення обмежень на валютному та грошово-кредитному ринках. Заслужують на увагу наступні нововведення [6]:

- 1) зменшення суми для здійснення розрахунків у готівковій формі за участю фізичних осіб з 150 тис. до 50 тис. грн. (постанова Правління НБУ №407 від 25.11.2016, яка набрала чинності 4 січня ц. р.);

2) дозвіл банкам купувати іноземну валюту на міжбанківському валютному ринку у більших сумах – до 0,5% розміру регулятивного капіталу (постанова Правління НБУ № 7 від 7.02.2017 р.);

3) покладення на платіжні системи обов'язку здійснювати контроль за діяльністю своїх учасників, зберігати інформацію про операції з переказу коштів тощо (постанова Правління НБУ № 11 від 13.02.2017 р.);

4) надання НБУ права відмовити у наданні індивідуальної ліцензії на здійснення валютних операцій, якщо операція здійснюється на користь особи з місцезнаходженням у будь-якій країні-агресорі (постанова Правління НБУ №12 від 21.02.2017 р.);

5) скасування обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті, якщо такі кошти надходять як грошове забезпечення (застава, депозит, гарантія тощо) для участі у аукціонах/торгах; дозволено здійснювати купівлю іноземної валюти, якщо на рахунках знаходяться кошти в сумі не більше \$ 100 тис. (постанова Правління НБУ № 13 від 22.02.2017 р.);

6) скасування вимоги отримання фізичними особами індивідуальних ліцензій НБУ на операції з розміщення на закордонних рахунках іноземної валюти з джерелом походження за межами України, а також здійснення інвестицій за кордоном за рахунок коштів, що знаходяться за межами України (постанова Правління НБУ № 14 від 23.02.2017 р.);

7) скасування вимоги щодо попереднього отримання дозволу НБУ для купівлі іноземної валюти та перерахування коштів за межі України на користь нерезидентів. Про такі операції клієнтів банки будуть інформувати НБУ після їх завершення (постанова Правління НБУ № 15 від 28.02.2017 р.);

8) спрощення процедури реєстрації змін у кредитні договори за залученими резидентами від нерезидентів кредитами в іноземній валюті, що мають ознаки ризикових операцій. При цьому скасована вимога щодо подання НБУ сканкопій документів для здійснення реєстрації зазначених змін. Така спрощена процедура стосується лише змін щодо зниження процентної ставки, комісій/неустойки, зміни обслуговуючого банку,

юридичної адреси або пролонгації строку кредиту (постанова Правління НБУ № 18 від 2.03.2017 р.).

Отже, у зв'язку з прийняттям Закону України № 1724-VIII та набранням чинності постановою Правління НБУ № 419, починаючи з 3 січня 2017 р. банки не зобов'язані здійснювати контроль за дотриманням резидентами встановлених законодавством строків розрахунків за експортними операціями. Проте, зазначені положення стосуються лише операцій з експорту послуг (крім транспортних і страхових), прав інтелектуальної власності, авторських та суміжних прав (включаючи випадки незавершених розрахунків за такими експортними операціями). Обраний напрямок НБУ останніх змін у банківському законодавстві спрямований на поступову лібералізацію валютного регулювання та налаштований поступово знімати існуючі адміністративні обмеження. Це стосується валютних обмежень, обмежень у експортно-імпортних операціях та здійснення іноземних інвестицій.

### Література

1. Актуальні правила валютного регулювання [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://dlf.ua/ua/aktualni-pravila-valyutnogo-regulyuvannya>.
2. НБУ усунув адміністративні бар'єри для операцій з експорту послуг [Електронний ресурс] / Гловбук. – Режим доступу : <http://www.golovbukh.ua/news/13348-qqn-17-m1-03-01-2017-nbu-usunuv-admnstrativn-barri-dlya-operatsy-z-eksportu-poslug>.
3. Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг)» № 1724-VIII від 03 лип. 2016 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1724-19>.
4. Постанова НБУ «Про затвердження Змін до Інструкції про порядок здійснення контролю за експортними, імпортними операціями» № 419 від 30

груд. 2016 р. [Електронний ресурс] / Правління національного банку України – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0419500-16>.

5. Постанова НБУ «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України» № 140 від 03 бер. 2016 р. [Електронний ресурс] / Правління національного банку України – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0140500-16>.

6. Трокоз Т. Останні законодавчі новели у банківському секторі / Т. Трокоз // Pressreader. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.pressreader.com/ukraine/yurydychna-gazeta/20170321/281492161135701>.

**Пилипенко К. А.**, к.е.н.,

доцент кафедри організації обліку та аудиту

**Дідик О. І.**, здобувач

вищої освіти СВО «Магістр»

Полтавської державної аграрної академії

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ З ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ**

Операції з обліку власного капіталу не так часто трапляються на підприємстві, як операції за розрахунками з покупцями та замовниками, постачальниками, підзвітними особами, з оплати праці, за податками і платежами тощо. Відповідно документуванню цих операцій приділяється менше уваги. Формування та використання власного капіталу відбувається на кожному підприємстві: під час заснування підприємства – у вигляді формування статутного капіталу; у подальшій діяльності – для визначення фінансового результату, розподілу прибутку, формуванні резервного та додаткового капіталу тощо. Більшість операцій з обліку власного капіталу не

мають розроблених та затверджених форм первинної документації, обмежуючись використанням бухгалтерських довідок, які складаються в довільній формі і частково відображають сутність господарської операції з обліку власного капіталу.

Бухгалтерський облік на підприємствах всіх форм власності здійснюють відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» в якому зазначено, що підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій є первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій [1].

Первинні документи складаються на бланках типових форм, затверджених Міністерством статистики України, а також на бланках спеціалізованих форм, затверджених міністерствами і відомствами України. Так, для обліку операцій з основними засобами застосовують документи, передбачені наказом Міністерства статистики України «Про затвердження типових форм первинного обліку», для обліку операцій з нематеріальними активами розроблено типові форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів [2], аналогічно, для обліку операцій з малоцінними та швидкозношуваними предметами, сировиною і матеріалами розроблено типові форми первинних документів [3, 4].

Для обліку змін у власному капіталі, пов'язаних з рухом основних засобів, матеріалів, грошових коштів, використовують первинні документи, затвержені для відповідного виду активів. Загальні вимоги до первинних документів, облікових реєстрів та бухгалтерської звітності встановлює Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку. Первинні документи – це письмові свідчення, що фіксують та підтверджують господарські операції, враховуючи розпорядження та дозволи адміністрації (власника) на їх виконання [5].



Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», відповідно до якого: «підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій є первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій», та Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, відповідно до якого: «господарські операції відображаються у бухгалтерському обліку методом їх суцільного і безперервного документування», – виникає потреба для обліку цих операцій застосовувати універсальний документ – бухгалтерську довідку.

Вплив зміни облікової політики на події та операції минулих періодів, а також виправлення помилок, допущених під час складання фінансових звітів у попередніх роках, здійснюють шляхом коригування нерозподіленого прибутку на початок звітного року [6]. Величину цих коригувань розраховує бухгалтер, оформляючи при цьому бухгалтерську довідку. Ми пропонуємо застосовувати таку табличну форму документу для виправлення помилок та зміни облікової політики, в якому передбачено можливі результати виправлень – у разі зменшення прибутку передбачено кореспонденцію рахунків по дебету 44 рахунку, а в разі збільшення прибутку – по кредиту 44 рахунку

Підприємство може переоцінювати об'єкт основних засобів, об'єкт незавершеного будівництва, нематеріальні активи (щодо яких існує активний ринок), якщо залишкова вартість таких об'єктів істотно відрізняється від їх справедливої вартості на дату балансу. Сума дооцінки залишкової вартості таких об'єктів відображається у складі додаткового капіталу, а уцінки – у складі витрат [10, 11]. Під час переоцінки цих об'єктів потрібно враховувати дані про попередні дооцінки та уцінки. Сума уцінки об'єкта, що раніше був дооцінений, списується на зменшення суми іншого додаткового капіталу у розмірі, що не перевищує величину попередніх дооцінок, а сума уцінки, що залишилася, – на витрати звітного періоду. Сума дооцінки об'єкта, що раніше

був уцінений, відображається в розмірі уцінки як інший дохід звичайної діяльності, а на суму дооцінки, що залишилася – збільшується додатковий капітал. Відомості про зміни первісної вартості та суми зносу основних засобів записують до інвентарної картки обліку основних засобів, але при цьому не показуючи розрахунку цієї суми. Ми пропонуємо внести додатковий розділ до інвентарної картки, в якому передбачити виконання розрахунку переоцінки основних засобів з врахуванням даних про їх попередні дооцінки та уцінки.

Господарські операції відображаються в бухгалтерському обліку тільки за наявності первинного документа. На операції, для яких немає стандартизованих бланків типових форм первинних документів, оформляється бухгалтерська довідка, використання якої, на законодавчому рівні, передбачено лише для виправлення помилок в облікових реєстрах. Інформація, яка наводиться в бухгалтерській довідці для інших операцій, неповною мірою висвітлює їх суть та методику розрахунку відображених в них сум. З метою усунення таких невідповідностей у нашому дослідженні розглянуто найбільш типові операції, що трапляються на підприємствах різних форм власності і пропонуються форми документів, якими би вони могли оформлятися для більш повного відображення їх суті. Водночас документування, як важливий методологічний прийом бухгалтерського обліку, потребує подальшого дослідження щодо так званих нетипових операцій в бухгалтерському обліку.

### **Література**

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України за № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

2. Про затвердження типових форм первинного обліку: Наказ Міністерства статистики України за № 352 від 29 груд. 1995 р. [Електронний

ресурс] - Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/podatkovozakonodavstvo/normativno-pravovi-akti-z-pitan-kpr/nakazi/61770.html>.

3. Про затвердження типових форм первинних облікових документів з обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів: Наказ Міністерства статистики України за № 145 від 22 трав. 1996 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://uazakon.com/document/spart91/inx91031.htm>.

4. Про затвердження типових форм первинних облікових документів з обліку сировини та матеріалів: Наказ Міністерства статистики України за № 193 від 21 червн. 1996 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.interbuh.com.ua/ua/documents/oneregulations/2030>.

5. Про затвердження Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: Наказ Міністерства фінансів України за № 88 від 24 трав. 1995 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95>.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах»: наказ Міністерства фінансів України за № 137 від 28 трав. 1999 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99>

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України за № 92 від 27 квіт. 2000 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: наказ Міністерства фінансів України № 242 від 18 жовт. 1999 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.

**Пилипенко К.А.**, к.е.н., доцент

**Коляка А.А.**, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,

спеціальності 071 облік і оподаткування

Полтавська державна аграрна академія

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З КРЕДИТОРАМИ – ЗАПОРУКА ПЛАТІЖНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Суцільне і безперервне спостереження за всіма господарськими операціями на підприємстві здійснюється за допомогою документування. Без належно оформленого документа не може бути бухгалтерського запису, від нього залежать повнота і достовірність облікової інформації для користувачів [1].

Основними джерелами даних для контролю розрахункових відносин за товарними операціями є первинні документи з обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками. При купівлі товарів укладається договір купівлі-продажу. Первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій, є підставою для бухгалтерського обліку цих операцій. Первинні документи мають бути складені під час господарської операції.

Надходження товарів від постачальників оформляється на підставі товарно-транспортних накладних, рахунків-фактур. Складається у чотирьох примірниках відповідно, два з яких залишаються у перевізника. Кожна із сторін повинна заповнювати відповідні рядки документа.

Розрахунки з постачальниками (підрядниками) ведуться як правило в безготівковій формі. Основним документом в розрахунках є платіжне доручення..

Платіжне доручення є розпорядженням обслуговуючому банку про перерахування визначеної суми на рахунок іншого підприємства, оформлене на спеціальному бланку.

Рахунок-фактура складається підприємством (постачальником) на ім'я покупця на підставі договору. Він виписується у двох примірниках, один із яких залишається у постачальника, інший передається покупцеві. Підприємство-покупець перераховує кошти зі свого рахунку на рахунок підприємства відповідно до виписаного рахунку. Обов'язковими реквізитами рахунку є дані про банківські реквізити і особу одержувача коштів. Підписується рахунок керівником, головним бухгалтером та ставиться печатка підприємства.

Рахунок-фактура є підставою для оформлення відповідних банківських розрахункових документів: платіжних доручень, платіжних-вимог доручень, розрахункових чеків [2].

Рахунок і рахунок – фактура є розрахунковими документами, які повинні бути акцептовані.

Акцепт розрахункових документів – це надпис уповноваженої особи на рахунку, який засвідчує згоду оплатити рахунок. Після цього покупець надає своєму банку платіжне доручення на оплату придбаного товару та отримує виписку уповноваженого банку про списання грошових коштів з поточного рахунку.

Відображення в бухгалтерському обліку зобов'язань за виконані роботи (надані послуги) здійснюється на підставі акту приймання-передачі виконаних робіт (наданих послуг) [3].

Цей документ, як додаток до укладеного договору, має широке застосування в різних областях виробництва і будівництва, а часто використовується і звичайними громадянами для захисту своїх прав при замовленні або наданні послуг. Правильно складений акт допоможе уникнути проблем у відносинах між замовником і виконавцем робіт, а також спростить вирішення спірних питань.

Довіреність на одержання матеріальних цінностей видається тільки посадовим особам і підписується керівником та головним бухгалтером або їх заступниками, та особами, які на те уповноважені керівником підприємства .

Строк дії довіреностей встановлюється залежно від можливості одержання та вивозу відповідних цінностей однак не більше як на 10 днів.

Оприбуткування товару від постачальника залежить від наявності розбіжностей між фактичними даними, та даними, зазначеними в документах постачальника, і оформлюється: прибутковою накладною чи проставленням штампу «оприбутковано» на документі постачальника (якщо розбіжності відсутні), або актом приймання (якщо є розбіжності).

Документи, які оформлюються при перерахуванні коштів, залежать від форми розрахунків: платіжне доручення, акредитив, інкасо, ВКО та інші платіжні документи.

Важливим організаційним моментом щодо фіксування інформації в носіях облікової інформації є розробка робочих інструкцій щодо їх складання. За функціональним призначенням вони є додатковим довідковим інформаційним матеріалом, який разом з обліковими номенклатурами та графіками документообігу становлять повний пакет інструментів організації носіїв облікової інформації.

Робоча інструкція містить вказівки щодо порядку складання кожного носія облікової інформації за виконавцями. Здебільшого зразок правильно оформленого документа додається до інструкції або в ній вказується сторінка альбому форм носіїв облікової інформації, на якій розміщено відповідний документ чи реєстрацію обліку.

Розробка робочих інструкцій є особливо необхідною в умовах часткової чи обмеженої автоматизації облікового процесу. Зауважимо, що саме так можна охарактеризувати стан і ступінь оснащення його засобами комп'ютерної техніки. Робочі інструкції не варто підмінити усним інструктажем з огляду на притаманну йому ірраціональність чи витягами з інструкцій керівних органів, оскільки вони надто загальні. Розроблені в належному порядку робочі інструкції розмножуються і надаються кожному з виконавців функцій за відповідними носіями облікової інформації. Для узагальнення процесу розробки робочих інструкцій носіїв облікової

інформації контрольні їх примірники включаються до складу альбома форм носіїв облікової інформації у формі останнього розділу.

### Література

1. Бухгалтерський фінансовий облік в сільськогосподарських підприємствах / [наук. ред. М. Г. Михайлов]. - К. : ЦУЛ, 2008. - 472 с.
2. Марченко В. Бухгалтерський аспект обліку розрахункових операцій / В. Марченко // Дебет - кредит. - 2012. - № 25. - С. 15-18.
3. Наказ «Про затвердження змін до Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні» № 983 від 05 груд. 2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

**Самойлик Ю.В.**, к.е.н., доцент, докторант,  
Полтавська державна аграрна академія

## ГОСПОДАРСТВА НАСЕЛЕННЯ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

В умовах глобалізації економіки все більшого значення набуває формування конкурентних переваг. Все більшого значення набуває інтеграція підприємницьких структур, які є більш потужними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Разом з тим, малі товаровиробники також відіграють важливу роль у розвитку економіки. Роль господарств населення у ринковому середовищі, їх місце та значення викликають значні дискусії у дослідників. Невирішеними залишаються проблеми трансформації господарств населення у підприємницькі структури в ринковому середовищі і доцільність таких перетворень. Згідно даних рис. 1. частка господарств населення у виробництві валової продукції сільського господарства досить вагома.

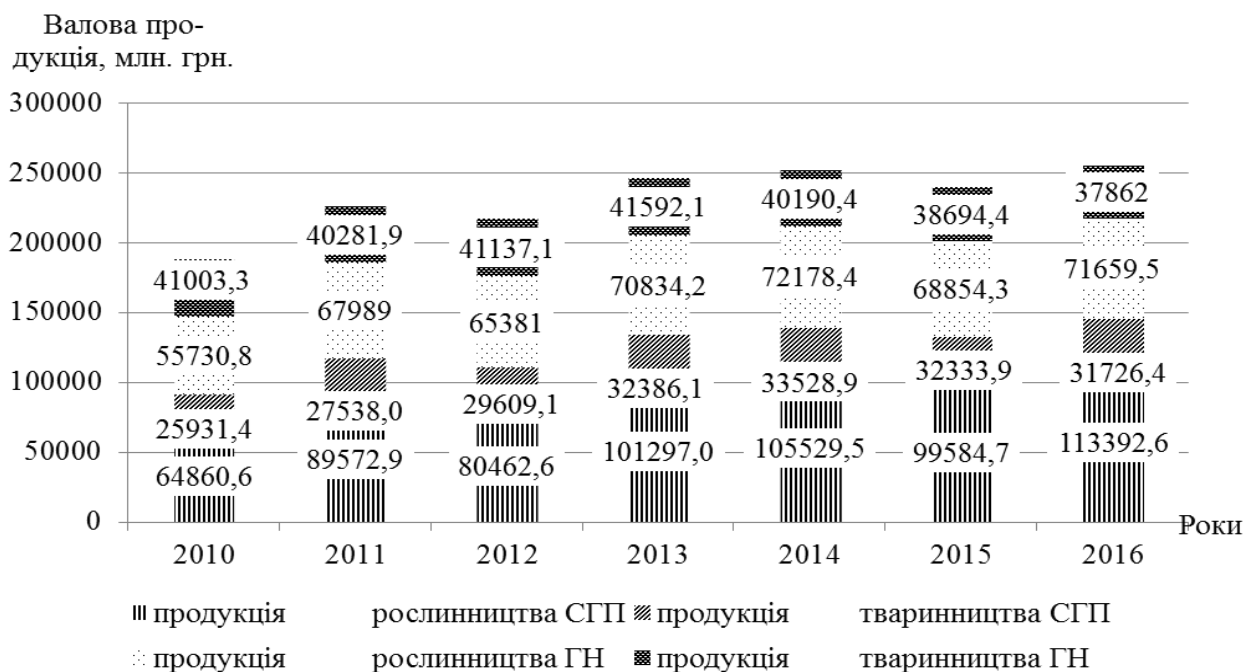


Рис. 1. Обсяги виробництва валової сільськогосподарської продукції у постійних цінах 2010 р. у категоріях господарств, 2010-2016 рр., млн. грн

Джерело: узагальнено автором за [1]

У 2016 р. у господарствах усіх категорій в Україні було вироблено валової продукції сільського господарства у постійних цінах 2010 р. 254640,5 млн. грн, у тому числі продукція рослинництва складала 185052,1 млн. грн, тваринництва – 69588,4 млн. грн, тобто продукція рослинництва перевищує продукцію тваринництва у 2,7 рази. Для порівняння у 2010 р. загальна вартість валової продукції становила 187526,1 млн. грн, що на 35,8 % менше, ніж у 2016 р., при цьому, перевищення обсягів рослинницької продукції над тваринницькою складало 80,2 %. Частка господарств населення у виробництві продукції рослинництва у 2016 р. складала 38,7 %, у виробництві продукції тваринництва – 54,4 %. У 2010 р. ці показники становили відповідно 46,2 % і 61,3 %. За останні три роки (2015-2018 рр.) спостерігається зменшення кількості особистих підсобних господарств із 4108,4 тис. од. станом на 1 січня 2016 р. до 4031,7 тис. од. станом на 1 січня 2018 р. (рис. 2.).



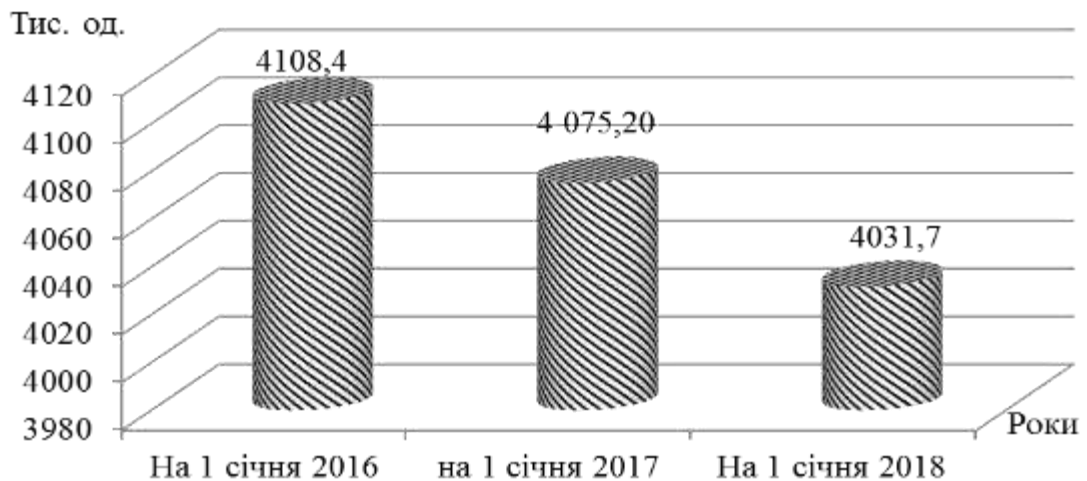


Рис. 2. Показники динаміки кількості особистих підсобних господарств, 2016-2018 рр.

Джерело: узагальнено автором за [1, 2]

Частка земельних угідь, що перебуває у населення складала у 2016 р. 43,1 %, потягом останніх п'яти років цей показник залишався майже незмінним, тоді як у 2000 р. їх питома вага складала лише 15,5 %. Загальна площа землекористування господарств населення у 2016 р. складала 15706,4 га, з них для товарного виробництва (вирощування сільськогосподарських рослин і тварин) відведено 9286,7 га (або 59,1 % загальної площі особистих господарств населення), для будівництва, обслуговування житлового будинку та господарських будівель вико ристовується 5056,4 га (32,2 %). Колективні та індивідуальні городи, сади, ділянки для сінокосів та випасу худоби складають незначну частку – 8,7 %.

Таким чином, зменшення кількості даних господарств зумовлене трансформацією незначної їх частини у підприємницькі структури – фермерські господарства, з одного боку, та відмовою від сільськогосподарської діяльності – з іншого боку. Не зважаючи на зменшення кількості господарств населення зростають масштаби їх діяльності, про що свідчать обсяги виробництва.

### Література

1. Основні сільськогосподарські характеристики домогосподарств у сільській місцевості. Статистичний бюлетень. Державна служба статистики. К. 2017. 80 с.
2. Сільське господарство України. Статистичний збірник за 2016 р. Державна служба статистики. Відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К. 2017. 246 с.

**Ліпський Р. В.**, доцент

**Шамрай В. Г.**, здобувач вищої

освіти за н.п. «Облік і аудит»

Полтавська державна аграрна академія

## ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАННЯ ОБ'ЄКТА ОРЕНДИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Достовірне розкриття фінансового стану будь-якого підприємства неможливе без належної оцінки та обліку об'єктів нерухомості, що здебільшого характеризуються великою вартістю та різними варіантами їх використання. З прийняттям в Україні Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 32 «Інвестиційна нерухомість» (далі – П(С)БО 32) відбулися суттєві зміни в обліку нерухомості, що призначена для здавання в оренду та введено нове поняття – інвестиційна нерухомість

Інвестиційна нерухомість – це власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельної ділянки, будівлі, споруди, які розташовуються на землі, утримувані з метою отримання орендних платежів та/або збільшення власного капіталу [1].

Іншими словами, якщо власний будинок утримується з метою отримання доходу – тільки у вигляді орендних платежів від операційної

оренди, то така будівля – об'єкт основних засобів (з позиції бухгалтерського обліку) вважається інвестиційною нерухомістю.

Якщо порівнювати з бухгалтерським обліком бюджетних установ, то можна сказати, що бюджетні установи надають майно в оперативне управління для некомерційної діяльності, а не з метою отримання доходу. Тому вона не може без згоди органу, уповноваженого управляти майном, передати, продати таке майно, а здебільшого – навіть здати в оренду.

Основними критеріями для визнання окремих об'єктів нерухомості є: можливість відчуження об'єкта нерухомості (чи окремої її частини) або надання його в оренду за договором фінансової оренди. У разі коли частину об'єкта виокремити неможливо, його визнають інвестиційною нерухомістю, якщо об'єкт переважно використовують для отримання орендної плати. Бюджетні установи, як правило, здають в оренду тимчасово вільні приміщення й на обмежений період, тобто в майбутньому їх можуть використовувати як операційну нерухомість. Питання про передачу нерухомості і фінансову оренду (з правом придбання чи набуття права власності після закінчення строку фінансової оренди) може вирішити тільки суб'єкт управління майном, а не бюджетна установа [2].

Критерієм визнання будь-якої нерухомості інвестиційною є мета, з якою її отримано або переведено до цієї категорії. Так, якщо в П(С)БО 32 зазначається: «з метою отримання орендних платежів», то це означає, що вся нерухомість, що утримується на балансі з метою передачі в оренду або на цей момент вже передана (в операційну оренду), повинна кваліфікуватися як інвестиційна нерухомість. Іншою можливою метою як підставою для зарахування об'єктів нерухомості до складу нерухомості інвестиційної є мета приростити власний капітал за допомогою утримання такої нерухомості на балансі.

Первісна собівартість частки нерухомості, утримуваної на умовах оренди і класифікованої як інвестиційна нерухомість, визначається згідно з вимогами для фінансової оренди, наведеними у параграфі 20 МСБО 17, а

саме: «Такий актив слід визнавати за нижчою з двох оцінок: справедливої вартості нерухомості і теперішньої вартості мінімальних орендних платежів».

Будь-яка виплата за оренду розглядається з цією метою як частина мінімальних орендних платежів і відтак включається у собівартість активу, але виключається із зобов'язання. Якщо частка нерухомості, утримувана на умовах оренди, класифікується як інвестиційна нерухомість, тоді статтею, яка відображається в обліку за справедливою вартістю, є саме ця частка, а не нерухомість, що лежить у її основі [4].

Отже, обґрунтована оцінка інвестиційної нерухомості забезпечує достовірність бухгалтерської інформації про вартість об'єкта основних засобів, що сприяє прийняттю оптимальних управлінських рішень щодо її використання й оптимізації орендних платежів, які плануються до отримання.

### Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 32 «Інвестиційна нерухомість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.07.2007 р. № 779 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://zakon.help/law/mf\\_779](https://zakon.help/law/mf_779).

2. Лістрова С. Коли об'єкт оренди вважають інвестиційною нерухомістю / С. Лістрова // «Все про бухгалтерський облік». – 2017. – № 46. – С. 26-29.

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 17 «Оренда» затверджений Міністерством фінансів України від 01.01.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929\\_018](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_018).

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 40 «Інвестиційна нерухомість» затверджений Міністерством фінансів України від 01.01.2012 р.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
[http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929\\_026](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_026).

**Єрмолаєва М. В.**, к. е. н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

**Тютюнник М. С.**, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛІКОВИЙ СУПРОВІД ОПЕРАЦІЙ ЗА КОРОТКОСТРОКОВОЮ ВАЛЮТНОЮ ПОЗИКОЮ**

В процесі діяльності підприємства під час оновлення матеріально-технічної бази, створення нових проектів та інших економічних ситуацій часто виникає потреба в залученні додаткових коштів, а саме шляхом отримання кредиту. Зокрема, кредитування суб'єктів підприємницької діяльності забезпечує безперервний кругообіг капіталу на підприємстві і процес розширеного відтворення, а також підвищення ефективності використання фінансово-економічного потенціалу у процесі досягнення встановлених цілей [1].

Підприємства мають можливість залучати позику в національній або іноземній валюті. Валютні кредити можуть надаватися як резидентами, так і нерезидентами. Вони здебільшого залучають для оплати витрат на відрядження працівників за кордон, або якщо підприємство здійснює експортно-імпорتنі операцій (сплата мита, страхових і митних платежів, які встановлені країною-експортером, витрати на транспортування експортної продукції) тощо [2]. Але насамперед, кредит краще брати в тій валюті, в якій підприємство отримує основний дохід. Оскільки, залучаючи кредити в іноземній валюті, підприємство ризикує зазнати значних грошових втрат від коливань валютних курсів, що згодом може призвести навіть до банкрутства.

Відповідно до П(С)БО 11 «Зобов'язання» [3] суму отриманого кредиту слід обліковувати як зобов'язання підприємства. В п. 4 даного положення

зазначено, що в залежності від терміну, протягом якого зобов'язання будуть погашені, їх поділяють на поточні та довгострокові.

Для обліку короткострокового валютного кредиту призначений субрахунок 602 «Короткострокові кредити банків в іноземній валюті». За кредитом рахунку відображаються суми одержаних кредитів (позик), за дебетом – сума їх погашення та переведення до довгострокових зобов'язань у разі відстрочення кредитів (позик) [4]. Але якщо валютну позику надав не банк, а, наприклад, іноземний засновник, то таку короткострокову позику треба обліковувати за кредитом субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами» або спеціально створеного для цього субрахунку 607 «Короткострокові процентні позики в іноземній валюті» [5].

Відповідно до п. 5 П(С)БО 21 «Вплив змін курсових різниць» [6] операції в іноземній валюті під час первісного визнання відображаються в гривнях за курсом НБУ на початок дня здійснення такої операції, тому відповідно необхідно розраховувати курсову різницю. Позитивна курсова різниця відображається за кредитом субрахунку 741 «Дохід від операційної курсової різниці», а від'ємна курсова різниця – за дебетом субрахунку 945 «Втрати від операційної курсової різниці» [5].

Що стосується нарахування відсотків за короткостроковою позикою, то їх зазвичай фіксують в складі поточних витрат і відображають кореспонденцією Дт 952 «Інші фінансові витрати» Кт 684 «Розрахунки за нарахованими відсотками». Заборгованість за нарахованими відсотками на субрахунку 684 необхідно перераховувати на кожні дату балансу та дату господарської операції, оскільки таке зобов'язання – монетарна стаття.

Якщо ж валютний кредит наданий від іноземного банку, то відсотки за користування ним слід обліковувати за дебетом субрахунку 951 «Відсотки за кредит». У такому разі витрати визнають за курсом НБУ на дату нарахування відсотків і надалі не перераховуються через коливання валютного курсу [5].

Аналітичний облік кредитних (позикових) коштів ведеться за кредитною ознакою у Журналі-ордері № 4 за рахунками 50, 60. Підсумкова

інформація про заборгованість за кредитами та витрати за відсотками розкривається у формах фінансової звітності [7].

Отже, з усього вищесказаного можна зробити висновок, що перш ніж брати кредит в іноземній валюті, необхідно провести діагностику ліквідності, платоспроможності та кредитоспроможності підприємства. Оскільки дані показники визначають рівень загрози та ризиків щодо збитковості та виникнення кризи неплатежів і, відповідно, дадуть змогу оціни можливість повернення кредиту.

### Література

1. Фатенок-Ткачук А. О., Музика Ю. С. Особливості фінансового обліку розрахунків за банківськими кредитами [Електронний ресурс] / А. О.Фатенок-Ткачук, Ю.С. Музика // Економіка та суспільство. – 2016. – № 6. – С. 391-395. – Режим доступу: [http://economyandsociety.in.ua/journal/6\\_ukr/67.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/67.pdf).
2. Лубенченко О. Е. Удосконалення організації та методики перевірки аудитором валютно-фінансових і розрахункових операцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності / О. Е. Лубенченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2015. – № 5. – С. 112-120. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2015\\_5\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2015_5_20).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджений Наказом МФУ від 31.01.2000 № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>.
4. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена МФУ від 30.11.1999 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.
5. Славінська А. Позичити на хвилику, або як обліковувати короткострокову валютну позику / А. Славінська // Все про бухгалтерський облік. – 2018. – №32. – С. 9-10.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін курсових різниць», затверджений Наказом МФУ від 10.08.2000 № 193 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00>.

7. Кирильєва Л. О. Організація обліку кредитних операцій у системі управління фінансовими ресурсами / Л. О. Кирильєва, І. Б. Чернікова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2015. – Вип. 2. – С. 7-16. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp\\_2015\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2015_2_3).

**Миколенко І.Г.**, к.е.н., доцент

**Снитка Л.В.**, студентка СВО «Магістр»,  
спеціальність «Економіка»

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Питання підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу є складним і специфічним. Проблема ресурсного потенціалу підприємства приділяли і приділяють значну увагу такі вчені-економісти як Шиян В., Лукінов І., Оніщенко А., Пасхавер Б., Фігурнов Е., Лапін Є., Авдеєнко В., Котлов В. та інші. Їхні дослідження зосереджено на визначенні сутності ресурсного потенціалу підприємства як економічної категорії, його структурі, впливі на діяльність та розвиток підприємства, вдосконаленні методики оцінки ресурсного потенціалу підприємства. Проте більшість теоретичних концепцій розвитку ресурсного потенціалу, його структури та властивостей, що лежать в основні його аналізу, є недостатньо обґрунтованими або суперечливими [1].

Ресурсний потенціал використовується у діяльності підприємств з метою виконання відповідних технологічних операцій з урахуванням



особливостей галузевої структури. Нами виявлено, що нерівномірність соціально-економічного розвитку окремих територій призводить до диференціації результатів діяльності товаровиробників. Ресурсний потенціал регіону формується при взаємодії природно-кліматичних умов і основних виробничих факторів галузі, а саме: кількості і якості земель сільськогосподарського призначення; наявності трудових ресурсів, рівня або кількості зайнятих у сільськогосподарському виробництві; рівня і якості матеріально-технічного забезпечення виробництва.

З метою покращення ситуації щодо збалансованого формування та ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств необхідно поєднати усі внутрішньогосподарські заходи із раціональним використанням ґрунтів шляхом оптимізації структури земельних угідь; внесення необхідної кількості органічних добрив; зміцнення матеріально-технічної бази на інноваційних засадах; впровадження екологічнобезпечних, ресурсо- і енергозберігаючих ґрунтозахисних технологій, стимулювання органічного землеробства; впровадження новітніх технологій, та нових сортів культур високих репродукцій; запровадження комплексу організаційно-технологічних і фінансових заходів, спрямованих на ефективне використання усіх видів ресурсів підприємств.

Визначальну роль у формуванні збалансованого ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств відіграє соціальна, економічна та екологічна політика держави. Запровадження вищезазначених заходів не можливе без фінансової державної та регіональної підтримки, яка повинна сприяти розвитку інвестиційної політики в галузі та здійснюватися шляхом застосування системи субсидування з метою підвищення конкурентоспроможності галузі.

Розглянемо за рахунок чого може покращитися ефективність ресурсного потенціалу підприємства. По-перше, через підвищення продуктивності праці. Цей процес проводять за допомогою покращення засобів праці, технології і впровадження нової техніки і прогресивної

технології, а також за рахунок відповідної підготовки кадрів для роботи на новій техніці, підвищення кваліфікації працівників.

По-друге, ефективна діяльність підприємств в довгостроковій перспективі забезпечується високим темпами їх розвитку і підвищенням конкурентоспроможності, що в значній мірі визначається рівнем їх інвестиційної активності і діапазоном інвестиційної діяльності.

Власні кошти аграрних підприємств у вигляді прибутку у даний час повністю відсутні. Амортизаційні відрахування на даному етапі є основним і мабуть єдиним джерелом інвестування у відтворення основних фондів. Для заміни морально зношеної техніки необхідно створити достатню базу нових типів техніки. А нині в Україні спостерігається скорочення створення зразків нових типів техніки. Разом з тим створені зразки нової техніки відповідають світовим стандартам, а інколи і вищі за них.

Ресурсний потенціал є однією зі складових виробництва сільськогосподарських підприємств. Він становить природну та економічну основи процесу виробництва благ, які необхідні для розвитку суспільства та існування людей. Тому сільськогосподарське виробництво повинно поєднуватися зі системою економічних заходів, спрямованих на відтворення, охорону й ефективне використання ресурсного потенціалу підприємства. Нині країна повинна здійснювати певні економічні зміни у діяльності сільськогосподарських підприємств й у використанні ресурсного потенціалу підприємствами, що сприяли б розвитку і досягненню цілей діяльності виробничих структур [2].

### Література

1. Альбещенко О.С. Теоретичні аспекти і особливості земельно-ресурсного потенціалу аграрного сектору / О.С. Альбещенко // Агросвіт. – 2012. – № 19. – С. 38-42.

2. Старікова О.С. Методичні підходи до оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу регіону / О.С. Старікова // Екон. Часопис – XXI. – 2013. – № ½. – С. 11-13.

3. Шаманська О.І. Основні напрямки підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства / О.І. Шаманська // Актуальні пробл.економіки. – 2012. - № 6. – С. 166-172.

**Гонган Іон**, студент IV курсу маркетингу  
Одеський національний політехнічний університет

## **ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЦІНОУТВОРЕННЯ РЦ "ВІКТОРІЯ"**

Ціна - другий після товару істотний елемент маркетингової діяльності. Саме тому розробці цінової стратегії і цін необхідне приділяти найпильнішу увагу з боку керівництва будь-якого підприємства, що бажає найбільш ефективно і довготривале розвивати свою діяльність на ринку, так як будь-який помилковий чи недостатньо продуманий крок негайно позначається на динаміці продажів і рентабельності. Ухвалення рішення в області цін сполучено з необхідністю враховувати численні фактори. Ціна є інструментом стимулювання попиту і одночасно представляє собою головний фактор довгострокової рентабельності. Ціна є найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень [1, с.153-158].

При встановленні ціни визначальними факторами виступають:

- собівартість товару (витрати),
- задовольняють фірми розміри прибутку,
- ціни конкурентів і ціни замінників, аналогів даного товару,
- стан платоспроможного попиту,
- унікальність певних якостей продукту.

Цінова стратегія повинна бути сумісна з іншими складовими стратегії маркетингу.

Цілі цінових стратегій можуть бути спрямовані на

- максимізацію прибутку і досягнення заданої норми віддачі на інвестований капітал.
- максимізацію виручки або частки ринку. т. е. на достатні темпи зростання продажів.
- цілі, орієнтовані на конкуренцію

Методи ціноутворення застосовуються в торгівлі можуть бути розділені на три основні групи, в залежності від того, на що більшою мірою орієнтується продавець:

- 1) на витрати виробництва - витратні методи;
- 2) на кон'юнктуру ринку - ринкові методи;
- 3) на нормативи витрат на техніко-економічний параметр продукції - параметричні методи рішень [2, с. 97].

Процес ціноутворення є складним процесом, оскільки включає не тільки встановлення ціни, але і способи оплати, види знижок, політику зміни цін, визначення цін на додаткові або непередбачені послуги.

Крім того, процес ціноутворення в сфері послуг ускладнює нематеріальний характер послуг, а також для багатьох видів послуг не існує якихось певних правил ціноутворення. Тому кожній фірмі доводиться застосовувати свої власні підходи до ціноутворення, що є не простим завданням. У процесі визначення ціни виникає безліч питань.

В ході роботи були виявлені наступні особливості ціноутворення:

- об'єктом цінової політики торговельного підприємства виступає не ціна товару в цілому, а лише один з її елементів - торговельна надбавка;
- цінова політика торговельного підприємства значною мірою орієнтується на цінову політику виробника;

- торговельні підприємства використовують політоварну цінову політику, при якій рівень товарної надбавки ставиться не по товарах а по асортиментних групах і комплексами товарів;

- активне використання системи цінових знижок, що дозволяє активно впливати на обсяги реалізації, використовувати наслідки коливань попиту, управляти швидкістю приходу грошових потоків.

Санаторій Реабілітаційного центру «Вікторія» розташований на курорті Сергіївка, де природа увібрала в себе унікальні лікувальні природні фактори: грязьові, водні та кліматичні. Основними споживачами послуг санаторію є: особи, які потребують санаторно-курортного лікування.

Мікросередовище та ступіть його складності визначається особливістю надання послуг та кількістю господарських зв'язків. При розгляді факторів мікросередовища в санаторії "Вікторія" застосовують ряд методів, таких як організаційний аналіз, що враховує оцінку роботи санаторіїв-конкурентів і якість їхньої організації; метод використання знань навколишнього середовища окремими підрозділами санаторіїв відповідно до їхніх функціональних обов'язків. До основних факторів, що формують макросередовище санаторію "Вікторія" відносяться: природні, демографічні, науково-технічні, екологічні, економічні, політичні і міжнародні фактори.

При формуванні вільних цін РЦ «Вікторія» необхідно враховувати наступні фактори: кон'юнктуру споживчого ринку (співвідношення попиту і пропозиції); зміцнення становища підприємства на ринку; ціни і якість конкурентів; рівень обслуговування покупців і багато інших.

Надалі на підставі маркетингових досліджень передбачається підтримувати ціни на рівні не нижче середньоринкових, а можливо і підвищувати їх з урахуванням еластичності (чутливості) попиту на дані види послуг до таких факторів, як: присутність на ринку конкурентів, що пропонують аналогічні послуги (в тому числі послуги низької якості); можлива реакція споживачів на відносно невелику або велика зміна цін, пов'язане (або не пов'язане) зі зміною якості послуг. Намічено також

розглянути питання про надання 5-15% -их знижок постійним клієнтам, які перебувають на тривалому лікуванні.

### Література

1. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг: пер. с англ. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010. - 720 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ перевод с англ. – Альпина Паблишер, 2018. – 211 с.

**Конокеєнко О.І.**, студент ІV кафедри маркетингу  
Одеський національний політехнічний університет

### РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ САЙТУ РЦ "ВІКТОРІЯ"

На сьогоднішній день неможливо уявити ефективний і функціонуючий бізнес, що не має власного сайту. У ході технічної революції сайт компанії перестав бути лише візитною картою. Інтернет-маркетинг на сучасному етапі розвитку торгівельних відносин являє собою щось більше, ніж продаж інформаційних продуктів. Практика Інтернет-маркетингу для підприємств об'єднує весь комплекс маркетингу онлайн. Це дозволяє моментально отримувати статистику запитів, покупок, дані конкурентів, знаходитись у прямому контакті зі споживачем, відстежувати замовлення, обирати кращих партнерів та посередників, тощо [1, с.54].

Санаторій "Вікторія" розташований на курорті Сергіївка, а саме на півдні Одещини на березі Чорного моря та Будацького лиману яка між собою поділена піщаною косою. Цей район Одещини славиться своїм кліматом та природними умовами, він є популярним місцем для відпочинку серед українців, громадян СНГ, а також любляють тут відпочивати іноземці. Тому тут існує жорстка конкуренція серед закладів санаторного типу.

Для оцінки конкурентного стану на даному сегменті ринку було взято до розгляду декілька підприємств санаторного типу, а саме: санаторій "Орізонт", санаторій ім. "Сергія Лазо", та санаторій "Золота Нива".

Проведений SWOT-аналіз виявив сильні та слабкі сторони санаторію "Вікторія". Так до сильних сторін належать такі: зручне географічне положення; широкий асортимент послуг; кваліфікований персонал; робота з платоспроможним населенням; залучення інноваційних методів в оздоровчу програму. До слабких: віддаленість від інфраструктури та проблеми з практичним застосуванням інструментів Інтернет-маркетингу, що посилює загрози досягнення запланованих економічних показників роботи санаторію.

Було прийнято рішення про необхідність оптимізації сайту (коду, дизайну) та розробки програми його просування.

Першим етапом в розробці нової програми просування повинно бути складання списку запитів для просування: складання списку масок; розширення списку масок; отримання списку запитів.

Були розроблені заходи щодо оптимізації коду:

- найбільш важливі ключові фрази розміщені якомога ближче до початку тексту сторінки;
- текст розбитий на логічні фрагменти, для яких використані заголовки і підзаголовки, в них використані найбільш важливі ключові фрази;
- найбільш важливі ключові фрази в тексті виділені відповідними тегами;
- найбільш важливі ключові фрази розміщені в тезі title;
- ключові слова в тексті сторінки, розміщені в тезі keywords;
- поміщена коротка анотація вмісту сторінки в тезі description.

Була проведена оптимізація сайту для пошукових систем:

- щільність ключових слів на сторінці знижено з 25% до 12% в повному обсязі відповідної пошуковому запиту;
- проведена заміна деяких ключових слів, найбільш посередньо відображають зміст сайту і додані нові;

- ключові слова в мета-теге Description. & Nbsp; Мета-тег Description - це опис діяльності фірми; основна вимога до нього - це коротко пояснити зміст сторінки; він повністю змінений з метою збільшення популярності сайту.

Також проведена робота з вмістом сайту:

- графічне наповнення сайту (додані методики лікування, схема проїзду до с.м.т Сергіївка РЦ "Вікторія").

- текстове наповнення (оновлено інформацію про підприємство на головній сторінці сайту, виправлені граматичні та пунктуаційні помилки.)

Доцільна модифікація контенту сайту за рахунок докладної інформації про наявність існуючих лікувальних методик, фізіотерапевтичних процедур, фотозвіт про умови перебування в санаторії, а в майбутньому надання можливості замовлення санаторно-курортних путівок та курсівок через Інтернет, використовуючи технологію замовлення необхідної послуги прямо на сайті з автоматичним негайним відправленням заповненого клієнтом бланка замовлення безпосередньо на електронну пошту центра. Необхідно збільшити також консультативну частину навантаження на сайт за рахунок розміщення на ньому докладних описів харчування та умов проживання, дозвілля. Потрапивши на сайт, клієнт повинен мати можливість отримати вичерпну інформацію з будь-якого питання, пов'язаного з пропонованими послугами.

Сайт РЦ "Вікторія" було проіндексовано в найбільш популярних пошукових системах: Rambler, Yandex і Google.

Важливим моментом є Аналіз статистики сайту. Він виконує досить багато важливих і корисних функцій. Статистика дозволяє отримувати інформацію про наявні на сайті помилки, про аудиторію, яка відвідує сайт, про популярність тих чи інших сторінок на сайті. З статистики можна зробити важливі висновки щодо якості робіт, які були проведені над сайтом, спланувати стратегію і тактику проведення подальших дій. Аналіз сайту РЦ



"Вікторія" повинен проводитися не рідше ніж раз на місяць. Для утримання відвідувача необхідно стежити за станом інтернет-сайту і його динамікою.

Одним з безкоштовних і результативних інструментів розкрутки сайтів в Інтернеті є оптимізація в такому сервісі Google як Google Maps. Цей ресурс пов'язаний з Local Business Centre, де при реєстрації даних компанії відображається її розташування в пошукових результатах.

### **Література**

1. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. — Одеса: Астропринт, 2017. — 292 с.

**Федорова Т. В.**, к. е. н., доцент

**Прищеп А. В.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Стратегічне управління здійснюється у контексті місії організації, його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах мінливого зовнішнього середовища. Стратегічне управління дозволяє розробити засоби і методи, які сприяють досягненню поставлених цілей з урахуванням умов, що склалися в зовнішньому і внутрішньому середовищі.

Такі проблеми, як відсутність орієнтирів, місії і цільової спрямованості розвитку підприємства, можливості розпізнання впливу його зовнішнього оточення й адекватної реакції на нього, а також здатності адаптуватися чи навіть активно впливати на це середовище, на жаль, робить більшість українських підприємств безпомічними сьогодні і безперспективними на

майбутнє відносно нові для України, адже підприємства насамперед зосереджені на вирішенні поточних проблем, пов'язаних з ефективним використанням їх потенціалу, а проблеми формування потенціалу, вирішення яких здійснюється в перебігу визначення перспектив розвитку, залишаються поза їх увагою [1].

На жаль, в Україні теорія і практика стратегічного управління не знайшли широкого поширення. Більшість керівників не вбачають потреби необхідності у виробленні довгострокових стратегій, помилково вважаючи, що в сучасних динамічних умовах неможливо вирішувати перспективні питання розвитку. Хоча саме стратегічне управління є найважливішим засобом забезпечення успішного виживання підприємства в агресивному динамічному конкурентному середовищі, засобом його адаптації до змін в ньому.

В умовах глобальної економіки стратегічне управління стає більш актуальним для українських сільськогосподарських підприємств. Має місце жорстка конкуренція, як між собою, так і з іноземними корпораціями. Тому стратегічне управління забезпечує основу для ухвалення всіх управлінських рішень, орієнтує на вироблення стратегічних планів, їх оцінку і спонукає сільгоспвиробників використовувати сучасні інструменти управління [2].

Відзначимо, що воно саме по собі не гарантує успіху, оскільки підприємство, що використовує стратегічне управління в своїй діяльності, може потерпіти невдачу із-за помилок в організації, мотивації і контролі. Зрозуміло, що підприємства, насамперед, зосереджені на вирішенні поточних проблем, пов'язаних з ефективним використанням їх потенціалу, а проблеми формування потенціалу, вирішення яких здійснюється в перебігу визначення перспектив розвитку, залишаються поза їх увагою. Але все ж за допомогою впровадження стратегічного управління можна запобігти виникненню більшості поточних проблем, адже воно дозволяє здійснити зв'язок поточних рішень з майбутніми результатами, організоване осмислення рішень з

прогнозуванням їхніх наслідків; орієнтацію на пошук альтернативних варіантів досягнення цілей, тобто допустимих цілей у межах визначених цілей та наявних обмежень; визначення можливостей і загроз, сильних та слабких сторін діяльності підприємства, врахування їх при встановленні цілей і формулюванні стратегій для забезпечення впливу на ці аспекти вже сьогодні; свідому підготовку майбутнього і до майбутнього; розподіл відповідальності не лише між напрямками діяльності, а й між поточною та майбутньою діяльністю [2].

Але не варто ігнорувати недоліки практичного застосування системи стратегічного управління таких як відсутність необхідної інформації для прийняття стратегічних рішень та розробки стратегічних планів; як наслідок, спостерігається низький рівень обґрунтованості планових документів; відсутність альтернативних планів; недостатнє використання науково-методичного арсеналу управління: сценаріїв і методів ситуаційного підходу; недостатній рівень організаційного, соціально-психологічного та фінансового забезпечення стратегічного управління [3].

Більшість керівників не мають потреби, необхідності у розробці довгострокових стратегій, помилково вважаючи, що у сучасних умовах неможливо вирішувати перспективні питання. Хоча саме стратегічне мислення і такий інструмент, як стратегічне управління, є найважливішим чинником успішного виживання фірми у конкурентній боротьбі.

Отже, головними проблемами стратегічного управління аграрними (і не тільки) підприємствами є небажання керівника підприємства розробляти стратегію розвитку та нестабільність вітчизняної економіки. Це, звичайно, спливає на їхню конкурентоспроможність. Тому для того, щоб обрати стратегію подальшого розвитку сільськогосподарського товаровиробника сучасних умовах кожному сільськогосподарському підприємству необхідно виявляти істотні можливості й небезпеки зовнішнього середовища, які будуть впливати на діяльність підприємства в довгостроковій перспективі. Для успішного функціонування сільського

господарства України в майбутньому, необхідно створення системи стратегічного управління на всіх рівнях управління сільським господарством у якій обов'язково враховують особливості сільськогосподарського виробництва, специфіку і обумовлені ними труднощі при виборі і реалізації стратегії.

### **Література**

1. Барилевич О. М. Стан та проблеми розвитку сільського господарства України / О.М. Барилевич // Молодий учений. 2015. – № 8 (23). – Ч. 2. – С. 36 - 39.
2. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андреева, В. В. Гриненко. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: НАМГ, 2010. – 279 с.
3. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством / В.С.Пономаренко. — Харків: Основа, 2008. — 312с.

**Аверчева Н.О.,** к. е. н., доцент

**Шапоринський Є.Р.,** здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних умовах питання використання трудового потенціалу гостро стоїть в аграрній сфері. Найактуальніші проблеми пов'язані зі зниженням чисельності зайнятих в аграрній сфері, погіршенням демографічної ситуації в сільській місцевості, низьким рівнем заробітної плати та доходів сільського населення, низькою якістю раціону харчування сільських мешканців, скороченням чисельності спеціалістів з вищою освітою, зайнятих у

сільськогосподарському виробництві, професійно підготовлених кадрів механізаторських професій, погіршенням умов соціального забезпечення.

У багатьох сільських населених пунктах чисельність осіб пенсійного віку перевищує чисельність молоді разом з дітьми й поповнення населення за рахунок підростаючого молодого покоління не має під собою демографічного підґрунтя. Таке становище негативно впливає на зайнятість населення безпосередньо в сільськогосподарському виробництві [1, с.10-11].

Не менш важливим чинником, який впливає на стан демографічної ситуації у селі є міграційні процеси. Щодо структури міграційних потоків, то в сільській місцевості переважає внутрішньо регіональна міграція. Однак статистична інформація не є достовірною, оскільки не відображає приховану міграцію, яка проявляється у вибутті трудових ресурсів на роботу до інших областей та країн без юридичного оформлення громадянства.

Належна заробітна плата, що не принижує гідності людини, має активно заохочувати працівників у підвищенні ефективності виробництва, стимулювати зростання продуктивності праці та поліпшувати якість продукції водночас із забезпеченням розширеного відтворення робочої сили, підвищувати соціальний рівень життя людей.

На жаль аграрний сектор виробництва характеризується знеціненням робочої сили, про що свідчить номінальний та реальний рівні заробітної плати в аграрних підприємствах. Також вони неспроможні забезпечити належні умови для ефективної трудової діяльності працівників і повноцінного відтворення робочого потенціалу. Тож заробітна плата практично не виконує необхідною мірою основні функції. Створення ефективної системи мотивації праці в аграрному секторі економіки - проблема з числа найскладніших [2, с.52-54].

Необхідна і незамінна для забезпечення життя людей аграрна праця за своїм змістом, характером і суспільною оцінкою, проявом якої в сучасних умовах є низький рівень заробітної плати, неприваблива і непопулярна в суспільстві та не сприяє закріпленню кадрів на селі.

Держава повинна спонукати селян, які залишилися без роботи, до розвитку особистих сільських господарств (надавати пільгові кредити, субсидії, дотації, одноразову виплату допомоги з безробіття для запровадження підприємницької діяльності тощо) для того, щоб зменшити кількість зайнятих у цій сфері, ефективно використовуючи національні трудові ресурси, бо ця галузь вважається найбільш трудоємною, а також до впровадження нових потужних засобів виробництва у сільське господарство для прискорення обороту капіталу, підвищення продуктивності праці, зниження часу на виробництво продукції і заощадження людино-годин на одиницю виробу.

На жаль, реалії сьогодення показують, що професійно-технічна освіта не відповідає потребам сучасного ринку зайнятості через убогу матеріально-технічну базу, учні не мають змоги проходити практику на базі сучасних новітніх технологій, в результаті чого їх кваліфікаційний рівень не відповідає запитам роботодавців. Також необхідно проводити профорієнтаційні заходи не тільки серед молоді, а й серед сільських безробітних щодо підвищення престижності сільськогосподарського бізнесу. Причому потрібно націлювати охочих зайнятися фермерською справою на великі обсяги виробництва, щоб вижити в жорстких умовах конкуренції. Довести молоді, що дохід у розрахунку на одного фермера буде невеликим, якщо занадто багато фермерів будуть ділити сільськогосподарський «шматок пирога» в національному доході.

Необхідно проводити семінари в сільській місцевості з питань сільського безробіття за участю голів сільських і селищних рад, керівників сільськогосподарських підприємств, представників служб зайнятості, громадських організацій і соціальних партнерів. На цьому етапі постала гостра потреба у розробці програми зайнятості сільського населення. Вона повинна бути адаптована до економічної ситуації в кожному конкретному селі чи селищі, враховувати розвиток перспективних галузей, потреби в робочій силі, стимулювати підприємницьку діяльність селян тощо.

Також необхідно скооперувати сільськогосподарські господарства, що будуть об'єднуватися у збутові, споживчі, кредитні спілки, кооперативи для забезпечення виробничих послуг, спільного використання та ремонту техніки, створити служби, які б сприяли просуванню на ринку сільгосппродукції, надавали ефективні маркетингові послуги тощо. Для більш широкого запровадження новітніх технологій обробки землі необхідно стимулювати державними заходами відкриття лізингових фірм [2, с.127-130].

Отже дослідження трудового потенціалу вказує на те, що з метою його ефективного використання надзвичайно важливим є постійне вивчення й аналіз основних чинників, які впливають на процеси формування, відтворення трудового потенціалу, його професійну структуру і кваліфікацію, рівень загальної і спеціальної підготовки та рівень ефективності праці.

### Література

1. Масловська Л.Ц. Соціально-економічна сутність і структура трудового потенціалу сільськогосподарського підприємства / Л.Ц. Масловська, А.М. Пивовар // Агросвіт. – 2013. – № 2. – С. 11-16.
2. Кузьмак О.І. Чинники формування та використання сільського трудового потенціалу / О.І. Кузьмак // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». – 2013. – № 4. – С. 49-52.

**Федорова Т.В.**, к.е.н., доцент

**Кириленко М.О.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### РОЗВИТОК ОРГАНІЧНОГО РУХУ В УКРАЇНІ

Органічне виробництво в Україні розвивається з 1997 року, в першу чергу завдяки попиту з боку трейдерів ЄС і переробників органічного зерна,

олійних, бобових культур і дикоросів. У 2007 році ситуація почала злегка змінюватись – на внутрішньому ринку розширився асортимент органічних продуктів: з'явилися органічний хліб, молоко, ковбаси, фрукти, овочі, соки, напої, сиропи, джеми, мед та крупи. З тих пір спостерігається позитивна тенденція розвитку внутрішнього споживчого ринку органічних продуктів в Україні.

Органічне сільське господарство може зіграти роль каталізатора в процесі переходу до «зеленої» економіки за допомогою поживлення фермерського та продовольчої сектора, а також створення робочих місць з більшою віддачею на трудову одиницю по всьому ланцюжку створення вартості. Воно може підвищити доходи і продовольчу безпеку в сільських місцевостях, створити сприятливі можливості для ділових інвестицій і збільшити внесок сільського господарства в національну економіку, серед іншого, за допомогою зниження цін на імпорт сировини, збільшення експорту органічних продуктів і зниження витрат суспільства на негативні зовнішні ефекти, спричиненими промисловим фермерством.

Органік-орієнтована модель має ґрунтуватися на стабільному законодавстві, розвинених ринкових відносинах, високо-конкурентному середовищі. Для впровадження органік-орієнтованої моделі аграрного сектора необхідним є не декларативне, а реальне усвідомлення її суті та перспектив на найвищому рівні державного управління; формування стратегії розвитку; становлення інституційного середовища; готовність та можливість надати фінансову допомогу визначеним пріоритетам, а також формування органік-орієнтованої культури. На сьогодні особливо актуальним є вивчення й узагальнення реальних механізмів підвищення рівня розвитку аграрних органік-орієнтованих виробництв. Основні управлінські рішення мають стосуватись:

- формування цілісного законодавчого забезпечення з органічного сільськогосподарського виробництва, що відповідає міжнародним вимогам торгівлі;



- створення відповідної інфраструктури;
- розробки національних стандартів з органічного сільськогосподарського виробництва відповідно до міжнародних стандартів;
- розробки фінансового механізму стимулювання виробників органічної сільськогосподарської продукції, тощо.

На підставі результатів маркетингового дослідження попиту на органічну сільськогосподарську продукцію встановлено, що нині органічне виробництво в регіоні є перспективним з огляду на зростаючу зацікавленість з боку споживачів. За результатами опитування з'ясувалося, що переважна більшість покупців (85,2%, опитаних) звертає увагу на походження продуктів харчування і лише незначна частка покупців (2,3% опитаних) є зоною байдужості до них. Ключовими проблемами розвитку ринку органічної продукції, що вимагають термінового розв'язання визначено низький рівень обізнаності цільових споживачів, відсутність гарантій щодо високої якості зазначених продуктів харчування, неправильне або невиразне їх представлення в місцях продажу. Врахування зазначених вимог та побажань сприятиме спрямуванню подальшого розвитку регіонального ринку органічної продукції на задоволення потреб цільових споживачів у корисних, безпечних та екологічно чистих продуктах харчування.

Перспективність налагодження органічного виробництва сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні зумовлена тим, що жорстке регламентування процесу виробництва через застосування певних правил та стандартів, зокрема щодо належного утримання тварин, використання речовин та процесів природного походження, крім економічних ефектів, дає змогу досягти цілей збереження та відновлення природних ресурсів, біологічного різноманіття, активізації виробництва продукції дрібними товаровиробниками.

Данько В.В., здобувач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ**

Розвиток системи охорони здоров'я, а зокрема формування ринку медичних послуг України, як і багатьох інших країн світу відбувається на основі теоретико-методологічних наробок світової та вітчизняної науки і не лише медичної, але і економічної, соціологічної, географічної і т.д. Безперечно медицина, що існує сьогодні, пройшла великий шлях розвитку від „шаманів” та „старців” племен первісних общин до докторів медичних наук сьогодення. Разом з розвитком медицини розвивались і система охорони здоров'я та ринок медичних послуг (слід зауважити, що і він набув обрисів сучасного порівняно недавно, з розвитком ринкової економіки), надаючи людям нові послуги.

Однак теоретико-наукового обґрунтування, дослідження економічної суті системи охорони здоров'я, надання медичних послуг набуло вже в працях Адама Смітта, Томаса Роберта Мальтуса, Карла Маркса, Джона Мейнарда Кейнса, Давида Рікардо, Уеслі Клера Мітчела, Джоани Робінсон та інших. Важко оцінити внесок кожного з них в розвиток економічних понять в системі охорони здоров'я, адже кожен вчений в свій час “дописував” книгу соціологічних понять в економічній теорії, вносячи свої погляди, які науково аргументувалися і підкріплювалися практикою (що є дуже важливим в економічній науці).

Нині цікавість до економіки охорони здоров'я пов'язана насамперед зі збільшенням вартості витрат на утримання інфраструктури медичної сфери та обмеженими ресурсами охорони здоров'я стосовно швидко зростаючих потреб суспільства в медичному обслуговуванні. Соціально-економічні умови сьогодення обумовлені ринковими відносинами і вимагають більш

об'єктивного обліку витрат і результатів діяльності мережі лікувально-профілактичних закладів. Тому раціональна економічна обґрунтованість матеріальних і фінансових витрат з метою максимального задоволення населення в медичній допомозі здобуває особливу актуальність.

Новий господарський механізм передбачав перехід від галузевого до територіального керування системою охорони здоров'я, введення нових форм виробничих відносин між амбулаторно-поліклінічними і стаціонарними ланками медичної допомоги, підвищення матеріальної зацікавленості медичних працівників у кінцевих результатах праці, більш ефективного використання наявних ресурсів, застосування більш прогресивних форм організації праці, сполучення безкоштовної гарантованої медичної допомоги і платних медико-соціальних послуг, підвищення відповідальності лікувально-профілактичних установ за акумулювання засобів, підвищення якості медико-соціальних послуг, розширення демократичних початків розвитку самоврядування лікувально-профілактичних установ. Новий господарський механізм передбачає наступні основні напрями:

— зміну системи бюджетного фінансування закладів охорони здоров'я, перехід від виділення засобів з бюджету по окремих статтях витрат до фінансування по довгострокових стабільних нормативах, що комплексно відбивають цілеспрямованість діяльності установ;

— сполучення бюджетного фінансування діяльності медичних закладів з розвитком платних послуг населенню, договорів з підприємствами, організаціями, установами на госпрозрахунковій основі;

— розвиток самостійності й ініціативи трудових колективів у рішенні основних питань виробничої діяльності і соціального розвитку;

— встановлення тісної залежності матеріального і морального стимулювання кадрового потенціалу;

— використання різних форм господарювання, включаючи орендні відносини, кооперативну, індивідуально-трудова діяльність і інші, а також використання гнучких режимів і оплати праці. Впровадження нового

господарського механізму зіграло в охороні здоров'я позитивну роль: керівники медичних закладів почали освоювати економічні методи керування; впровадження елементів внутрішньогосподарського розрахунку і маневрування ресурсами забезпечило більш раціональне використання матеріальної бази, ліжкового фонду, медичної апаратури і т.д. Були розроблені і впроваджені методи розрахунку вартості медичних послуг. Підвищилася зацікавленість медичних працівників у кінцевих результатах своєї праці і т.д.

При дослідженні формування ринку медичних послуг та розвитку системи охорони здоров'я слід відмовитися від думки, що медична діяльність має унікальні особливості і тому не підлягає закономірностям загальноекономічних законів, правилам, методам і прийомам управління нею. Безперечно, дослідження системи охорони здоров'я має свою особливу специфіку та завдання, тому і потребує ґрунтовної адаптації до існуючих надбань економічної теорії. Отже, ринкова економіка є економічною основою розвитку системи охорони здоров'я як такого виду людської діяльності, що є відбитком особливої економічної поведінки суб'єкта в умовах загального товарного виробництва.

У перспективі цивілізовані ринкові відносини в охороні здоров'я повинні стати реальним економічним суб'єктом у загальній інфраструктурі економіки України. Адже в усі часи охорона і зміцнення здоров'я населення є актуальними проблемами у розвитку держави, являючи собою багатогранну систему державних, суспільних, соціально-економічних і медичних заходів, в основі яких лежать профілактична спрямованість, єдність медичної науки і практики, широке використання їх досягнень, розробка і впровадження науково обґрунтованої системи заходів, здійснюваних органами державного і місцевого самоврядування, що дозволяють найбільш повно і результативно сполучити потреби населення в медичній допомозі, лікарському забезпеченні з економічними можливостями її задоволення.

**Федорова Т.В.**, к.е.н., доцент

**Кекух О.О.**, здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Територіальні громади відіграють ключову роль у соціально-економічному розвитку країни. Тому повинна проводитися реформа місцевого самоврядування, виважено та послідовно і тільки на добровільних засадах, керуючись спільними інтересами та економічною зацікавленістю громадян.

Вивчаючи та аналізуючи стан соціально-економічного розвитку в Україні, зокрема в Херсонській області, стало зрозумілим, що нашій державі необхідні нові напрямки розвитку державної та регіональної політики. Розуміючи, що становище, в якому перебуває населення в українському селі, а це понад 11 тис. сільських та селищних рад, є критичним і потребує термінового розв'язання проблем, що накопичувались за останні роки.

Однією з головних подій стало прийняття 05 лютого 2015 року Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», з якого фактично і почався процес децентралізації в Україні, що передбачає впровадження кардинальних реформ місцевого самоврядування.

Першими кроками до проведення адміністративно-територіальної реформи є:

- створення розвинутої інфраструктури;
- матеріально-технічна база;
- розбудова аграрного сектору;
- забезпечення та реалізація прав об'єднаних громад у земельних та майнових відносинах.

Відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» протягом останніх трьох років на Херсонщині утворено 14 об'єднаних територіальних громад у таких районах області: Білозерському, Великоолександрівському, Високопільському, Голопристанському, Горностаївському, Іванівському, Каланчацькому, Каховському, Олешківському, Чаплинському.

У 2015 році створено першу об'єднану територіальну громаду (ОТГ) області — Кочубеївську Високопільського району. Ця ОТГ утворилася внаслідок об'єднання 4 місцевих рад (14 населених пунктів). Сприяння держави та об'єднані зусилля усіх гілок влади дозволили громаді втілити в реальність проекти, спрямовані на розбудову місцевої інфраструктури, благоустрою території громади та підвищення якості надання адміністративних послуг.

Станом на 01 серпня 2017 року обласною державною адміністрацією направлено 7 звернень до Центральної виборчої комісії стосовно призначення перших місцевих виборів депутатів та відповідних голів сільських, селищних, міських рад (Костянтинівської сільської Горностаївського району, Бехтерської та Чулаківської сільських Голопристанського району, Іванівської селищної Іванівського району, Любимівської селищної Каховського району, Борозенської сільської Великоолександрівського району, Таврійської міської ради міста Нова Каховка).

У 2016 році 3 ОТГ отримали позитивні висновки обласної державної адміністрації про відповідність проектів рішень Конституції та законам України, але не прийняли остаточних рішень щодо об'єднання (Чорнянська сільська Каховського району, Рубанівська сільська Великолепетиського району, Новомаячківська селищна Олешківського району).

Поряд з тим, існує ряд причин та умов, що сповільнюють темпи об'єднання громад. Серед них такі, як необізнаність населення щодо перспектив реформи, їх бездіяльність, зневір'я через стан справ у країні,

низький рівень довіри до влади, недостатня обізнаність щодо можливостей, які відкриває децентралізація.

На основі опитування голів селищних рад проявляються амбіції громад, які бажають стати центрами майбутніх об'єднань. Відслідковується негативний вплив окремих районних, міських рад, їх депутатів на реформи на місцях, небажання місцевих голів втратити повноваження при об'єднанні громад, їхня низька активність. Незважаючи на вказане, децентралізація влади на місцях триває. Суттєва увага в області приділяється створенню центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП). При цьому значне місце займає питання проведення роз'яснювальної роботи у щойно створених громадах. Належна інформація висвітлюється на офіційних веб-сайтах ЦНАПів, розміщується у місцевих друкованих ЗМІ тощо.

З метою забезпечення населення доступними адміністративними 12 послугами в Кочубеївській ОТГ створено сектор надання адміністративних послуг. У межах Програми Європейського Союзу «U-LEAD with Europe: місцеве розширення прав і можливостей, підзвітність та розвиток розглядається питання щодо створення повноцінного центру надання адміністративних послуг.

### Література

1. Казюк Я. Фінансова децентралізація і бюджети перших 159 об'єднаних громад в деталях. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/item/id/5244>
2. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. Фінансово-аналітичні матеріали. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/decentralization/presentation/finansovo-analitichni-materiali-byudzheti-159-ob-yednanih-teritorialnih-gromad-u-2016-rotsi/>

3. Херсонська обласна державна адміністрація. [Електронний ресурс] – Режим доступу: - <http://khoda.gov.ua/16500-dmitro-butrij-decentralizaciya-realnij-shans-dlyagromad-na-yevropejske-majbutnye>

- <http://khoda.gov.ua/obyednani-gromadi-xersonshhini-vzyali-uchast-uzapusku-programi-dobre-decentralizaciya-prinosit-krashhi-rezultati-taefektivnist>

## **6.МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТИ ТА АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.**

Дашевська Л.М., викладач

ДВНЗ ”Херсонський державний аграрний ніверситет”

### **ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ В НЕМОВНОМУ ВНЗ**

Актуальність проблеми формування комунікативних умінь у процесі вивчення іноземних мов зумовлена розширенням зовнішньоекономічних зв'язків України, виходом її на світовий ринок, посиленням процесу вивчення світового досвіду і його адаптації до соціально-економічних умов нашого суспільства. Знання іноземної мови стає однією з важливих вимог підготовки фахівців. Сьогодні істотно змінюються вимоги до володіння іноземною мовою фахівцями всіх рівнів, першорядного значення набувають практичні навички, що передбачають знання ділової мови в усному та писемному мовленні, уміння використовувати іноземну мову у своїй професійній діяльності.

Підготовка до ділового спілкування стає сьогодні одним з найважливіших показників соціально-професійного статусу фахівця. Виконання такого соціального замовлення актуалізує проблему формування



комунікативних умінь майбутніх менеджерів взагалі і зокрема у процесі вивчення іноземних мов. Саме тому володіння іноземними мовами стає одним з провідних компонентів системи професійної освіти.

Тим часом, вивчення стану викладання іноземних мов у неможливих ВНЗ показує, що рівень володіння іноземними мовами їхніх випускників не відповідає вимогам сучасного ринку праці. Причиною існуючого стану є недостатня розробленість системи навчання іноземним мовам у вищих навчальних закладах неможливого типу у тісному зв'язку з одержуваною професією.

Рівень підготовленості випускників ВНЗ до комунікативної діяльності дозволяє виділити істотні недоліки у формуванні комунікативних умінь. Насамперед, це низький рівень загальної комунікативної компетенції, недостатність проектних знань ведення ділових зустрічей, бесід і переговорів; відсутність умінь рівнобіжної реалізації активного слухання й уявного аналізу; уміння моделювати свою позицію і відношення до неї партнера; невміння встановлювати і підтримувати міжособистісні ділові контакти.

Відомо, що внутрішнім стимулом активізації пізнавальної діяльності студентів, рушійною силою, джерелом формування і розвитку інтелектуальної активності і самостійності є пізнавальні потреби. Пізнавальний інтерес як якість особистості є основою активності і самостійності, їх умовою та джерелом, оскільки пов'язаний з нею і складає основу мотиву самостійної діяльності. Оскільки будь-яка діяльність зазвичай полівмотивована, для організації самостійної роботи важливим є врахування різних видів мотивації студентів економічних спеціальностей при вивченні іноземних мов. Стосовно навчання іноземної мови виділяються три види мотивації: 1) мотивація, пов'язана з перспективою використання мови в майбутній діяльності (зі свого фаху, в поїздці за кордон тощо); 2) мотивація, пов'язана з перспективою застосування набутих на заняттях знань і умінь в позаурочній роботі – у виступах на вечорах, конкурсах, олімпіадах, в читанні

газет і журналів тощо; 3) мотивація, пов'язана з постановкою викладачем на занятті задач, що поступово ускладнюються, і організацією різних форм їх виконання. Умовно останню називають ближньою мотивацією. Вона є основою динамічності мотивів навчання, їх поступового переходу в усвідомлену далеку мотивацію.

Серед умов ефективної самостійної пізнавальної діяльності студентів в рамках дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» можна назвати наступні: 1) студенти отримують повну та адекватну інформацію про зміст, призначення та методи оволодіння системою знань та умінь, які складають предмет даної дисципліни, а також переконуються в тому, що запропоновані знання і вміння мають важливе значення для їх майбутньої професійної кваліфікації та підвищення загальнокультурного рівня; 2) кожен студент забезпечується відповідними навчально-методичними посібниками, за допомогою яких викладач здійснює управління процесом оволодіння знаннями, спрямовуючи студента до самокерування, самоконтролю пізнавальної діяльності. Структура "викладач – навчальний матеріал – процес навчання – студенти" є основою цієї спільної діяльності, що складає зміст навчання. Виходячи з того, що зміст навчальної дисципліни визначають відбір, організація, структура навчального матеріалу, типи вправ, а зміст процесу – система взаємодій викладача та студентів, продуктом навчання є сформованість іншомовних знань, умінь, навичок, проаналізуємо засоби підвищення значущості мотиву змісту та процесуального мотиву при вивченні студентами дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням». Аналіз досліджень за проблемою «організація самостійної роботи студентів» дає можливість зробити висновок, що необхідними умовами, що ефективно впливають на організацію самостійної позааудиторної діяльності студентів з іноземної мови є створення мотиваційної основи позааудиторної діяльності; широке застосування різнорівневих професійно-орієнтованих завдань для самостійної позааудиторної роботи студентів із наступним аналізом результатів їх

виконання. Визначено, що сучасний навчальний посібник для самостійної роботи з іноземної мови має бути комплексом навчальних матеріалів, організованих до певної методичної системи відповідно до конкретних задач і умов навчання. Мета навчального посібника – формування умінь самостійної пізнавальної діяльності, умінь студентів з різних видів мовленнєвої і професійної діяльності. Оскільки загальною метою навчального процесу у ВНЗ є формування інтегральної готовності майбутнього фахівця, то звідси випливає головне завдання щодо створення умов у забезпеченні гармонії між особистісно значущими і суспільно значущими потребами підготовки бакалаврів і магістрів. Цілі навчального процесу в немовному ВНЗ мають бути спрямовані на актуалізацію потреби у самоформуванні інтегральної готовності до самостійної праці, накопиченні безпосереднього досвіду підготовки, його стимулювання.

**Ящук Т.А.**, викладач

Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини

## **СТРУКТУРА ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Ринкова економіка ставить підвищені вимоги до ефективності фінансового забезпечення державного та приватного секторів. У цьому аспекті особливу значущість управління фінансами становить і для закладів вищої освіти. Традиційні засоби формування та використання ними коштів не забезпечують потрібного управлінського ефекту, оскільки недостатньо орієнтовані на ефективність і результативність. Ринкові перетворення та реформування бюджетного процесу принципово змінюють організаційно-правові основи та критерії їх фінансово-господарської діяльності. Усе це вимагає розробки теоретико-методологічних основ дослідження процесу управління фінансовими ресурсами освітніх закладів.

Як стверджує Савчук В. А., фінансові ресурси закладу освіти – це сукупність грошових надходжень, які перебувають у розпорядженні закладу освіти і призначені для виконання зобов'язань щодо надання освітніх послуг своїм замовникам та фінансування процесів, які забезпечують організацію і нормальне протікання навчально-методичного процесу [1, с. 6].

Наразі в Україні склалися два принципові підходи до ролі вищих навчальних закладів: при першому ВНЗ розглядаються як організації, що обслуговують інтереси суспільства і держави, при іншому – як комерційні підприємства, що надають послуги окремим особам – студентам, які, у свою чергу, використовують освіту з метою отримання додаткових доходів у перспективі. При першому підході всі, або більшу частину витрат на освіту несе держава, при другому підході – студенти. В умовах ринкових відносин останній підхід отримує все більше поширення, тому що він має три основні переваги: по-перше, дозволяє враховувати вимоги ринку освітніх послуг, по-друге, дає можливість ВНЗ поповнити свій бюджет за рахунок позабюджетних коштів, по-третє, сприяє розвитку конкуренції закладів освіти за студентів [2, с. 7–8].

В сучасних умовах вітчизняні університети державної форми власності використовують бюджетну форму фінансування та шукають шляхи поповнення фінансових ресурсів за допомогою позабюджетних (комерційних) джерел. Так, аналіз формування коштів, необхідних для забезпечення діяльності ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет» показав, що протягом останніх років збільшувалась частка державного фінансування – з 24 млн. грн. у 2013 р. до більше 42 млн. грн. у 2017 р. (рис. 1).

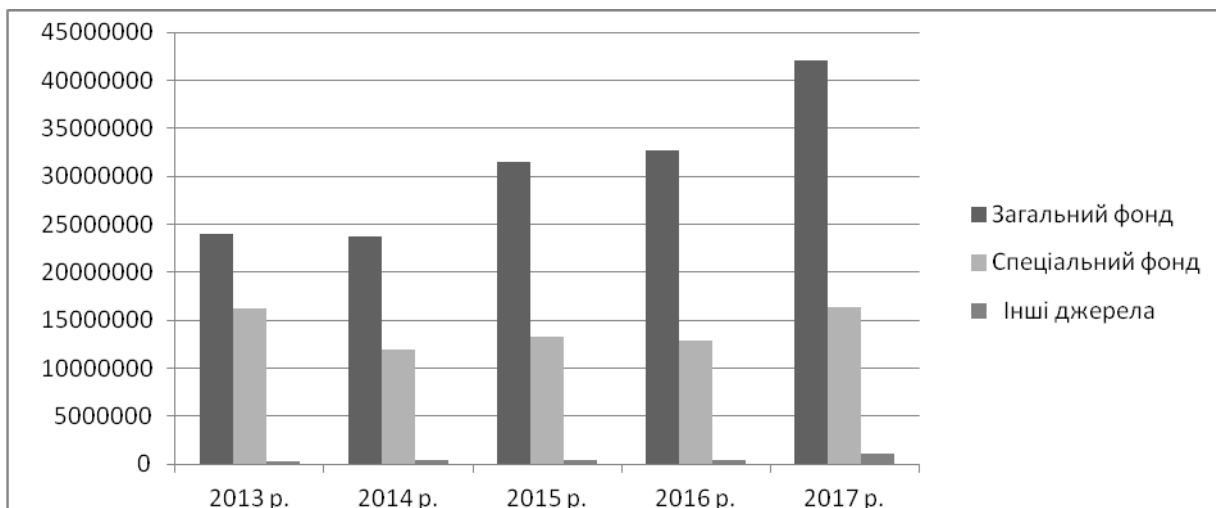


Рис. 1. Джерела фінансування ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет» у 2013 –2016 рр., грн.\*

\*Джерело: складено автором за даними ДВНЗ «ХДАУ» [3].

Разом з тим, у навчальному закладі у 2014–2016 роках зменшувались надходження до спеціального фонду (16180912,89 грн. у 2014 р. та 12859277,86 грн. у 2016 р.). Дещо збільшилась порівняно із попередніми періодами частка інших джерел власних надходжень (благодійні внески, гранти, дарунки) і досягла у 2017 році 1106848 гривень. Це є свідченням недостатньої уваги до можливостей поповнити фінансові ресурси позабюджетними коштами.

Як видно, вирішення проблеми оптимізації формування і використання фінансових ресурсів закладів освіти є складним завданням. У даному випадку завдання оптимізації не можна звести тільки до простої екстремізації функції фінансування. Це пояснюється тим, що у держави та закладів освіти не може бути однакової цільової функції у мінімізації або максимізації формування чи використання фінансових ресурсів через те, що для держави фінансування освіти – це вагома стаття видатків, а для закладів освіти – значне джерело фінансових надходжень [1, с. 7].

Таким чином, необхідно удосконалювати процес управління фінансами вищої школи, звертаючи особливу увагу на внутрішній фінансовий контроль і моніторинг з обов'язковими процедурами виявлення зовнішніх і внутрішніх ризиків та чинників їх прояву. Заклади вищої освіти повинні постійно розробляти і застосовувати ефективні заходи, спрямовані на поліпшення їх фінансового стану, зростання економічної самостійності освітніх установ, посилення їх відповідальності за досягнення суспільно значущих результатів. Усе це буде сприяти досягненню адекватного сучасним ринковим вимогам якості надання освітніх послуг у сфері вищої освіти, врахування вимог споживачів освітніх послуг.

### Література

1. Савчук В. А. Оптимізація формування і використання фінансових ресурсів закладів освіти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит / Вадим Анатолійович Савчук. – Ірпінь : НУДПСУ, 2011. – 20 с.
2. Проблеми управління фінансами вищих навчальних закладів: монографія // За заг. ред. канд. економ. наук, професора А. З. Підгорного. – Одеса : ФОП Гуляєва В.М., 2017. – 152 с.
3. Звіти про фінансову діяльність Херсонського державного аграрного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ksau.kherson.ua/buhg/zvf.html>.

**Осадчук І.В.**, к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту організацій

**Мороз О.С.**, студентка економічного факультету  
ДВНЗ «Херсонський Державний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ МЕНЕДЖЕРІВ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У КОНФЛІКТНІЙ СИТУАЦІЇ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ**

У одній із філософських інтерпретацій сутності конфлікту він розглядається як відображення приватного випадку протистояння, а саме протистояння у світі людей, який поділений на протидіючі сторони принциповими відмінностями людських цінностей, цілей, інтересів, світоглядів тощо. За законом неминучості конфлікту будь-яке явище чи ситуація розглядаються як єдність протилежних сторін, що взаємовиключають одна одну, долають опір свого антиподу, проте, водночас, не можуть існувати окремо. Саме тому виникнення конфліктів і суперечок у трудовому колективі будь-якого підприємства, у тому числі й підприємства готельно-ресторанного бізнесу, є неминучим.

Оскільки конфлікти, різні за значимістю та наслідками, супроводжують будь-яку трудову діяльність, управлінська діяльність керівника, менеджерів підприємства, як і сам процес керівництва таким підприємством, часто супроводжуються конфліктами між окремими виконавцями та між групами в трудових колективах. Тому керівники, менеджери повинні володіти знаннями щодо сутності, особливостей перебігу та можливих наслідків конфліктів і стресів, пов'язаних з ними, а головне - вміти управляти конфліктами.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що пошук конструктивних шляхів вирішення конфліктів, що виникають на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, та управління ними є

актуальною проблемою сьогодення, тому що сам конфлікт, і ефективне управління ним, можуть зумовлювати підвищення рівня продуктивності праці, зростання прибутку підприємства.

Метою нашого дослідження є вивчення особливостей поведінки менеджерів підприємств готельно-ресторанного бізнесу у конфліктній ситуації та розробка пропозицій щодо удосконалення управління конфліктами в трудовому колективі.

У ході теоретичного дослідження було з'ясовано, що всі відомі визначення конфлікту поєднує одна важлива риса: всі вони підкреслюють наявність протиріччя, яке приймає форму розбіжностей, якщо мова йде про взаємодію людей. Тому конфлікт – це відсутність згоди між двома або більше сторонами - особами або групами. Конфліктними, нездатними на свідому кооперацію, часто є особи з надмірно розвиненою агресивністю. При цьому сама по собі агресивність не робить людину суспільно небезпечною. Це відбувається тоді, коли її поведінку визначають певні мотиви діяльності.

Зазвичай вважається, що в залагодженні конфліктів, в ході управління поведінкою персоналу в конфліктних ситуаціях, вирішальною є роль керівника, менеджера, який наділений певними повноваженнями і володіє певним обсягом влади, а отже, має можливість впливати на своїх підлеглих, у тому числі - на їхню поведінку в конкретному конфлікті.

Керівник в умовах конфлікту може виявитися або прямим учасником конфлікту, що постає в ролі одного з опонентів, який відстоює свою точку зору, певні інтереси та позицію у стосунках із підлеглими, партнерами з ділових зв'язків, з іншими підрозділами підприємства, або арбітром – посередником у вирішенні конфлікту.

У дослідженні взяли участь 50 менеджерів закладів готельно-ресторанного господарства, розташованих у м. Херсон.

У процесі дослідження, з метою визначення агресивних і ворожих реакцій особистості менеджерів використовувалася методика Басса-Дарки, яка дозволяє диференціювати прояви агресії і ворожості [1], а для



встановлення яким саме стратегіям управління конфліктами надають перевагу керівники закладів, - методика К. Томаса (тест «Дослідження особливостей реагування у конфліктних ситуаціях» [2]). Застосовувалося ретестування.

У ході емпіричного дослідження було встановлено, що спогади про конфлікти у 63 % менеджерів підприємств готельно-ресторанного бізнесу, на яких проводилося дослідження, викликають неприємні асоціації і тому вони вважають, що це негативне явище, якого слід уникати. Не дивно, адже 47 % респондентів не мають спеціальної управлінської освіти. А навіть представники ранніх шкіл управління розглядали конфлікт як ознаку неефективної діяльності організації і поганого управління. Однак, не секрет, що у наш час науковці все частіше схиляються до думки, що окремі конфлікти, навіть у найбільш ефективній групі людей, навіть за найкращого соціально-психологічного клімату в трудовому колективі, є навіть бажаними. Слід лише дотримуватися однієї умови – керівник підприємства, його менеджери повинні вміти управляти конфліктами.

У ході дослідження виявлено, що в кожному досліджуваному трудовому колективі відбувалися міжособові конфлікти (у площинах «підлеглий – безпосередній керівник» та «працівник – працівник»), конфлікти між особою та групою (у площинах «працівник – інші члени трудового колективу» та «менеджер – формальна група /неформальна група»), а також конфлікти між мікрогрупами одного трудового колективу.

А. Басс і А. Дарка виділили наступні види реакцій: фізична агресія, непряма агресія, роздратування, негативізм, образа, підозрілість, вербальна агресія, відчуття провини, а також докори сумління. Встановлено, що найбільш схильними до агресії і здатними виявляти тип реакції «фізична агресія» є 14 % респондентів. 29 % респондентів здатні до непрямой агресії, 48 % яскраво виявляють роздратування, 5 % виявляють заздрість і ненависть до оточуючих за реальні і вигадані дії (тип реакції – «образ»), а 4 % постійно страждають від відчуття провини.

У самій загальній формі суб'єктивні, пов'язані з людьми, їх свідомістю і поведінкою, причини будь-яких організаційних конфліктів, як правило, викликаються трьома факторами: взаємозалежністю і несумісністю цілей сторін, усвідомленням цього і прагненням кожної зі сторін реалізувати свої цілі за рахунок опонента. Наслідки конфліктів у досліджуваних трудових колективах можуть бути як позитивними, так і негативними [3]. Результати ранжування наслідків конфліктів у трудових колективах підприємств готельно-ресторанного бізнесу м. Херсон представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Результати ранжування наслідків конфліктів у трудових колективах підприємств готельно-ресторанного бізнесу м. Херсон

№ п/п у ранжованому ряді	Позитивні наслідки	№ п/п у ранжованому ряді	Негативні наслідки
1	Стимулювання до змін і розвитку окремих працівників і трудового колективу в цілому	1	Зниження дисципліни, погіршення соціально-психологічного клімату в колективі
2	Отримання нової інформації про опонента	2	Великі емоційні витрати на участь у конфлікті
3	Розрядка напруженості між конфліктуючими сторонами	3	Надмірне захоплення процесом конфліктної взаємодії на шкоду роботі
4	Згуртування колективу при протиборстві із «зовнішнім ворогом»	4	Складне відновлення відносин («шлейф конфлікту»)
5	Діагностика можливостей опонентів	5	Після завершення конфлікту — зменшення ступеня співпраці між частиною членів трудового колективу
6	Зняття синдрому покірності у підлеглих	6	Уявлення про переможених, як про ворогів

У ході дослідження встановлено, що позитивний або негативний характер наслідків конфліктів залежали, в першу чергу, від особи (осіб), яка ними управляла та від обраної нею (ними) стратегії управління конфліктом.

З'ясовано, що з п'яти відомих стратегій управління конфліктами (уникнення, змагання, пристосування, компроміс, співробітництво), лише 28 % менеджерів надають перевагу стратегії «співробітництво». Вони пояснюють це тим, що найбільш ефективним способом вирішення проблеми є пошук альтернативи, яка повністю задовольняє інтереси обох сторін шляхом відвертого обговорення, спільний і відвертий аналіз розбіжностей у процесі опрацювання рішення. Стратегію «компроміс» та стратегію «змагання», обирає 49 % респондентів, а стратегію «уникнення» - 23 % менеджерів. На жаль, серед них дійсно більшість тих, у кого відсутнє прагнення до взаємодії та досягнення власних цілей, але яскраво виражено прагнення не брати на себе відповідальності за прийняття рішення, заперечувати існування конфлікту як такого та прагнення якнайшвидше вийти з конфлікту. Саме таким менеджерам, насамперед, шукають заміну власники закладів готельно-ресторанного господарства.

Отже, конфлікти є невід'ємною частиною життя кожного менеджера, кожного підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Вони дуже різняться між собою за причинами виникнення і наслідками. Частина конфліктів є незначними, несуттєвими, нетривалими, а інша частина – здатні суттєво погіршити працездатність їх учасників і мають тенденцію до затягування у часі.

Особливістю виникнення конфліктів у трудових колективах є те, що це, переважно, конфлікти, що виникають у площинах «підлеглий – безпосередній керівник» та «працівник – працівник», «працівник – інші члени трудового колективу» та «менеджер – формальна група /неформальна група»), а також «мікрогрупа – мікрогрупа» одного трудового колективу.

Характер наслідків конфлікту залежить, у першу чергу, від особи, яка ним управляла та від обраної нею стратегії управління конфліктом.

Управління конфліктами на підприємствах, зазвичай, здійснюють менеджери. Вони повинні не лише знати, а й застосовувати у своїй практичній діяльності закони психології та управління, закони України та інші нормативні акти (накази, постанови уряду, офіційно затвержені положення і т. п.), подавати приклад шанобливого ставлення до цих законів, вірності моральним і трудовим традиціям, прагнення до партнерської взаємодії. Однак, лише близько третини з них надають перевагу стратегії «співробітництво».

Менеджер підприємства готельно-ресторанного бізнесу, в силу своїх обов'язків, прав і повноважень стосовно персоналу має бути виразником лояльності, адже саме від нього, у першу чергу, залежить створення в трудовому колективі сприятливої атмосфери, що сприятиме свободі й повазі до особистості, проявові ініціативи, справедливій винагороді за роботу, запобіганню негативним наслідкам будь-яких конфліктів, особливо тих, що виникають на ґрунті невдоволення умовами праці й спілкування. Йому слід робити висновки з тих конфліктів, що відбуваються в підпорядкованому йому трудовому колективі, освоювати мистецтво управління конфліктами, яке полягає в тому, щоб і в конфліктній ситуації не випустити з поля зору основні орієнтири роботи групи людей; діяти в конфліктних ситуаціях грамотно, обачно, послідовно й наполегливо, приймати управлінські рішення з урахуванням існуючих і можливості виникнення нових конфліктів.

Конфлікти потрібно розв'язувати за неодмінною участю всіх конфронтуючих сторін.

### Література

1. Методика диагностики показателей и форм агрессии А. Басса И А. Дарки. Адаптация А. К. Осницкого. [Электронный ресурс]/ Психологический сайт / режим доступа: <http://test-metod.ru/index.php/4/37-metodika-diagnostiki-pokazatelej-i-form-agressii-a-bassa-i-a-darki>.

2. Слободянюк А.В. Психологія управління та конфліктологія: навчальний посібник для практичних та семінарських занять/ А.В. Слободянюк, Н.О.Андрущенко: Вінниця : ВНТУ, 2010 – 120с.

3. Тебекин А.В. Управление персоналом : учебное пособие для СПО / А.В. Тебекин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 182 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7974-9.

**Виноградова Т.І.**, старший викладач  
ДВНЗ „Херсонський державний аграрний університет”

## **ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Позитивний, злагоджений соціально - психологічний клімат в колективі організації позначається на різноманітних актах поведінки, діяльності, життя людини, в тому числі, й на процесі трудової діяльності. При вирішенні більшості задач результати колективної діяльності набагато перевищують просту суму індивідуальних досягнень. Стосовно організаційно-управлінських умов, то вони безпосередньо пов'язані з соціально-психологічним кліматом, оскільки соціальна регуляція міжособистісної взаємодії відбувається через систему виробничих відносин, котрі базуються на адміністративно-правових засадах організації. Найбільш сприятливий клімат устанавлюється тоді, коли способи та прийоми управління позитивно сприймаються колективом.

В психологію поняття «клімат» прийшло з метеорології і географії та характеризує психологічну сторону взаємостосунків між людьми. У вітчизняній соціальній психології вперше термін «психологічний клімат» використовував Н.С. Мансуров, який вивчав виробничі колективи [1]. Одним з перших розкрив зміст соціально-психологічного клімату В.М. Шепель, який вважав, що клімат відносин між людьми складається з трьох

кліматичних зон: 1) соціальний клімат, який визначається тим, наскільки в даному колективі усвідомлені цілі і задачі суспільства, наскільки тут гарантовано дотримання всіх конституційних прав і обов'язків працівників як громадян; 2) моральний клімат, який визначається тим, які моральні цінності в даному колективі є прийнятими; 3) психологічний клімат, ті неофіційні відносини, які складаються між працівниками, що знаходяться в безпосередньому контакті один з одним [2].

Основу організації становить людина, її сутність та потенціал. Вона є членом формальних і неформальних груп і це робить на неї винятковий вплив. Таким чином, різного роду взаємовідносини в рамках організації можна визначити як організаційну взаємодію.

Сучасні погляди щодо розуміння поняття колективу різні. Проаналізувавши різноманітні визначення цього поняття під колективом можна розуміти групу людей з певними взаємовідносинами, об'єднаних спільною метою, сумісною діяльністю. Соціально-психологічний клімат являється одним з основних елементів психологічної структури колективу. Цілісність структури колективу - це якісна сторона міжособистісних стосунків, яка проявляється у вигляді сукупності психологічних умов, що сприяють чи перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку особистості в групі [3].

Соціально-психологічний клімат, як правило, будується на міжособистісних стосунках, тому являється показником їх стану. Основними показниками соціально-психологічного клімату трудового колективу являються: прагнення до збереження цілісності групи, сумісність, згуртованість, контактність, відповідальність. Управління соціально-психологічним кліматом колективу вимагає від менеджера уміння аналізувати усі елементи психологічної структури колективу: колективної думки, колективного настрою та взаємовідношень [4]. Основними факторами, які впливають на стан соціально-психологічного клімату в колективі, є: зміст праці, ступінь задоволення людей роботою; умови праці,

ступінь задоволення характером міжособистісних стосунків зі співробітниками; стиль керівництва, особистість керівника. Позитивний соціально-психологічний клімат сприяє формуванню в кожного працівника почуття задоволеності від участі у спільній діяльності, а звідси підвищується ефективність праці. І, навпаки, негативний соціально-психологічний клімат сприяє почуттю незадоволеності.

Отже, у системі взаємин, що визначають соціально-психологічний клімат у трудовому колективі, провідну роль відіграють відносини між керівником і підлеглим, тому що від них залежать взаємини між рядовими членами колективу [5]. Керівник організації повинен регулювати демографічну структуру колективу: склад його членів за віком, статтю, сімейним станом, освітою, кваліфікацією, що дає більше можливостей для маневрування таким колективом. Спільна діяльність людей потребує постійного взаємозв'язку між собою, тому особливе значення для управління колективом має культура міжособистісного та ділового спілкування. Чинником, який сприяє стабілізації взаємин у сучасному колективі, є вміле керівництво: знаходити з підлеглими спільну мову, цікавитися проблемами, делегувати повноваження, створювати особливу атмосферу задоволення працею, справедливо оцінювати результати праці. На психологічному кліматі колективу позначаються також взаємини співробітників з тими, на кого вони самі впливають за характером своїх професійних обов'язків. Для покращення та вдосконалення стану соціально-психологічного клімату в колективі доцільно здійснювати постійний моніторинг відносин працівників між собою для вчасного виявлення непорозумінь, конфліктів

### Література

1. Мансуров Н.С. Морально-психологический климат и его изучение. Пути совершенствования морально-психологического климата в трудовых коллективах. Матер. к семинару. – М., ИСИ АН СССР, 1982. - с. 11.

2. Андреева М.П. Профессиональные задачи социальной психологи в новой ситуации // Психологический журнал. – Том 26. – 2005. – № 5. – С. 9-13.
3. Климат социально-психологический [Электронный ресурс]: Мир психологии. Психологический словарь. – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=396>
4. Подоляк Я.В. Психология управления: теория и практика менеджмента /Подоляк Я.В. – Х., 2004. – с. 51-56.
5. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации: Пер. с англ. / Мастенбрук У. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 256 с.

**Макухіна С.В.**, викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СПЕЦИФІКА ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В ПРОЦЕСІ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ**

Новітні тенденції розвитку освітньої системи в Україні зумовлюють посилення інтересу спеціалістів немовного профілю не лише до вивчення іноземної мови, але й принципів комунікації з представниками іншомовного культурного середовища під час перебування у закордонних відрядженнях. З поширенням міжнародних ділових зв'язків України з іншими державами на політичному та економічному рівнях з'являється потреба у висококваліфікованих спеціалістах, що здатні орієнтуватися в діловому світі, а саме в сфері міжнародної економіки та бізнесу. У зв'язку з цим перед немовними вузами ставиться завдання дати фахівцям мовну підготовку, адекватну вимогам сучасного економічно розвиненого суспільства; розвивати професійно-спрямовані комунікативні навички майбутніх фахівців, які дозволять їм успішно вести міжнародний бізнес, вільно спілкуючись іноземною мовою. Слід відзначити, що володіння іноземною



мовою вже є не ознакою престижу, а потребою сучасного фахівця. На відміну від студентів-лінгвістів, які обирають іноземну мову як основну спеціальність, студенти економічних спеціальностей часто не бачать сенсу в оволодінні іноземною мовою разом із провідними дисциплінами, а отже, мають дуже низьку мотивацію до вивчення мови. Так, пошук нових ефективних способів навчання іноземної мови є окремою проблемою, яка може бути розв'язана шляхом впровадження нових інноваційних технологій навчання.

Специфіка вивчення іноземної мови студентами економічного профілю полягає в тому, що іноземна мова для економістів є діловою англійською мовою, яка характеризується з'єднанням специфічного змісту й загального змісту. Методика формування навичок ділової комунікації повинна розроблятися в мовній підготовці та концепції формування мовних навичок (говоріння, аудіювання, читання, письмо) і навичок ділової комунікації. На практичних заняттях з ділової іноземної мови велика увага повинна приділятися не тільки монологічному мовленню, але й діалогічному, що відповідає комунікативній спрямованості навчального процесу. У сфері ділового спілкування окреме місце посідають доповіді-презентації та ділові переговори, що є обов'язковою частиною комунікативного аспекту. Використовуючи відповідну лексичну термінологію та діловий стиль, студенти презентують власну компанію, фірму, проводять прес-конференцію, складають анкети, резюме, ведуть ділові переговори з іноземними партнерами, складають контракти та ін. Безперечно, одним із прогресивних методів навчання іноземної мови є комунікативний метод, який базується на переорієнтації з форми на функцію, з лінгвістичної компетенції на комунікативну, а з мовної правильності на спонтанність і автентичність. Наприклад, розглянемо групову дискусію, що підвищує мотивацію й особисту участь співрозмовників у вирішенні обговорюваних проблем. Тут студентам доводиться використовувати не лише знання іноземної мови, але і формулювати власні думки, знаходити засоби для відстоювання своїх

позицій. З одного боку, дискусія сприяє розвитку лексичних, граматичних, логічних навичок, з іншого – спонукає студентів до участі співрозмовників у вирішенні обговорюваних проблем. Для того, щоб майбутні фахівці могли впевнено відчувати себе в реальній життєвій ситуації, вони і на заняттях мають бути поставлені в такі умови, за яких за допомогою іноземної мови вони змогли б вирішити потрібні для себе проблеми, тобто їх навчальна діяльність має бути максимально наближена до реальної обстановки. Для цього викладач має стати менеджером, який організує навчальний процес, де головними дійовими особами є студенти. Студенти-економісти повинні уміти слухати й розуміти ділове мовлення, але більша частина студентів відчуває труднощі при розумінні партнера в процесі спілкування іноземною мовою.

Зазначимо, що усне іншомовне ділове мовлення ми розуміємо як процес слухового сприйняття професійно-значущої інформації іноземною мовою у ситуаціях ділового спілкування. Його характерними рисами виступають інтонаційне забарвлення; обмежене використання жестів, міміки, що надають діловому мовленню відтінок переконливості та певної емоційності; з точки зору синтаксичної будови – здебільшого вживання простих речень; лінійність у часі; спілкування з урахуванням соціокультурних особливостей іноземних співрозмовників й інші ознаки.

Отже, іноземна мова є важливим засобом міжкультурного спілкування, вона сприяє вербальному порозумінню громадян різних країн, забезпечує такий рівень їхнього культурного розвитку, який дозволяє вільно орієнтуватись і комфортно почуватись у країні, мова якої вивчається.

Сучасна методика викладання іноземної мови у ВНЗ дозволяє викладачу підібрати такі методи, прийоми і форми роботи, які будуть найбільш ефективно сприяти формуванню готовності до міжкультурного спілкування. Завданнями сучасного викладача ділової англійської мови є розвиток професійно-спрямованих комунікативних навичок майбутніх

спеціалістів, а також формування готовності до міжкультурного спілкування та впровадження її у навчальний процес аграрних ВНЗ.

### Література

1. Сікорська Л. О. Формування комунікативних умінь майбутніх менеджерів у процесі вивчення іноземних мов : дис... кандидата пед. наук: 13.00.04 / Лариса Олегівна Сікорська. – Інститут вищої освіти АПН України. – К., 2005.

2. Сініцина В. В., Розвиток професійно-спрямованих комунікативних навичок студентів у процесі вивчення ділової англійської мови/ В.В.Сініцина, Г. В. Піскурська. – Донецьк, 2009. – С. 35-37.

3. Hofstede G. S. Culture consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across countries. – Thousand Oaks: Sage publications. – 2001. – 216 p.

**Виноградова Т.І.**, старший викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **ВИЗНАЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ ОСОБИСТОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ**

У державній національній програмі «Освіта. Україна XXI століття» визначені кроки щодо забезпечення нової якості підготовки фахівців. Процес підготовки повинен бути більш професійно спрямованим для формування необхідних професійних властивостей та особистісних якостей фахівця. Тому перед вищою школою стоїть завдання підвищення ефективності підготовки фахівців – менеджерів.

Численна плинність кадрів, коли випускники часто змінюють місце роботи, ще не удосконаливши свої професійні навички, великий відсів студентів із ВНЗ, які в процесі навчання не виявляють інтересу до обраної

спеціальності, вказують на недостатність формування особистісних якостей майбутніх фахівців. З метою пробудження потреби в професійній самоактуалізації існує необхідність в факторі, що забезпечував би ефективно формування якостей професіонала. Таким фактором може бути професійна спрямованість особистості.

С.Л. Рубінштейн писав: «Професійна спрямованість – це перш за все питання про динамічні тенденції, які в якості мотивів визначають діяльність та самі в свою чергу, визначаються її цілями і задачами». Між розвитком мотиву і оволодінням діяльністю існують складні взаємовідносини. Формування мотиву випереджає формування діяльності, а інколи, навпаки, відстає процес формування мотиву, що потім впливає на успішність оволодіння діяльністю. Сформована і адекватна мотивація вибору професії робить суттєвий вплив на успішність професійного навчання і на продуктивність діяльності.

В психології спрямованість особистості характеризується її переконаннями, ідеалами, інтересами, нахилами, в яких виражається світогляд людини. В своїй структурі ці види спрямованості містять потреби, установки, відносини.

Професійна спрямованість – це інтегральна (системна) якість особистості, що визначає відношення до професії, потребу в професійній діяльності і готовність до неї. Вона обумовлює правильний вибір професії, ставлення до різних видів навчальної діяльності, самонавчання і самовиховання, впливає на професійну адаптацію, професіоналізм фахівця і характеризується мотивами вибору професії та ВНЗ освіти, інтересами та нахилами до майбутньої професійної діяльності, намірами, ціннісними орієнтаціями, пов'язаними з майбутньою професійною діяльністю, позитивним ставленням до професії, усвідомленням професійного самовизначення, самооцінкою професійних здібностей, інформованістю про зміст професій і умови професійної діяльності.

З метою ефективної організації навчально – виховного процесу в університеті важливе значення має визначення рівня прояву професійної спрямованості, а саме професійних інтересів, мотивів вибору професії та професійних схильностей у студентів першого курсу.

У нашому дослідженні інтерес до професії сфері, ми визначали за допомогою анкети «Карта інтересів», запропонованої В.О. Худіком. Анкета містить 174 запитання, що мають відношення до різних сфер професійної діяльності. Дослідження проводились зі студентами економічного факультету.

Результати анкетування показали, що більшість студентів певною мірою зацікавлені змістом майбутньої професійної діяльності. Проте, значна кількість досліджуваних проявляє також і низькі професійні інтереси. 61% студентів виявили досить високий рівень розвитку професійного інтересу до обраної спеціальності. 25% студентів виявили певну зацікавленість змістом праці в аграрній сфері. Зрозуміло, що рівень розвитку інтересу у них недостатній. А от у 14% досліджуваних інтерес не проявляється взагалі і він навіть заперечується, що можливо викличе ускладнення в процесі навчання.

Професійний інтерес є важливою складовою придатності людини до професії, тому відсутність даного інтересу в певної частини студентів виступає поштовхом необхідності створення педагогічних умов для його розвитку.

Професійна спрямованість особистості виявляється також і в її схильностях. Професійні схильності студентів вивчались за допомогою «Диференціально – діагностичного опитувальника» розробленого Є.О. Клімовим. Результати дослідження показали, що більшість студентів мають схильність до типу професій «людина – людина» (32 %). Щодо вираженості схильностей до інших типів професій, то у нашій виборці 28 % студентів виявили схильності до типу професії «людина – природа»; 18 % - до «людина – техніка»; 15 % - до «людина – художній образ»; 7 % - до «людина – знакова система».

Як бачимо, у даної категорії студентів фіксується певне неспівпадання професійних схильностей з їхньої майбутньою професійною діяльністю. Це може ускладнити процес професійного становлення і бути відчутним в період адаптації випускників до умов виробництва після закінчення ВНЗ.

Результати дослідження стану професійної спрямованості першокурсників – майбутніх фахівців – менеджерів свідчать про те, що студенти потребують цілеспрямованої підготовки щодо розширення їх знань про професію, розвитку свідомого ставлення до професійної підготовки, формування любові до обраної професії, професійного самовдосконалення, почуття гордості за свою професію, формування професійно значущих якостей та свідомості професіонала тощо.

Тобто формування цілісності професійної спрямованості особистості щодо опанування своєю майбутньою професією, повинно проводитись протягом усього навчально – виховного процесу у ВНЗ освіти. Як зазначають дослідники, якщо професійні здібності абітурієнта чи то першокурсника розвинені недостатньо, але є умови для їх розвитку під час навчання на основі задатків та нахилів, то можна цілеспрямовано здійснювати його професійне навчання у ВНЗ освіти.

**Герасименко М. В.**, к. філос. н, старший викладач  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЗМІНА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ВУЗОМ ЯК НАГАЛЬНА ПОТРЕБА МОДЕРНІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

Вища освіта в Україні переживає період масштабної трансформації. Її теоретичним підґрунтям є Закон України «Про вищу освіту», ухвалений майже чотири роки тому [1]. У ньому визнається, що розвиток системи вищої освіти – це насамперед реформування вищих навчальних закладів. В основі

цього реформування лежить концепція всебічної університетської автономії: академічної, фінансової, організаційної.

Закон відкрив нові можливості для демократизації університетського життя, розвитку самоврядування. Проте, в його імплементації ми нині зупинилися лише на академічній автономії. «Її запровадження, як стверджує экс-міністр освіти і науки України С. Квіт, дало очевидний прогрес, однак без фінансової та пов'язаної з нею організаційної автономії не може відбутися відчутного якісного зростання. Вітчизняні ВНЗ не можуть капіталізувати свої академічні здобутки. Більше того, за таких умов академічна автономія може сприйматися не з погляду нових можливостей, а з погляду нових проблем і додаткового навантаження» [2].

Серед основних причин, що стримують процес всебічної автономізації навчальних закладів та модернізації вищої школи загалом, слід визнати низьку ефективність діючої системи управління. Адже, саме управління, як функція організованих систем, має забезпечувати оновлення, «підтримання діяльності, та реалізацію цілей системи» [3, с. 15]. Проблемними зонами сучасного вузівського менеджменту є: слабка адаптація структур управління до нових соціальних умов; домінування методів оперативного управління; орієнтація на досягнення короткострокових цілей і завдань; відсутність системи прийняття управлінських рішень «на випередження»; нечіткість здійснення управлінських процедур.

До характерних рис теперішнього управління вітчизняної вищої школи слід також віднести: його практичну орієнтованість, націленість на вирішення прикладних задач, пов'язаних з поточними проблемами; активне запозичення зарубіжного управлінського досвіду не завжди адаптованого до українських реалій; застосування ринково орієнтованого підходу до прийняття всіх управлінських рішень.

Існуюча модель управління вузом є відзеркаленням та елементом традиційного типу функціонування навчального закладу, спрямованого на відтворення визначеної кількості «стандартифікованих» фахівців певного

профілю. Модернізований же університет повинен орієнтуватися на підготовку «конкурентоспроможного людського капіталу для високотехнологічного та інноваційного розвитку країни, самореалізації особистості, забезпечення потреб суспільства, ринку праці та держави у кваліфікованих фахівцях» [1]. Тому невідповідність змісту підготовки спеціалістів потребам суспільної практики є головною причиною кризи освітнього середовища і «індикатором неадекватності прийнятих управлінських рішень» [4, с. 411].

Оскільки попередні механізми менеджменту та організації ВНЗ або перестали виконувати необхідні функції, або трансформувалися в нежиттєздатні, громіздкі утворення, то виникає нагальна потреба в розробці більш дієвих. Таких механізмів, які відповідали б новій парадигмі розвитку інституту вищої освіти.

У вітчизняному науковому просторі вже розроблені деякі конструкти управління, що враховують нові методики і практики менеджменту, концептуальний розвиток теорій соціального управління і зміну самої структури функціонування національної вищої школи. Це структурно-функціональна модель «організаційного управління ВНЗ» В. Кострової, модель «життєздатної системи» А. Деревніної, модель «ринково орієнтованої стратегії управління» С. Дьоміна, модель ВНЗ інноваційно-підприємницького типу Б. Сербиновського, модель «соціально-адекватного управління вищим навчальним закладом» В. Горбова. Названі моделі в різних аспектах вказують на шляхи розвитку та ефективного функціонування ВНЗ в умовах ринкової економіки. У них акцент робиться на успішність продажу освітніх послуг конкретного університету. Разом з тим, у розроблених проектах дещо нівелюється культуротворчий і соціальний ефект освіти, лише фрагментарно враховується залежність цілей, поставлених ВНЗ, від економічних, ментальних і соціальних факторів регіону і країни в цілому.

Недивлячись на свою недосконалість, майже кожна з презентованих моделей управління в більшій чи меншій мірі здатна сприяти інтеграції



навчальних закладів у ринкове середовище та наблизити національну вищу освіту до міжнародного рівня. Тому, університетському менеджменту, академічній спільноті слід активно вивчати та намагатися оперативно втілювати вказані розробки в практику вузівського життя, щоб не втратити соціальну доцільність та перспективу функціонування того чи іншого «храму науки».

### Література

1. Закон України «Про вищу освіту» (01.07.2014 № 1556-VII) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Квіт С. Реформування вищої освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://dt.ua/EDUCATION/reformuvannya-vischoyi-osviti-v-ukrayini-257581\\_.html](https://dt.ua/EDUCATION/reformuvannya-vischoyi-osviti-v-ukrayini-257581_.html).
3. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления / В. И. Кнорринг. – М.: Изд-во НОРМА, 2001. – 528 с.
4. Горбов В. В. Сутнісні характеристики соціально-адекватного управління вищим навчальним закладом / В. В. Горбов // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць ДонДУУ. – 2014. – Т. 15. – Вип. 281. – С. 410-418.

**Виноградова Т.І.**, старший викладач  
ДВНЗ „Херсонський державний аграрний університет”

### ВИКОРИСТАННЯ «СІНАНОН-МЕТОДІВ» МЕТОДІВ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

На сьогоднішній день ринок праці є перенасиченим і проблема щодо працевлаштування молодих фахівців залишається відкритою для майбутніх спеціалістів. Виключення з даної ситуації, на жаль, не становлять і майбутні

менеджери. У вирашному становищі виявляться ті, хто має певні переваги. Сучасного керівника можна оцінювати за професійною майстерністю, яка здійснюється завдяки використанню спеціальних знань, набутих у процесі навчання, та стилем поведінки, яких людина набуває самовдосконалюючись. Така діяльність передбачає розумове, емоційне, вольове напруження, і тому майбутніх фахівців слід психологічно готувати до неї.

Сучасна дидактика вищої школи накопичила такі технології та методи, які при певній модифікації та творчій інтерпретації викладачем можуть одночасно вирішувати як проблеми засвоєння студентом теоретичних знань, так і проблеми формування системи професійно значимих умінь. До таких методів можна віднести метод синектики, групові тренінги, метод „мозкового штурму” тощо.

Одним з інтерактивних методів є "Синанон-метод", успішно випробовуваний при підготовці менеджерів у різних вищих навчальних закладах освіти України. Вивчення психолого-педагогічних особливостей синанон-методу здійснювали такі українські вчені як В. Лозниця, Н. Лозинська та інші. Навчання відбувається в ігровій формі, де кожного учасника по чергово “розбирають по кісточках” інші члени групи, “вдаряючи” найчастіше по болючих і найважливіших суб’єктивних проблемах, виховуючи таким чином толерантність до негативних психологічних дій. Ця техніка інколи може створити більші можливості для індивідуальних і групових змін порівняно з психологічною підтримкою [1].

Особливості реалізації «синон-методу» при підготовці фахівців полягають у тому, що учасник тренінгу, який знаходиться на „гарячому стільці”, піддається опитуванню членами групи за конкретною навчальною темою. Своїми запитаннями члени групи мають право "вдарити" по його найболючіших місцях, зачіпати суб'єктивні проблеми, чим виховується емоційна врівноваженість, толерантність до негативних емоційних дій, відбувається удосконалення рис характеру і, зокрема, вольових якостей.

За висновками В.С. Лозниці у вітчизняних ВНЗ "Синанон-метод" дає позитивний результат у 80%, що пояснюється особливостями менталітету наших студентів. У американських студіях використання "Синанон-методу" дає суттєво вищий результат [4], що пояснюється тим, що в американській діловій культурі не прийнято зациклюватись на суперечках, образах, конфліктах, тоді як у слов'янському менталітеті можлива досить довга образа один на одного після гострої ділової, хоч і конструктивної, суперечки. У зв'язку з цим проведенню групового навчання з використанням "Синанон-методу" повинне передувати дієве психологічне налаштування, під час якого викладач пояснює аудиторії, чому необхідно оволодівати вміннями регуляції своїх психічних станів, адже майбутня робота випускника ВНЗ пов'язана з "реальними" людьми, їх недоліками, індивідуальними особливостями, проблемами, негараздами. Слід звернути увагу на те, що не можна ображати особисті якості гравців, підкреслювати їх фізичні недоліки, використовувати ненормативну лексику. Але учасникам слід враховувати, що в реальній практиці в екстремальних психологічних ситуаціях можливе вживання різних некоректних виразів.

При проведенні тренінгу слід правильно просторово розташувати учасників, враховуючи, що можна використати різні варіанти гри.

При першому варіанті гри на "гарячий стілець" сідає кожен член академічної групи, а його опитування здійснюють всі інші студенти. Оцінювання відповідей здійснюють судді, які мають авторитет найбільш підготовлених та максимально об'єктивних осіб. При другому варіанті – академічна група розбивається на 2 (3-4) команди. На "гарячий стілець" по черзі сідають члени команд, яким делеговані повноваження представляти погляди команди або власну точку зору на вирішення проблемної ситуації.

Вибір варіанту гри має залежати від її дидактичної мети, індивідуально-психологічних особливостей гравців, специфіки групи тощо.

Випускники вищих навчальних закладів, щоб вдало конкурувати на ринку праці, повинні бути готовими до професійної діяльності, орієнтуватись

в галузі професійних знань і бути підготовленими до взаємодії з людьми. Навчившись добре витримувати психологічну напругу, майбутній менеджер отримує безліч переваг.

Виходячи з вище сказаного, вважаємо, що Синанон-метод є досить вдалим способом підготовки майбутніх менеджерів, навчить їх контролювати свої емоції у ситуаціях різного типу, а вміння застосовувати навички, набуті під час його використання, знадобляться не тільки при працевлаштуванні, але й у керівництві трудовим колективом та у побутовій життєдіяльності.

### Література

1. Друкер П. Эффективный управляющий. - М., 1994. – 420 с.
2. Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания. — К., 1989. – 384 с.
3. Дизель П.М., Мак-Кинли Р.У. Поведение человека в организации. Пособие для школ бизнеса: Пер. с англ. — М., 2003. – 526 с.
4. Лозниця В.С. Психологія менеджменту: Теорія і практика.- К.: "ЕксОб", 2001.- 512 с.

### **Організатори конференції:**

- кафедра менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;
- Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки ДВНЗ «ХДАУ»;
- UNBDR Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва;
- Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної держадміністрації;
- Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ НААН;
- Полтавська державна аграрна академія.

**Робочі мови конференції:** українська, російська.

### **Тематичні напрямки роботи конференції**

1. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту.
2. Прикладні аспекти менеджменту в аграрному, фінансовому, інфраструктурному та інших секторах економіки.
3. Нові реальності менеджменту: стратегічне та антикризове управління, управління змінами та інноваціями, соціальна відповідальність бізнесу, аспекти екологічного менеджменту та органічного виробництва продукції.
4. Теоретичні та прикладні аспекти державного та регіонального управління, актуальні питання соціально-економічного розвитку територій.
5. Сучасні технології управління розвитком підприємств: економіка, організація, облік і оподаткування, маркетингові, логістичні, інформаційні, ресурсні та правові аспекти діяльності сучасного підприємства.
6. Менеджмент освіти та актуальні питання підготовки фахівців для реального сектору економіки в умовах трансформаційних перетворень.

**Електронна адреса:** [management@ksau.kherson.ua](mailto:management@ksau.kherson.ua)

У конференції прийняли участь 151 учасник.

**Іменний покажчик:**

Аверчева Н.О.	267, 331	Минкіна Г.О	124
Антоненко Н.М.	19	Миронов В.В.	130
Антошкін В. К.	297	Михайловська О.В.	109
Бендас Ю.О.	292	Мишустина Т.С.	222, 224
Бержанір А.Л.	82	Мінняйленко І.В.	46
Білорусов С.Г.	134	Мокієнко Т.В.	162, 166, 253
Боліла С.Ю.	22, 52, 112, 122, 169, 271	Мороз О.С.	350
Браїлов Д.Д.	192	Морозов І.Р.	169
Булах І.І.	13	Морозов О.В.	29, 54
Бурсова Т. О.	184	Морозов Р.В.	66, 72
Вайда Т.С.	57	Морозова О.С.	54
Вальховський Д.С.	22	Морозова О.Г.	75
Виноградова Т.І.	49, 356, 362, 368	Мухіна І.А.	19, 25
Вожегов С.Г.	72	Назаров С.Е.	171
Возняк О. А.	288	Нижеголенко К.С.	127
Вонберг Т. В.	101	Новоселець А.І.	38
Гадупяк А.М.	122	Овсянюк-Бердадіна	89
Галат Л.М.	274	О.Ф.	
Герасименко М.В.	365	Ожиганова О.В.	174
Гетьман А.Л.	32	Олексієнко Л.В.	256
Голованова М.А.	159	Олефір І.В.	181
Голубенко К.В.	171	Ортіна Г.В.	143
Гонган І.	322	Осадча І.М.	157
Грибовська Ю. М.	203	Осадчук І.В.	32, 35, 115, 350
Гринько Д.П.	35	Пакулова В.О.	238
Даниленко О.А.	106	Панченко І. Г.	226
Данько В.В.	337	Пасько А. М.	190
Дашевська Л.М.	343	Петрик В.Л.	229
		Петрова О.О.	91

Дідик О.І.	302	Пилипенко К.А.	292, 297, 302, 307
Дорогань-Писаренко Л.О.	264	Плаксієнко В.Я.	174, 247
Дудченко В.В.	66	Подаков Є.С.	232
Єкель Г.В.	258	Пономаренко О.Г.	212
Єланська Ж. Ю.	244	Пономарьова М.С.	177
Єрмакова Д. В.	253	Попова А.М.	137
Єрмолаєва М. В.	157, 226, 316	Поправко О.В.	95
Єфремова Н.О.	79	Прийдак Т. Б.	181, 184
Жданова Я. І.	166	Прищепа А.В.	271, 328
Жосан Г.В.	154	Рикун Є.В.	25
Завгородня М.С.	119	Рудік Н.М.	41
Засядько А.В.	79	Рунчева Н.В.	297
Захаров І.К.	38	Самойлик Ю.В.	310
Зігаленко А.В.	247	Сергієнко Т.І.	192
Зонова А.Е.	224	Сичова К.Є.	137
Іващенко А.П.	264	Снитка Л.В.	319
Івченко А.В.	206	Скрипник Т.О.	195
Ісачсенко С.О.	29	Соколова Л.В.	98
Ішакова Д.В.	38	Співак І.О.	288
Каменєва З.В.	200	Сухно І.Ю.	244
Канцедал Н.А.	238, 244		
Кекух О.О.	340	Тамара К.В.	235
Кириленко М.О.	334		
Кириченко Н.В.	103	Тесленко Ю.Ю.	222
Коваленко Г.В.	16	Ткачук А.І.	130
Ковальова В.І.	69	Ткачук-Спичак Б.Ю.	187
Ковтун В.А.	279	Тютюнник М. С.	316
Козачок К.В.	285	Унгуряну А.В.	198
Коляка А.А.	307	Ушакова Ю.С.	46
Конокєєнко О.І.	325	Федоренко М.М.	200
Косухіна Л.І.	209	Федорова Т.В.	271, 328, 334, 340
Кравець О. В.	112	Федорчук О.М.	147

Краєвська О.Р.	261	Фефелов А.В.	241
Криворучко А.Є.	212	Хохуля І.В.	52
Кривчун Е.В.	253	Чекамова О.І.	66
Куроп'ятник Я.В.	282	Черненко К.В.	256, 282
Ларченко О.В.	103	Шамрай В.Г.	313
Лебедченко В.В.	209, 215	Шапоринський Є.Р.	331
Лега О.В.	285, 288	Швед Д.О.	166
Литвинов В.О.	115	Шевельова Л.О.	285
Ліпський Р.В.	313	Шепель Т.С.	150
Лобода О.М.	103, 250	Шеплякова О.В.	187
Ломовських Л.О.	69	Шиманська О.В.	13
Лупеха І.М.	219	Шкляр О.О.	264
Мазур Ю.П.	140	Яковенко В.Р.	238
Макуха О.В.	85	Яловега Л.В.	206, 261
Макухіна С.В.	359	Яременко С.С.	241
Мельченко І.А.	247	Ящук Т.А.	346
Миколенко І.Г.	319		