



Збірник матеріалів доповідей У КРУГЛОМУ ІНТЕРНЕТ - СТОЛІ

**“АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ”**

Організатори:

Державний вищий навчальний заклад
«Херсонський державний аграрний університет»
Кафедра менеджменту організацій



М. ХЕРСОН

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ»

Назва заходу: Круглий стіл для науковців та викладачів ВНЗ України «Актуальні питання менеджменту в умовах соціально-економічних трансформацій».

Дата заходу: 26 травня 2017 року.

Мета заходу: розглянути актуальні проблеми менеджменту в умовах трансформаційної економіки та окреслити можливі шляхи їх вирішення.

Учасники: викладачі кафедр менеджменту організацій ХДАУ, запрошені науковці та викладачі з економічних факультетів ВНЗ України.



Робочі мови круглого столу:

українська, російська, англійська

Форма участі в круглому столі — заочна (дистанційна)

УДК 330 342.146(082)

Актуальні питання менеджменту в умовах соціально-економічних трансформацій / Матеріали круглого Інтернет –столу / Упоряд. Федорова Т.В., Боліла С.Ю.–Херсон, ХДАУ.- 26.05.2017: тези доповідей. – 2017. – 61 с.

В матеріалах висвітлено передові науково-практичні результати досліджень, отриманих в галузі сучасного менеджменту.

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 – к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «ХДАУ» Федорова Т.В.

Технічний редактор: Шепель Т.С.

© Колектив авторів, 2017

© ДВНЗ «ХДАУ», 2017₂



ЗМІСТ

Боліла С.Ю. Маркетинг як чинник забезпечення конкурентних переваг закладів готельно-ресторанного господарства.....	4
Рябенко Г.М. Економічна безпека сільськогосподарських підприємств та її складові.....	6
Федорчук О.М. Розвиток інвестиційної складової інфраструктури аграрного сектору України.....	10
Самайчук С.І. Оцінка ефективності управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств.....	13
Четвериков И. Духовно-практическая природа управления.....	16
Верховод І.С. Шляхи удосконалення менеджменту туристичної галузі України.....	18
Великий В.М. Професійна мобільність як чинник конкурентоспроможності фахівця.....	21
Осадчук І.В. Обґрунтування необхідності удосконалення правового забезпечення створення та функціонування сімейних фермерських господарств без статусу юридичної особи.....	25
Петрова О.О. Структуризація системи антикризового управління підприємством.....	29
Мухіна І.А., Хорунжий І.В. Маркетингові стратегії розвитку молокопродуктової галузі ДПДГ «Асканійське» Херсонської області.....	34
Федорова Т.В. Організаційно-економічні засади розвитку виноградарства на прикладі ПАТ «Кам'янський».....	39
Ковальов Д.В. Систематизація, розширення та поглиблення функцій агромаркетингу.....	42
Шепель Т.С. Управлінський облік і контролінг в системі управління підприємством в умовах економічної інтеграції.....	46
Губа М.І. Фактори впливу розвитку зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору на забезпечення продовольчої безпеки держави.....	51
Рудік О.Л., Рудік Н.М. сучасні технології як механізм управління ефективністю вирощування льону олійного різного призначення	54

Боліла С.Ю.

к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту організацій
Херсонський державний аграрний університет

МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В сучасних умовах загострення конкуренції та глобалізації бізнесу заклади готельно-ресторанного господарства використовують різні підходи та інструменти з метою залучення клієнтів, підвищення привабливості та іміджу як самих закладів готельно-ресторанної сфери, так і їх продуктів.

На сьогодні найбільш ефективним засобом формування прихильності споживачів та збільшення продажу є маркетинг, прийоми якого дозволяють обрати правильні стратегію і тактику поведінки підприємствам готельно-ресторанної сфери в умовах економічної кризи, підвищення нестабільності діяльності, приходу на ринок мережі готельно-ресторанних структур, та на цій базі стабілізувати, а також суттєво підвищити ефективність своєї діяльності. В умовах постійного збільшення кількості окремих готельно-ресторанних підприємств та мережних структур, збільшення витрат виробництва та надання споживачам готельно-ресторанних послуг, маркетинг стає основним засобом, що дозволяє встояти та досягти успіху на ринку й отримати лояльність зі сторони клієнтів. Готельно-ресторанна галузь має ряд специфічних особливостей, що впливає на формування готельно-ресторанного маркетингу, а саме: вона щільно пов'язана з туристичною галуззю конкретного регіону; має широкі можливості до організації різного типу готельно-ресторанних об'єднань, що дає можливості

вирішувати проблему сезонності клієнтів за рахунок їх переміщення в межах готельно-ресторанних ланцюгів. Сучасний готельно-ресторанний маркетинг надає переваги підприємствам готельно-ресторанного бізнесу, бо спрямований не лише на доведення до клієнтів переваг їх продуктів в порівнянні до конкурентів, але й на формування попиту на ці продукти з врахуванням особливостей індивідуальних та корпоративних споживачів, а також на виховання у останніх раціональних потреб. Готельно-ресторанний маркетинг - це одна з систем управління готельно-ресторанним підприємством, що передбачає ретельний облік процесів, що відбуваються на ринку, для прийняття ефективних господарських рішень [1]. Маркетинг спрямований для створення умов для пристосування виробництва готельно-ресторанного продукту та послуг до наявного попиту, вимог ринку; розробку системи організаційно-технічних заходів з дослідження готельно-ресторанних продуктів та послуг, підвищення їх якості, інтенсифікацію їх збуту та підвищення їх конкурентоспроможності з метою отримання максимальних прибутків. Для реалізації цих умов необхідно: оцінювати потреби реальних та потенційних споживачів, а також рівень їх задоволеності якістю та безпекою готельно-ресторанних послуг; вивчати стан та динаміку споживчого попиту; здійснювати сегментацію готельно-ресторанного ринку та виявляти сегменти, в яких підприємство готельно-ресторанного бізнесу володіє ключовими факторами успіху по відношенню до конкурентів; займатися питаннями ціноутворення; реклами та стимулювання збуту та впливати на ринок та споживчий попит з метою формування його в необхідних для готельно-ресторанного підприємства напрямках; здійснювати планування товарного асортименту, збуту та торгівельних операцій: забезпечувати зацікавленість та залучення до роботи висококваліфікованого обслуговуючого персоналу та₅

здійснювати якісне обслуговування клієнтів, що дозволить досягти високої економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанної сфери. При цьому, реалізуючи цілі маркетингу, підприємству готельно-ресторанного бізнесу необхідно будувати маркетингову діяльність на підставі сучасних концепцій: маркетингу взаємовідносин, маркетингу в складі об'єднання готельно-ресторанних підприємств, Інтернет-маркетингу, глобального інтегровано-комінікативного маркетингу.

Література:

1. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг /Л.В. Ткаченко.- К: ЦНЛ, 2003. - 192 с.

Рябенко Г.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Миколаївський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ СКЛАДОВІ

Економічна безпека сільськогосподарського підприємства — це такий стан підприємства, що характеризується стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, їх здатністю забезпечувати реалізацію власних економічних інтересів, ефективно функціонувати та розвиватися в умовах невизначеності та господарських ризиків.

Основною метою формування економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є реалізація їх інтересів, забезпечення ефективного

функціонування та високого потенціалу на перспективу. Суб'єктами економічної безпеки підприємств є ті особи, підрозділи, що займаються забезпеченням її належного рівня. Об'єктами економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є види діяльності підприємства (виробнича, збутова) та його ресурси (фінансові, кадрові, земельні, матеріально-технічні) [3].

Необхідність зміцнення рівня безпеки сільськогосподарських підприємств обумовлюється такими основними завданнями: ідентифікація загроз безпеці; усунення загроз, яким підприємство не може протистояти; проектування можливих загроз та заходів щодо їх запобігання; адекватне та вчасне реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища.

Функціональні складові економічної безпеки на різних рівнях економіки є різними. Зокрема, на державному рівні виділяють силову (спроможність диктувати умови на міжнародному рівні), екологічну (пріоритетність концепції сталого розвитку), науково-технологічну (сировинний придаток країни), політико-правова (формування правових механізмів). Основними складовими на регіональному рівні є соціальна, науково-технологічна, екологічна, фінансова, правова.

У сучасній економічній літературі існує різна класифікація складових економічної безпеки, які різняться критеріями розподілу. Так, Полозова Т.В. [2] пропонує виділяти фінансову, інтелектуальну й кадрову, техніко-технологічну, політико-правову, інформаційну, екологічну та силову складові. Окрім зазначених складових професор Ібрагімов І.Є [1] додає ринкову та інтерфейсну. Проте проведені дослідження дають змогу виділити наступні складові економічної безпеки сільськогосподарських підприємств:

- фінансова — досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів;
- екологічна — дотримання чинних екологічних норм, мінімізація втрат від забруднення довкілля;
- техніко-технологічна — забезпечення ступеня відповідності застосовуваних на підприємстві технологій найкращим світовим аналогам за оптимізації витрат ресурсів;
- кадрова — збереження й розвиток інтелектуального потенціалу підприємства, ефективне управління його персоналом підприємства;
- інформаційна — забезпечення ефективного інформаційно-аналогічного господарювання підприємства;
- політико-правова — дотримання чинного законодавства, всебічне правове забезпечення діяльності підприємства;
- ринкова — захист від неефективно обраної моделі поведінки на ринку, помилок у товарній збутовій політиці, політиці ціноутворення, конкурентоспроможність продукції;
- силова — забезпечення фізичної безпеки працівникам підприємства, збереження майна;
- ресурсна — нейтралізація можливих загроз стосовно забезпечення підприємства основними видами ресурсів;
- інноваційна — формування необхідних і достатніх умов для збільшення можливостей створення та використання інновацій на підприємстві;
- організаційна — взаємодія структурних підрозділів підприємства, які формують рівні управління, їх взаємозв'язки та прийняття управлінських рішень щодо поліпшення безпеки підприємства;

- соціальна — забезпечення соціальних засад та справедливості у процесі стимулювання працівників підприємства.

Необхідно зазначити, що на сучасному етапі основними проблемами та стримуючими чинниками підвищення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є обмеженість власних фінансових коштів, неспроможність підприємства самостійно та вчасно забезпечувати виробництво матеріально-технічними ресурсами, низький рівень продуктивності праці працівників, брак кваліфікованих кадрів на підприємствах, нераціональне використання земельних ресурсів та низький рівень цінової конкурентоспроможності підприємств. Перспективними, у контексті підвищення рівня економічної безпеки сільськогосподарських виробників, можливостями є створення адекватної системи мотивації праці та вдосконалення матеріально-технічного оснащення шляхом використання нетрадиційних методів фінансового забезпечення. Також особливу увагу слід приділити зовнішнім загрозам, зокрема можливій зміні податкової та бюджетної політики, відкриття внутрішніх ринків для дешевшої та якісної продукції.

Література:

1. Ібрагімов І.Є. Систематизація методичних підходів оцінки рівня економічної безпеки підприємства / І.Є. Ібрагімов // Актуальні проблеми економіки. — 2013. — № 3. — С.143 – 154.
2. Полозова Т.В. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства: проблемні аспекти / Т.В. Полозова, М.Ю. Журавель // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2010. — № 29. — С. 355 – 358.

З. Ткачук В.І. Економічна безпека та стійкість сільськогосподарських підприємств : [монографія] / В. І. Ткачук О. А. Прокопчук М. І. Яремова. — Житомир : Волинь, 2013. — 276 с.

Федорчук О.М., к.е.н., доцент
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Забезпечення сталого та ефективного розвитку аграрного сектору економіки України на сучасному етапі формування ринкових відносин знаходиться в центрі уваги науковців та практиків. При цьому процеси її інвестиційного та кредитного забезпечення набувають все більшого значення. Саме вони є основою залучення коштів і створення інституційного підґрунтя для відтворення виробничого потенціалу аграрного сектора економіки.

Україна переживає нині складний період комплексних структурних перетворень, фінансово-економічного оздоровлення всього національного господарського комплексу, вибору власних шляхів стабілізації і формування сприятливого ґрунту для функціонування та співпраці міжнародних бізнес-структур, інституцій, установ. Тут варто зауважити, що нинішній час вносить свої корективи у розуміння науково-технічного потенціалу та перспективи його розвитку в Україні, яка потрібна ЄС та світовому співтовариству, як рівний економічний партнер.

Аналіз інвестиційної політики свідчить: для залучення в Україну₁₀

інвестицій необхідні чіткі й прозорі дії в оподаткуванні, у системі мита, в ліцензуванні окремих видів діяльності.

Агропромислове виробництво - один з найбільших реципієнтів інвестицій в Україні. Питома вага його в загальному обсязі іноземних інвестицій перевищує 11,0%. Іноземні інвестори вже вклали кошти у розвиток аграрного сектору та тютюнової, кондитерської, переробної галузей зокрема.

Як свідчить аналіз діяльності аграрного сектору, уповільнення та невідповідності інвестиційного та інноваційного процесів - головна причина сучасних кризових явищ у розвитку галузі, стримування активного реформування й забезпечення сталого її функціонування в перехідний період до розвиненої соціально орієнтованої ринкової системи господарювання.

Інтенсифікація інвестиційних процесів, спрямованих на оновлення виробництва з метою підвищення якості, конкурентоспроможності продукції й прибутковості підприємств не лише важливий фактор забезпечення продовольчої незалежності України, виходу її на світовий і регіональні продовольчі ринки, а й формування ефективної структури народногосподарського, агропромислового та промислового комплексів, зростання економічного й соціального розвитку та підвищення життєвого рівня населення [1].

Основні напрямки стимулювання вітчизняних та іноземних інвестицій у виробництво АПК: розробка регіональних програм стимулювання приватних інвестицій, розвиток ринку цінних паперів, створення вільних економічних зон, придбання іноземними інвесторами акцій вітчизняних виробників, страхування інвестицій від некомерційних ризиків, концентрація внутрішніх ресурсів при централізованій підтримці з метою реалізації пріоритетних інвестиційних

проектів тощо [2].

Розрахунки показують, що для створення сучасної високорозвиненої індустрії харчування в країні необхідно не менше 75 млрд. грн. капіталовкладень. Фінансування може здійснюватись за рахунок іноземних та внутрішніх інвесторів, амортизаційних відрахувань на відтворення виробничого потенціалу, банківських і податкових кредитів та інших джерел.

Капітальні вкладення треба спрямовувати передусім у стратегічні галузі, зокрема, в цукрову, олійножирову, плодоовочеконсервну, лікєро-горілчану, виноробну, соляну та інші, які можуть виробляти конкурентоспроможну продукцію для внутрішнього й зовнішнього ринків.

З метою створення економічної зацікавленості в інвестуванні в аграрний сектор України доцільно на два-три роки впровадити систему пільгового оподаткування та фінансування нових реструктурованих підприємств галузі, що сприятиме прискореному зростанню обсягів виробництва високоякісних харчових продуктів з врахуванням органічної компоненти.

Час вимагає значного розширення інвестиційних послуг, які мають включати операції на ринку торговельних зобов'язань, операції з цінними паперами власності, участь у приватизаційному процесі, проектному фінансуванні, венчурне інвестування, інвестиційні консалтингові послуги [3].

Враховуючи згадані вище фактори інвестиційної привабливості країни, активізація залучення іноземних інвестицій можлива за умов залучення до інвестування великих компаній з промислово розвинутих країн і транснаціональних корпорацій. Необхідно також суттєво вдосконалити фондовий ринок та фінансово-кредитну систему, розробити, впровадити та профінансувати з допомогою іноземних інвестицій нові інноваційні проекти,¹²

що мають соціально - економічне значення для подальшого розвитку України в цілому та її аграрного сектору.

Література:

1. Інноваційна стратегія українських реформ // Гальчинський А.С., Геєць В.М., Кінах А.К., Семиноженко В.П. – К.: Знання України, 2002. – 336 с.
2. Міжнародні економічні відносини: Система регулювання міжнародних економічних відносин: Підручник / А.С. Філіпченко, І.В. Бураковський, В.С. Будкін та ін. – К.: Либідь, 1994. – 256 с.
3. Федорчук О.М. Розвиток інвестиційної діяльності агропромислового виробництва в контексті вступу до СОТ / О.М. Федорчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я: зб. матер. між нар. наук.-практ. конф. «Україна - сільське господарство - СОТ: теорія і практика». – Миколаїв: МДАУ, 2007. – спец. вип. 3(42). – Т.1. – С. 223-229.

Самайчук С.І., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ресурсний потенціал аграрних підприємств представляє собою сукупність земельних, матеріально-технічних, трудових, інформаційних ресурсів, інновацій та капіталу сільськогосподарського підприємства. Кожний окремий вид ресурсів і ресурсний потенціал аграрних підприємств в цілому відображають

вплив чинників, які створюються людиною штучно (машини, механізми, добрива, фінансові ресурси) або формуються природним шляхом (трудові ресурси, ґрунти, вода, сонячна енергія, повітря і т.д.). Взаємодія цих чинників і найскладніші процеси різної природи формують певні ефекти, тобто створюють масу споживчих вартостей, кількість та якість яких має відповідати суспільним потребам, забезпечувати конкурентоспроможність виробництва, зниження витрат виробництва, ефективне використання ресурсного потенціалу [1].

Підвищення ефективності аграрного виробництва та використання всіх видів ресурсів є життєво важливими для аграрних підприємств. Цього можна досягти зваженою, з урахуванням ресурсних можливостей та умов їх використання, стратегією розвитку аграрних підприємств на основі підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом.

Основні напрями формування системи ефективного управління, використання і відтворення ресурсного потенціалу полягають у наступному: забезпеченні раціонального використання земельних, водних та інших природних ресурсів в аграрних підприємствах, а також основних матеріальних засобів; застосуванні ресурсозберігаючих технологій; ефективному використанні трудових ресурсів; забезпеченні стабільності формування й ефективності використання внутрішніх і зовнішніх фінансових ресурсів; впровадженні результатів інноваційного розвитку, спрямованого на екологізацію і інтенсифікацію аграрного виробництва; розвитку транспортно-складської інфраструктури; забезпеченні ресурсної безпеки держави.

Підвищення ефективності ресурсного потенціалу аграрних підприємств в

умовах ринкових стосунків повинно базуватися на гнучкому поєднанні ринкових механізмів із управлінськими рішеннями підприємства.

Для досягнення цієї мети необхідно сформувати систему управління, орієнтовану на ефективне підвищення ефективності ресурсного потенціалу аграрних підприємств в поточному і перспективному господарському обороті, що забезпечуватиме істотне зростання прибутковості аграрних підприємств, сформує передумови економічного зростання і динамічне залучення інвестицій в інноваційні проекти аграрних підприємств [1].

В цілому система економічних оцінок підвищення ефективності системи управління ресурсного потенціалу аграрних підприємств включає наступні складові: економічне обґрунтування необхідності використання і залучення до господарського обороту ресурсів аграрного підприємства з попередніми розрахунками необхідних інвестицій; техніко-економічні розрахунки, використовувані для визначення умов конкурсів з вибору інвестора; розробка економічної складової на основі визначення об'ємів, термінів, форм і умов залучення ресурсів в господарський оборот.

Важливість етапу економічного обґрунтування безумовна, оскільки саме тут формується основа управлінського рішення про підвищення ефективності ресурсного потенціалу аграрного підприємства, яке надалі реалізується в рамках функціонуючого організаційно-економічного механізму.

Література:

1. Воловик Д.В. Підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємств аграрної сфери / Матеріали всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Економічні проблеми модернізації та

інвестиційно-інноваційного розвитку аграрних підприємств». –
Дніпропетровськ, 2013. – С. 47-49.

Игорь Четвериков, старший преподаватель
ГВУЗ «Херсонский государственный аграрный университет»

ДУХОВНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ПРИРОДА УПРАВЛЕНИЯ

Процесс социального управления представляет собой неравноценное взаимовлияние субъекта и объекта. Такая неравноценность выражается, во-первых, в том, что именно субъект наделен правом принимать решения, во-вторых, в том, что он имеет реальные возможности превращать свои решения, содержание которых определяется насущными потребностями социального развития, в потребности, обязательные для выполнения объектом. Благодаря этому руководящим влиянием охватываются все члены коллектива организации, предприятия или, даже общества и обеспечивается применением на случай невыполнения принятых решений соответственных правовых норм принуждения или установления меры ответственности.

Исследуя коллективные субъекты управленческой деятельности, иногда относят к ним без каких-либо объяснений управленческий коллектив, состоящий из административно-управленческого персонала организации, исполняющей управленческие функции относительно упорядоченности и согласованности людей и их деятельности с целью выполнения общественно значимых заданий. Это утверждение требует существенных дополнений. Действительно, если коллективный субъект управленческой деятельности – это лишь

административно-управленческий персонал, тогда куда следует отнести технический персонал, руководящий управленческими делами, и тех, кто обеспечивает неукоснительное выполнение решений. Иными словами, без социофилософского видения роли и места субъектности в управленческом процессе, без того, что называют «системностью взглядов» на социальную реальность, очень сложно формировать о чем-то целостную картину. Это видение позволяет констатировать следующее:

1. Духовно-практическая природа управления детерминирована биполярной природой субъекта, объекта и отношениями между ними;

2. Онтологической основой управления является модель. Теоретические и материальные модели рассматриваются как формы научного мышления и практики – как проект, программа, «концептуальная схема», типизация. В их форме расширяется и углубляется знание об оригинале и одновременно уточняются, продуцируются более совершенные модели;

3. Эвристическая роль моделей состоит в создании «ситуации понимания» тогда, когда моделирование становится методом истолкования социальной действительности, формирования управленческой стратегии;

4. В этой стратегии самосознание субъекта выступает как «Я-модель». Иначе говоря, моделируется любая функция, цель или задание в больших и малых социальных системах.

Верховод І.С., к.е.н., доцент

Мелітопольський державний педагогічний університет

імені Богдана Хмельницького

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У більш як 40 країнах світу туризм є головним джерелом надходжень до державного бюджету. На туризм припадає близько 10 % виробленого у світі валового продукту, це одна з ключових галузей, яка приносить дохід державі. Фактично, кожне 15-те робоче місце є робочим місцем у галузі туризму [1].

Україна має величезний потенціал для розвитку туризму, але ця сфера не має достатнього економічного регулювання й фінансування на різних рівнях. Туризм – це одна з небагатьох галузей, яка швидко зростає, яка буде швидко зростати і є величезним сегментом малого і середнього бізнесу, оскільки сектор туризму розвиває ще паралельно близько 50 дотичних галузей економіки. Це і є середній і малий бізнес, який повинен стати драйвером економіки, платником податків і, фактично, стати компонентою зростання економіки.

Один із пріоритетів для науковців і практиків – розробити і впровадити ефективну систему та модель управління сферою туризму. Кожен регіон, який зацікавлений у туризмі, повинен мати свій відділ, департамент, людину, яка закріплена за туристичною діяльністю, а також чіткий план, концепцію, реалізацію на місцевому рівні.

Напевно, має бути створена національна туристична організація, як у більшості європейських країн, яка допомагатиме державі реалізовувати її

повноваження, тому що державні ресурси замалі для того, щоб регулювати всю туристичну галузь. Слід частину функцій передати на ринок, і ринок повинен сам себе регулювати через саморегулятивні організації, через національну туристичну організацію.

Спочатку, обов'язково, створення повноцінної системи менеджменту туризму, яка реалізується на всіх рівнях: державному, регіональному і навіть на рівні окремого підприємства. Досвід більшості країн, які успішно розвиваються, свідчить, що лише окрема структура – Національна туристична агенція, до того ж наділена відповідними повноваженнями, може ефективно здійснювати державну політику в туризмі. Причому необхідно чітко розділити напрями її діяльності: адміністративний (це департамент туризму, що представляє центральний орган виконавчої влади в галузі туризму) та маркетинговий (Національний туристичний офіс).

Наступний крок – розроблення та затвердження стратегії розвитку туристичної галузі з чітким визначенням джерел фінансування та планом її покрокової реалізації.

Слід створити маркетинговий план просування національного туристичного продукту на внутрішньому і зовнішніх ринках, що включатиме промоційну кампанію туристичного потенціалу України. Дана програма може бути ефективною за межами України лише за потужної інформаційної кампанії просування позитивного бренду «Україна», для того щоб зруйнувати наявні психологічні стереотипи негативної інформації про Україну. Створення стимулів для заохочення туриста, зменшення тривалості перетину кордону (урядова постанова), інформаційна кампанія для внутрішнього туриста, яка допоможе частково переорієнтувати виїзні потоки.

Практично всі світові курорти розвивалися за рахунок іноземних інвесторів (Єгипет, Туреччина), для цього необхідно усунути недоліки в нормативно-правовому забезпеченні (велика кількість законів регулює цю діяльність), конкретизувати гарантії інвесторам (стаття 10 Закону України «Про режим іноземного інвестування») [1], запровадити механізми економічного стимулювання розвитку туризму та рекреації.

Можна використати відомий спосіб – створення вільних туристичних зон. Не секрет, що інфраструктура туристичних дестинацій в Україні потребує значних капіталовкладень. Варто надати місцевому самоврядуванню доступ до дешевих довгострокових кредитів, які вони вкладали б в інфраструктурні проекти. Ще один шлях – створення державного грантового фонду для стимулювання інвестиційних та високоефективних проектів у галузі туризму.

Потрібно забезпечити інфраструктурне та інформаційне облаштування об'єктів культурної спадщини, створити інтерактивну пошарову базу даних. На даний момент немає повної картини про всі туристичні та рекреаційні ресурси України, вони мають бути відкриті, вони мають бути в доступному вигляді через туристичні інтернет-портали, такі як Visit Ukraine, представлені в єдиному форматі для туристів. Будь-який турист із будь-якої країни світу, зайшовши туди, має отримати інформацію, яка йому потрібна.

Потребує розробки та впровадження більш ефективного збору та аналізу релевантної статистики у сфері туризму для того, щоб робити правильні висновки, – кількість туристів, які в'їхали і виїхали, кількість операторів на ринку тощо.

Тобто туризм – це перспективна галузь, яка повинна розвиватися швидкими темпами. І якщо розглядати менеджмент як процес упорядкування

системи, діяльність з управління матеріально-технічними, людськими, інформаційними ресурсами, то ефективний менеджмент туризму в Україні потребує пошуку шляхів удосконалення цієї системи. Тоді Україна могла би прийняти частину мільярдного світового потоку туристів та забезпечити їм належний рівень послуг.

Література:

1. http://gska2.rada.gov.ua/zakon/new/par_sl/sl0604116.htm
2. http://ukr-kodeksy.com/pro_rezhim_inozemnogo_investuvannya.htm

Великий В.М., к.пед.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ПРОФЕСІЙНА МОБІЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ

В умовах економічної кризи та стрімкої динаміки соціальних процесів важливою проблемою є конкурентоспроможність фахівця, яка значною часткою залежить від здатності адаптуватись до вказаних викликів сьогодення. Адекватну оперативну адаптацію фахівця до нових вимог пов'язують з його професійною мобільністю. Низький рівень професійної мобільності персоналу часто є одною з причин низької конкурентоспроможності.

При цьому професійну мобільність досить часто трактують як плинність кадрів, переміщення по службовій драбині. Такий підхід притаманний перш за все економічній науці, де мобільність розглядається у таких категоріях, як

переміщення з однієї організації в іншу, оптимальні показники плинності кадрів, економічні втрати, обумовлені таким переміщенням тощо.

Професійну мобільність слід вважати складовою частиною соціальної мобільності. Під професійною мобільністю ми розуміємо здатність індивіда переключатись з одного виду діяльності на інший, успішно оволодівати новими технологіями, здійснювати вертикальну та горизонтальну посадову кар'єру, пристосовуватись до нових виробничих ситуацій, у тому числі й психологічну готовність до такої мобільності. Професійну мобільність слід розглядати у двох аспектах: як потенційну здатність, і як актуальний стан. Деякі дослідники, розглядаючи професійну мобільність виокремлюють таку її компоненту, як професійна гнучкість – можливості персоналу активно перетворювати і створювати нові зв'язки, відношення, процеси і системи на виробництві [11]. У цьому випадку професійна гнучкість психологічно характеризує професійну мобільність як широту, діапазон можливої, або таких, що передбачені певними нормами зміни стану особи професіонала, масштаби та рівень змін, до яких адаптується фахівець.

Актуальним є потреба у дослідженні не лише самої професійної мобільності як чинника конкурентоспроможності фахівця, а й відбору змісту та розробки технологій формування мобільності.

Стосовно змісту формування професійної мобільності слід виділити такі його складові:

По-перше - формування необхідних компетенцій у фахівця на етапах професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації.

По-друге – формування психологічної готовності до життєдіяльності в умовах, що вимагають постійних змін.

Професійні компетенції визначають ефективне використання знань, вмінь та здібностей, які необхідні для професійної діяльності або забезпечують її.

Слід виділити загальну систему професійних компетенцій будь якого фахівця, і спеціальні, які співвідносяться з конкретним видом діяльності.

Професійна мобільність в умовах появи нових і зникнення старих видів діяльності, їх диверсифікації, передбачає високий рівень узагальнених професійних знань, готовність до швидкої оцінки ситуації, що складається у сфері, в якій задіяний фахівець та у суміжних з нею, розробки та реалізації оптимальних способів, як адаптації до неї, так і впливу на неї. На відміну від вузькоспеціалізованих компетенцій, які забезпечують здатність вирішення конкретних задач в певній професійній діяльності, узагальнені (інтегровані) компетенції забезпечують можливість вирішення складних міжгалузевих задач в різних галузях трудової діяльності.

Слід зазначити, що з формуванням інтегрованих та спеціальних компетенцій справляються навчальні заклади, система підвищення кваліфікації та самоосвіта. Значно складніше стоїть питання з формування психологічної готовності до діяльності в умовах динамічних змін. Як відомо, не більше 8% фахівців мотивовані на пошук і діяльність в нестандартних постійно змінних умовах - вони їх потребують, створюють і отримують від таких умов задоволення. Переважна ж більшість персоналу хотіли б жити в стабільних, заздалегідь передбачуваних умовах – необхідність змін та перебування в умовах, що динамічно змінюються викликають у них стрес та психологічні травми, відмову від активності.

Психологічна готовність до діяльності в умовах змін передбачає такі складові:

- установку на неминучість змін в професійному середовищі, розуміння їх соціальної важливості, спрямованість на підготовку до їх сприйняття і діяльність в нових умовах;

- розвинуте професійне мислення, якому відповідають такі параметри: допитливість, самостійність, критичність, нестандартність, широта, логічність та оперативність;

- здатність адекватно оцінювати свої потреби, бути впевненим у своїх можливостях, приймати оптимальні рішення та прогнозувати їх наслідки;

- здатність долати власну інертність, лінощі і страх перед новим, управляти своїми психічними станами в стресових та конфліктних ситуаціях та володіння методами аутотренінгу;

- соціальнопсихологічні навички – здатність легко адаптуватись в нових колективах, вибудовувати конструктивну поведінку; володіння засобами професійної комунікабельності: підтримки професійних та поза професійних міжособистісних відносин, створення нових зв'язків та наповнення їх необхідним змістом, самопрезентації.

Література:

1. Киселева А. Гибкость персонала - одно из условий повышения конкурентоспособности организации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://chelt.ru/new>.

2. Цветков В.Я., Пушкарева К.А. Компетенции и конкурентоспособность персонала // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2010. - № 1.

Осадчук І.В., к.с-г.н, доцент,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ
ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ
СІМЕЙНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ БЕЗ СТАТУСУ
ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ**

Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» з 01.05.2016 року дозволяє громадянам створювати сімейні фермерські господарства зі статусом та без статусу юридичної особи [1].

За кордоном вчені працюють над тим, щоб поставити сімейні фермерські господарства в центр сільськогосподарської, екологічної та соціальної політики держав, виявивши прогалини і визначивши нові можливості, сприяти їх просуванню по шляху більш рівноправного і збалансованого розвитку [2]. Тому тема дослідження наразі є надзвичайно актуальною.

Мета дослідження - обґрунтувати необхідність удосконалення правового забезпечення створення та функціонування в Україні сімейних фермерських господарств без статусу юридичної особи.

Сімейні фермерські господарства - це нові економічні структури аграрного сектору, які займають проміжне становище між особистими селянськими господарствами і сільськогосподарськими підприємствами.

Наразі в Україні всі громадяни, які бажають стати сімейними фермерами, можуть створити і зареєструвати сімейне фермерське господарство як

юридичну особу або зареєструватися як фізична особа-підприємець, тобто створити селянське фермерське господарство відповідно зі статусом або без статусу юридичної особи. Для селян це означає - створити нові робочі місця для себе та членів сім'ї і, в перспективі, поповнити ряди середнього класу та працювати на забезпечення сталого розвитку територіальних громад. Слід зазначити, що оскільки сімейні фермерські господарства будуть різними, то і податки, які вони повинні сплачувати не можуть бути однаковими.

Сімейне фермерське господарство без статусу юридичної особи можуть створити ті громадяни, які мають особисте селянське господарство, земельні ділянки, де будуються житлові будинки і піднімаються виробничі об'єкти, спеціально призначені для самостійної підприємницької діяльності в аграрній сфері сільського поселення, а також отримані в результаті реструктуризації колективних сільськогосподарських підприємств, виділені з земель запасу, орендовані. Однак, чи багато селян виявлять ініціативу і самі без примусу стануть сімейними фермерами? Чи схочуть вони сплачувати більші податки, ніж платять сьогодні?

У ході дослідження встановлено, що значна частина селян вважають таке нововведення загрозливим для сімейного бюджету через виникнення необхідності сплачувати податки або зростання існуючого податкового навантаження. Неважко передбачити, що вони будуть чинити спротив такому нововведенню і невідомо в чому цей спротив виразиться та як вплине на рівень продовольчої безпеки держави. Швидше за все, селяни просто не схочуть реєструватися як фізичні особи-підприємці. Як впливатиме на прийняття ними протилежного рішення держава? Які форми впливу використовуватиме: через страх, через переконування, через інтерес? На це Закон чіткої відповіді не дає.

Законом також чітко не визначено, як присвоюватиметься новий статус: автоматично при реєстрації фізичної особи-підприємця держреєстратором чи певним органом влади, який матиме відповідні повноваження, чи в органах ДФС після отримання відомостей від держреєстратора. Не встановлено правила такої реєстрації, умови присвоєння та підтвердження статусу тощо. Невизначеним залишається й інше питання: на підставі якого установчого документа діятиме сімейне фермерське господарство, організоване підприємцем самотійно без участі членів сім'ї? Адже укладення договору передбачає наявність двох сторін: фермера й іншої сторони, а хто виступатиме цією іншою стороною договору – Законом не визначено. А ще дуже цікавою є вимога до членів сім'ї фермера-підприємця, адже згідно ст. 3 Сімейного кодексу до них зараховують осіб, які спільно проживають, пов'язані спільним побутом, мають взаємні права та обов'язки, а згідно вимог діючого Закону «Про фермерське господарство» (ст. 3 Закону № 973) - до членів сім'ї та родичів голови фермерського господарства належить дружина (чоловік), батьки, діти, баба, дід, прабаба, прадід, внуки, правнуки, мачуха, вітчим, падчерка, пасинок, рідні та двоюрідні брати та сестри, дядько, тітка, племінники як голови фермерського господарства, так і його дружини (її чоловіка), а також особи, які перебувають у родинних стосунках першого ступеня споріднення з усіма вищезазначеними членами сім'ї та родичами (батьки такої особи та батьки чоловіка або дружини, її чоловік або дружина, діти як такої особи, так і її чоловіка або дружини, у т. ч. усиновлені ними діти).

Отже, правове забезпечення створення та функціонування сімейних фермерських господарств без статусу юридичної особи потребує удосконалення. Однак, це не має стати на заваді їх створення та розвитку. Просто слід

потурбуватися про наявність усіх документів, які необхідні для створення таких господарств і про визначення особливостей здійснення оподаткування як доходів самого підприємця, так і доходів, які таким підприємцем виплачуються членам, учасникам та найманим сезонним працівникам сімейного фермерського господарства без статусу юридичної особи.

Виконання усіх поставлених завдань дозволить створити якісно нового сільськогосподарського товаровиробника - вітчизняне сімейне фермерське господарство без статусу юридичної особи, ефективна діяльність якого, при умові успішної його інтеграції в структуру аграрного сектору економіки, дозволить вирішити ряд важливих соціально-економічних проблем та проблем продовольчої безпеки держави.

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» № 1067 – VIII від 31.03.2016 р. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1067-19>

2. Збарська А.В. Сімейна ферма як вид малого бізнесу і форма господарювання на селі: перспективи розвитку / А.В.Збарська // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) № 4(28), 2014 р.- С. 45 – 53.

Петрова О.О., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

СТРУКТУРИЗАЦІЯ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Світові фінансові кризи, постійні природні й техногенні катастрофи все найчастіше змушують задуматися над тим, що ж таке антикризова діяльність. Дослідженнями питань антикризового управління підприємствами займалися вітчизняні та зарубіжні вчені: Альтман Е.В., Беляєв С.Г., Бланк І.А., Брюховецька Н.Ю., Буляєв І.П., Градов А.П., Ковальов В.В., Коротков Е.М., Поддєрьогін А.М., Слав'юк Р.А., Уткін Е.А., Друкер П., Дюпон П., Хорн Дж., Винер Н., Каплан Р., Мескон М., Мілер Д., Нортон Д. та ін.

Позитивно оцінюючи їх вагомий внесок у вирішення багатьох теоретичних і практичних питань антикризового управління підприємствами, слід вказати на деякі аспекти, що потребують подальшого наукового обґрунтування та розвитку. Недостатньо вирішеними залишаються питання формування ефективних механізмів антикризового управління, що враховували б вимоги ринкової економіки, етапи життєвого циклу та галузеву специфіку підприємств.

Антикризова діяльність передбачає реалізацію процесів із: своєчасного передбачення кризових моментів; своєчасного випередження настання кризи, підготовки до негативних змін з метою локалізації можливих наслідків; активної, комплексної діяльності на всіх ланках системи під час зародження кризи;

обов'язкове дослідження причин, основних факторів виникнення, зародження кризової ситуації; науковий аналіз проведених заходів.

Активна й постійна антикризова діяльність підприємства - об'єктивний процес, що має свою логіку, і розвивається відповідно до властивих йому закономірностей і відіграє важливу роль в господарській діяльності підприємства, оскільки по своїй економічній природі своєчасне виявлення та локалізація кризових проявів являють собою відмову від сьогочасного надмірного споживання заради збереження підприємства та одержання прибутків у майбутньому.

Багатогранність менеджменту протидії кризовим проявам передбачає здійснення великої кількості різноспрямованих робіт, що за ознакою однорідності об'єднують у відповідні комплексні й монолітні заходи. Серед сукупності заходів антикризової діяльності підприємства виокремлюють наступні групи:

1. Превентивні антикризові заходи.
2. Заходи, спрямовані на розробку сценаріїв розвитку кризи на підприємстві.
3. Дії, спрямовані на вироблення стратегій антикризового управління при реалізації сценаріїв локалізації кризових явищ.

Найважливішим, з точки зору ефективного менеджменту є своєчасне виявлення фактів розвитку стійких кризових процесів на підприємстві та реалізація необхідних компенсаційних або деструктивних по відношенню до цих кризових проявів заходів. Так, при реалізації превентивних антикризових заходів здійснюється:

- вироблення й періодична актуалізація системи показників і індикаторів, що комплексно характеризують поточну підприємства й тенденції його розвитку на найближчу перспективу;
- визначення граничних значень показників і індикаторів розробленої системи, при яких виникає мотивований погроз стабільності фірми;
- розрахунок і періодична актуалізація відповідних показників;
- обґрунтоване вироблення критеріїв великих проектів для конкретного підприємства, їхня типізація, організація оперативного моніторингу в розрізі істотності впливу на фінансову стабільність даної фірми;
- вироблення методики аналізу впливу великих проектів на стабільність діяльності підприємства;
- вироблення методики й періодичний аналіз кон'юнктури зовнішнього середовища, у тому числі цільових ринків підприємства (при активній взаємодії з аналітичним центром) для оцінки впливу виявлених тенденцій на стабільність функціонування фірми;
- вироблення методики й періодичний аналіз бізнес-процесів, здійснюваних підприємством за звітний період, з метою виявлення їх можливого негативного впливу на стабільність функціонування підприємства.

Рациональна упереджуюча антикризова діяльність на підприємстві можлива у випадку завчасного прогнозування розвитку кризових процесів. А оскільки пов'язані між собою певним чином окремі процеси називають процедурами, то найважливішою складовою антикризового менеджменту підприємства є формування та виконання відповідних антикризових процедур. Здійснення процедур, спрямованих на розробку сценаріїв розвитку кризи на підприємстві, передбачає :

- розробку й актуалізацію методики моделювання розвитку кризи на підприємстві;
- актуалізацію сценаріїв розвитку кризи на підприємстві;
- актуалізацію концепції подолання кризи по кожному з можливих напрямків її розвитку.

Оскільки на складові механізму функціонування підприємства здійснюється різновекторний вплив, обраний за основними та локальними напрямками діяльності, виникає необхідність забезпечення високої якості та швидкості реалізації антикризових заходів. Для врегулювання або координації спільних дій різних складових системи-підприємства утворюється сукупність суб'єктів, що визначають спрямованість та впливають на динаміку антикризової діяльності інституціонального утворення. Дана сукупність суб'єктів реалізує відповідні дії у межах антикризових процесів, що є складовими загальної сукупності бізнес-процесів підприємства.

Вже вказувалось, що діяльність, яка пов'язана із заходами щодо протидії кризовим процесам на підприємствах, може здійснюватись на різних рівнях: держави, регіону, території, галузі, підприємства. Це підкреслює особливість антикризової діяльності у рамках окремих суб'єктів підприємницької діяльності. При цьому дана сукупність дій спирається на єдину методологічну базу формалізації відносин та оцінки їх ефективності в умовах використання обмежених ресурсів.

Антикризове управління можна розглядати як подальший розвиток концепції стабілізаційного менеджменту, оскільки одним з його завдань є стабілізація ситуації, недопущення подальшого поглиблення кризи. Виходячи з теоретичних засад стабілізаційного менеджменту, можна пояснити вагомість

фактора часу в процесі антикризового управління, необхідність поєднання тактичних (за суттю стабілізаційних) та стратегічних (орієнтованих на розвиток) рішень для виведення підприємства з стану кризи та недопущення її повторення в майбутньому.

Регулювання антикризової діяльності в суспільстві (у тому числі й на підприємства) у першу чергу здійснюється державними органами. Тому найчастіше здійснюється так зване державне антикризове регулювання функціонування підприємств. Державне антикризове регулювання – це макроекономічна категорія, яка відображає відносини, що виникають при організаційно-економічному та правовому впливі держави для захисту підприємства від кризових ситуацій, запобігання банкрутства або припинення їхнього подальшого функціонування.

Література:

1. Бирюкова О. Ю. Приемы антикризисного менеджмента: [учеб. пособ.] / О. Ю. Бирюкова, Л. А. Бочкова. – М.: Дашков и К°, 2011. – 272 с.
2. Мироненко Ю. Д. Подсистемы стратегического и оперативного управления / Ю. Д. Мироненко, А. К. Тереханов [Электронный ресурс] // Портал ITeam: технологии корпоративного управления. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_31/article_2040.

Мухіна І.А., к.е.н., доцент

Хорунжий І.В., к.с.-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МОЛОКОПРОДУКТОВОЇ ГАЛУЗІ ДПДГ «АСКАНІЙСЬКЕ» ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Відоме в Херсонській області та Україні підприємство - ДПДГ «Асканійське» (Асканійської сільськогосподарської дослідної станції Інституту зрошуваного землеробства Національної академії аграрних наук України) має значний виробничий потенціал й інтенсивно нарощує обсяги виробництва. Його вагомою конкурентною перевагою служить наукова діяльність. Воно слугує базовим господарством Центру наукового забезпечення АПВ області.

Виробництво продукції на підприємстві ведеться на основі впровадження сучасних наукових досягнень, використанні досвіду світових технологій, підвищенні кваліфікації робітників. На його прикладі, розглянемо маркетингові стратегії розвитку молокопродуктової галузі шляхом побудови партнерських відносин з власниками особистих господарств громадян (ОГГ).

Досліджувана галузь молочного скотарства є прибутковою. Так, у 2013-2015 рр. середньорічний надій на одну корову дорівнював 7,2-7,6 т, рівень рентабельності виробництва молока у 2015 р. становив 29,2%. Разом з тим, порівняно з 2013 р., рентабельність знизилась на 14,3 відсоткових пункти. Це обумовлено девальвацією гривні у 2,9 рази та зростанням виробничих витрат.

За своїми внутрішніми показниками підприємство вже досягло максимальної продуктивності молочного поголів'я, й ефективного використання коштів на забезпечення умов його утримання. Зовнішні обмеження пов'язані з інфляційними процесами та низькою купівельною спроможністю населення. Такий вплив середовища робить недоцільним подальше інвестування капіталу в галузь, бо це призведе до зниження рентабельності виробництва. Отже, для успішного функціонування ДПДГ «Асканійське» потрібно шукати інші шляхи розвитку.

Один з напрямків розвитку воно вже для себе обрало - це співпраця з власниками домогосподарств. Для збільшення обсягу партії реалізації молока та економії коштів на утримання поголів'я корів, частину сировини підприємство заковує у населення с. Тавричанка (місця свого розташування) та найближчих до нього населених пунктів. Співвідношення власної продукції до закупленої становить приблизно 80 до 20%. Витрати, пов'язані із закупівлею відносять на загальну собівартість виробленої продукції, яка не фіксується окремою позицією у бухгалтерській та статистичній звітності господарства.

Стратегія підприємства є економічно обґрунтованою й не суперечить діючому законодавству. Вона дозволила підприємству вивести галузь тваринництва з кризи, інтегруватися в соціальне середовище й розширити сферу економічного впливу на сільську територіальну громаду, у тому числі завдяки закупівлі молока за ціною у 3-3,5 рази вищою, ніж в інших районах Херсонської області.

Розширення сфери цих партнерських відносин сприятиме закріпленню одержаних позитивних результатів. Для цього ДПДГ «Асканійське» необхідно визначити розмір та потреби тих ринкових сегментів, які зацікавлені у

постачанні певних видів продукції, що можуть забезпечуватися діяльністю домогосподарств. Це потребує нових підходів до визначення мети, ролі та завдань підприємства.

Для ефективного просування продукції ДПДГ «Асканійське» на молочні ринки, пропонується діяти за трьома стратегічними напрямками:

- 1) сприяння розвитку ОГГ сільських територіальних громад для співпраці з ними щодо здачі молока;
- 2) кооперація або створення складних організаційних структур з домогосподарствами для запровадження в них переробки, виробленого на підприємстві молока;
- 3) створення власної торгової марки та брендування продукції.

Основна задача першого напрямку – підтримувати зацікавленість власників ОГГ у співпраці завдяки вищій ніж у конкурентів ціні закупівлі сировини, та задовільненням нагальних соціальних потреб здавачів молока. Цей напрямок - непростий, оскільки більшою мірою залежить від зовнішнього оточення підприємства. Разом з тим, існує значна вірогідність його реалізації, оскільки підприємство має репутацію надійного партнер та націлене на співпрацю з домогосподарствами громади.

Другий напрямок пов'язаний з переробкою молочної продукції. Така діяльність полягає в тому, щоб відновити або створити певний продукт, який притаманний саме для цієї зони, тобто він має бути аутентичним. Наприклад, різні види домашніх сирів, молочні ласощі та молочні продукти тривалого зберігання. Ця діяльність повинна бути ліцензованою, але можливості й умови функціонування ДПДГ «Асканійське» в цілому сприяють розгляду даного стратегічного напрямку.

Визначення порядку технологічних процесів в умовах домогосподарств, забезпечення упаковкою, контроль за дотриманням технології та якості продукції повинно взяти на себе підприємство. Разом з тим контроль за матеріальними й фінансовими витратами повинен бути двостороннім.

Виробництво молока - один з напрямів спеціалізації сільськогосподарських підприємств України. Збут молока та молочних продуктів слугує джерелом систематичного надходження готівкових коштів протягом календарного року. Це пов'язано з тим, що продукція молочної галузі займає важливе місце у споживанні населення, при цьому витрати на молочні продукти становлять значну частку загальних витрат на харчування.

Освоєння даного напрямку дозволить ДПДГ «Асканійське» збільшити обсяг виробництва молока, зберегти засоби, пов'язані з утриманням поголів'я корів, створити додаткову вартість через переробку молока, мінімізувати кошти на будівництві переробного підприємства та освоїти додатковий сегмент ринку молочних продуктів.

Щодо третього напрямку стратегії розвитку галузі, то наше дослідження виявило, що підприємство майже вичерпало внутрішній ресурс стосовно обсягів партії молочної сировини. Для створення додаткової вартості, розширення сфери економічного впливу та довгострокового функціонування, йому потрібно мати змогу впливати на зовнішнє ринкове середовище, тому потрібно бути впізнаним для покупців.

Реалізація цієї мети можлива завдяки створенню власної торгової марки та брендуванню продукції. Внутрішні умови підприємства для цього підготовлені достатньо. Серед них: професіоналізм управлінської команди; найвища в Україні продуктивність молочного поголів'я корів; висока якість молока,³⁷

співпраця з власниками ОГГ; підтримка територіальної громади; назва підприємства, що має значний потенціал для брендування, оскільки асоціюється із всесвітньо відомим заповідником Асканія Нова.

Додатковими напрямками маркетингової стратегії галузі може стати як внутрішня, так і експортна торгівля. Дослідження ринків збуту, їхня сегментація, фокусування на цільових ринках сприятимуть ефективній господарській діяльності та довготерміновій життєздатності підприємства.

Література:

1. Герелес А.В. Агропромислова інтеграція як пріоритетний напрям розвитку молокопродуктового підкомплексу України/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/3_1/069.pdf.
2. Річні звіти ДП ДГ «Асканійське» АСДС ІЗЗ НААНУ за 2011–2015 рр.
3. Субоптимизация производства /[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avtomatika-ufa.ru/sistema41.html>.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. Підручник/ Шершньова З. Є. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2004. - 699 с.
5. Мішель Ляфльор Кооператив: Фінансування і Прибутковість/ Матеріали тренінгу для тренерів 15-19 грудня 2014 р. Львів /Мішель Ляфльор// Матеріали тренінгу для тренерів. IRECUS. 2014.- 39 с.

Федорова Т.В., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ ПАТ «КАМ'ЯНСЬКИЙ»

Організаційно-економічний механізм розвитку ринку виноградарства складається з багатьох компонентів, супроводжується дією об'єктивних економічних законів через систему ринкових відносин, що формуються між суб'єктами – виробниками і споживачами, підприємцями і державою, які діють на основі власних потреб та інтересів. Найгострішими для виноградарських підприємств є такі проблеми: підвищення продуктивності насаджень, виробництво конкурентоспроможної продукції за якістю і собівартістю; розвиток сфери реалізації, значне розширення ринків збуту продукції, в т.ч. у зарубіжних країнах; джерела інвестицій на просте і розширене відтворення насаджень і формування матеріально-технічної бази.

Сферою діяльності ПАТ «Кам'янський» є: вирощення, переробка, заготівля та реалізація фруктів та винограду, виноградних, плодово-ягідних, коньячних та шампанських виноматеріалів; виробництво, заготівля, реалізація та переробка сільськогосподарської продукції.

За результатами проведених досліджень було виявлено, що організаційно-виробнича діяльність ПАТ «Кам'янський» є націлена на використання інтенсивних типів насаджень і сортів, які забезпечують швидкий оборот капіталу, та вступають в товарне плодоношення на 3-й рік після закладання [1].

Під впливом економічних чинників (раціональне використання землі, прискорення окупності капітальних вкладень, особливо зниження трудомісткості продукції тощо) радикально змінюються системи ведення виноградарства, та провокують ряд проблем галузі, а саме: невідповідність обсягів виробництва столового винограду потребам населення; винограду технічних сортів потребам виноробства, яке орієнтовано на попит на внутрішньому та зовнішньому ринках; закладення насаджень садивним матеріалом низьких селекційних категорій; невідповідність сортового складу виноградних насаджень вимогам виноробства; низька ефективність виробництва винограду, яка зумовлена високою долею старих та зріджених виноградних насаджень, що підвищує собівартість і знижує конкурентоспроможність.[3,с.13]

Так, станом на 1.01.2016 р. урожайність ПАТ «Кам'янський» склала 97,9 ц/га з площі посіву 309,58 га, а на території Херсонської області було зібрано 111,4ц/га, цей рік був найбільш продуктивний по збору винограду. Погодно-кліматичні умови 2016 року були сприятливими для формування якісного урожаю винограду технічних сортів і відповідно для виготовлення якісних виноматеріалів українськими виробниками виноробної продукції.

Визначено та проаналізовано показники економічної ефективності використання земельних угідь на підприємстві ПАТ «Кам'янський» у таблиці 1.

Таблиця 1

Показники рівня економічної ефективності використання земель

ПОКАЗНИКИ	Роки			Індекс економічної ефективності
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	
Вихідні дані				
Площа, га: с.-г. угіддя	2056,27	2056,27	2056,27	1
рілля	1192,395	1164,985	1184,985	0,993
Вироблено, ц:				
винограду	26412	27328	29328	1,110
Отримано, тис. грн.: чистого доходу	144700	167152	187152	0,125
валового прибутку	12974	9563	7977	0,615
чистого прибутку	16086	11452	6339	0,394

Згідно отриманих даних ефективність використання земель на підприємстві ПАТ «Кам'янський» знаходиться на високому рівні, про це свідчить обсяг виробництва винограду, який збільшився на 12%, індекс економічної ефективності склав 1,110.

Серед організаційно-економічних чинників підвищення ефективності виноградарства особливо слід відзначити такі, як: значне розширення місткості внутрішнього ринку продукції, значне збільшення її виробництва на експорт, захист вітчизняного товаровиробника від експансії вина з інших країн; удосконалення механізму надання державної підтримки виноградарству та забезпечення розвитку виноробства з урахуванням вимог СОТ; здійснення

заходів щодо збільшення ємності ринку винограду та продуктів його переробки, його купівельної спроможності та максимальних можливостей експорту; інноваційно-інвестиційного зміцнення матеріально-технічної бази галузі, впровадження екологічно безпечних, ресурсо- та енергозберігаючих технологій; підвищення рівня догляду за виноградниками та зменшення їх зрідженості; оптимізація структури насаджень (збільшення частки високоякісних сортів для виробництва шампанських вин) [2].

Література:

1. Статистичний бюлетень «Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2012 рік». – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 88 с.
2. Переробка винограду та виробництво виноматеріалів у 2014-2016 році : експрес - випуск / Державна служба статистики України [Електронний ресурс].
3. Статистичний збірник «Сільське господарство України за 2013 рік» / за ред. Н. С. Власенко. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 400 с.

Ковальов Д.В., к.с-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ, РОЗШИРЕННЯ ТА ПОГЛИБЛЕННЯ ФУНКЦІЙ АГРОМАРКЕТИНГУ

Макроекономічному аспекту маркетингу практично не приділяється увага з боку дослідників, науковців і практиків маркетингу. Певні розробки мають

місце при застосуванні принципів маркетингу в практиці державного управління, які будуть розглянуті нижче. Але в більшості визначень маркетингу в агросфері, його макрофункції не визначені. Це, на думку автора, звужує його сприйняття як філософії та ідеології ринкової діяльності, не дозволяє використовувати в повній мірі потенціал маркетингу. Тому розгляд функцій агромаркетингу з позицій його ролі і значення у функціонуванні таких великих соціально-економічних систем як агросфера є актуальним.

Визначимо базові функції маркетингу.

1. Прискорення процесів виробництва, розподілення та споживання в суспільстві. Ефективність виробництва продукції характеризується співвідношенням використаних ресурсів до об'єму виробленої продукції. Підприємство, що працює ефективно, економно використовує сировинні ресурси, засоби виробництва та працю робітників. Але цього в умовах конкурентної економіки виявляється замало. Оскільки виробити якісну, що відповідає всім вимогам та стандартам продукцію ще не означає, що вона буде швидко реалізована, а підприємство поверне вкладені кошти та отримає прибуток.

Швидкість перетворення у гроші всього об'єму виробленої продукції (трансформація продукції в продукт) при певній прибутковості, яка дозволяє забезпечувати потреби розширеного відтворення – не менш важливий показник ефективності виробництва. Маркетингу при цьому відводиться головна роль, оскільки ці процеси, пов'язані зі зростанням, диференціацією та зміною потреб, ускладненням всієї системи ринку, зростанням конкуренції та невизначеності зовнішнього середовища, різноспрямованістю інтересів численних суб'єктів ринкового процесу. Все це наслідком має те, що з всієї сукупності виробничих

систем переваги мають ті, в яких на реагування на вказані чинники витрачається менше часу.

2. Регуляторна функція. Вирішальною умовою та природною основою для формування та задоволення потреб є виробництво, розвиток якого розширює та видозмінює засоби задоволення потреб, спричинює створення нових продуктів. Під впливом виробництва і зростання рівня життя збільшується різноманітність потреб. Особливостями потреб є те, що вони виступають відразу в декількох видах: висхідний пункт, ціль і результат продукту праці. Без виробництва не можна задовольнити потреби, але їх можна задовольнити тільки за наявності фаз розподілення та обміну.

3. Інтегративна функція. Маркетинг на ринку також виступає у якості інструменту погодження різноспрямованих інтересів його суб'єктів в інтересах як відтворювального процесу, так і суспільства в цілому. Він виконує роль механізму, який поєднує в єдину систему суб'єкти ринку через врахування ними інтересів споживачів, суспільства і можливостей підприємства. Маркетингові програми і плани повинні відповідати потребам підприємств, державній економічній політиці, необхідності забезпечення ефективності всього процесу виробництва.

4. Функція цілевизначення. На початку 80-х років в економічній кібернетиці, блок, що задає цілі, починають виділяти у складі систем управління поряд з “функціональним блоком” або функціональною системою управління. Блок, що задає цілі, визначає бажаний стан виходу об'єкту управління (ціль або мету) та формує програму роботи функціонального блоку. Крім цього в системі управління визначається за необхідне існування системи метауправління, яка здійснює “настроювання” та вдосконалення системи управління в цілому.

Виходячи з теоретико-множинного підходу вважали, що цілі системи задані і обмежують ієрархію управлінських рішень трьома рівнями 2, 3 та 4. В даному випадку функціональна ієрархія управлінських рішень розглядається відносно стандартного виробничого або технічного процесу, наприклад, процесу створення споживчої цінності.

5. Перелік базових функцій маркетингу може бути доповнений адаптивно-захисною функцією, на наявність якої вказують вітчизняні автори. Диспропорція у конкурентних перевагах зарубіжних і українських виробників робить цю функцію однією з головних.

Адаптаційно-захисна функція та відповідні стратегії поведінки на ринку мають орієнтувати вітчизняні підприємства на створення продукції, яка відповідає кращим світовим зразкам та стандартам. При цьому на перший план виходять бенчмаркінгові дослідження, інноваційна діяльність, орієнтованість на міжнародні системи забезпечення якості продукції.

Таким чином ідеологія та філософія маркетингу, його принципи, методи та інструментарій можуть бути використані для цілей управління аграрною економікою.

З позицій макроекономічного підходу маркетинг в агросфері це:

- інструмент встановлення цілей та розробки стратегічних планів;
- теоретико-практична основа прискорення процесів виробництва, розподілення (обміну) та споживання продукції;
- елемент регуляторної підсистеми виробничої системи АПК;
- інтегратор попиту (потреб) споживачів, інтересів, можливостей і цілей підприємств, регіонів і держави;

- адаптаційно-захисний механізм, що орієнтує підприємства на створення продукції, яка відповідає кращим світовим зразкам та стандартам.

Шепель Т.С., асистент

ДВНЗ "Херсонський державний аграрний університет"

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Розвиток економіки України в умовах економічної інтеграції у світове співтовариство вимагає радикальних структурних змін економічного потенціалу суб'єктів господарювання та адекватної політики підвищення ефективності їх господарської діяльності. Для того, щоб підприємство мало можливість досягти успіхів і визнання на ринку, необхідно впроваджувати в практику найбільш передові, прогресивні методи роботи. Тому ведення управлінського обліку або використання контролінгу в системі управління є необхідними та найважливішими методами для підприємства з метою максимізації прибутку.

Слід зазначити, що на вітчизняних підприємствах контролінгу приділяється мало уваги, хоча причин для активного впровадження достатньо: зростання нестабільного зовнішнього середовища; зміщення акценту з контролю минулого на аналіз майбутнього; збільшення швидкості реакції на зміни у навколишньому середовищі, підвищення гнучкості підприємства; необхідність у безперервному відстеженні змін, що відбуваються у внутрішньому і₄₆

зовнішньому середовищах підприємства; необхідність продуманої системи дій щодо забезпечення виживання підприємства й уникнення кризових ситуацій.

Питання функціонування внутрішньогосподарського (управлінського) обліку та контролінгу є найактуальнішими і найважливішими в інформаційному забезпеченні підприємства, що відображено у працях відомих зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: А. Дайле, Р. Манн, Е. Майєр, Б. Нідлз, Д. Хан, Ф. Фольмут, Є.А. Ананьїн, С.В. Данілочкіна, В.Б. Івашкевич, І.Є. Давидович, Л.А. Сухарева, М.С. Пушкар, С.Н. Петренко, В.В. Собко, М.В. Кужельний, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов.

Економічна самостійність підприємств орієнтує їх на ефективну і рентабельну діяльність. Новим в управлінні стала поява контролінгу як функціонально відокремленого напрямку економічної діяльності підприємства, що пов'язаний з реалізацією фінансово-економічної функції в менеджменті та забезпечує прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень.

Контролінг — це принципово нова концепція управління, що забезпечує підтримку внутрішнього балансу економіки підприємства шляхом формування інформації про витрати і доходи як основи для прийняття оптимальних управлінських рішень, охоплює встановлення мети функціонування підприємства, поточне збирання і опрацювання інформації для прийняття управлінських рішень, виконання функції контролю відхилень фактичних даних від планових, а також, що найважливіше, підготовку рекомендацій для прийняття управлінських рішень [1].

Залежно від функціональних та організаційних особливостей, цілей і завдань контролінгу виділяють три його основні концепції: контролінг, зорієнтований на функцію контролю; контролінг як інформаційна функція;

контролінг як функція координації. Найпоширенішою є концепція контролінгу, згідно якої пріоритет надається функції координації різних підсистем управління, зокрема планування, контролю та інформаційного забезпечення (Й. Вебер, Г. Кюппер, П. Хорвач).

Запровадження контролінгу на вітчизняних підприємствах зумовлене необхідністю інформаційного забезпечення й координації системи планування, синхронізації різних видів обліку, аналізу відхилень та їх контролю, інформаційного й методичного забезпечення менеджменту та прийняття управлінських рішень, підтримки на належному рівні ризик-менеджменту. Водночас спостерігається тенденція виконання функцій контролінгу планово-економічними відділами. Практика свідчить, що бухгалтерія більшості вітчизняних підприємств займається переважно традиційним фінансовим обліком, а функцію управлінського обліку покладено на службу фінансового директора.

Зважаючи на те, що система управлінського обліку має ознаки обліково-аналітичної системи, С.М. Петренко стверджує, що управлінський облік можна ідентифікувати як систему контролінгу [2]. Однак, якщо звернутися до теорії та практики, можна зауважити, що найважливішим складником контролінгу є управлінський облік. Таким чином, контролінг – це ширше поняття, ніж управлінський облік.

В свою чергу, управлінський облік можна охарактеризувати як інтегруючу систему підготовки заключної інформації і забезпечення нею різних рівнів управління з ціллю ефективного планування, контролю і покращення якості прийнятих рішень. Тобто, управлінський облік є ефективним інструментом

управління, тому що створює конкурентні переваги в сучасному ринковому середовищі шляхом забезпечення підприємства ключовою інформацією.

Управлінський облік є вихідним елементом системи контролінгу, оскільки забезпечує службу контролінгу вичерпною достовірною та необхідною інформацією щодо витрат на виробництво і калькулювання собівартості продукції на всіх стадіях виробничого процесу, що дає змогу здійснювати підготовку виважених управлінських рішень на підставі такої інформації. Специфіка управлінського обліку як складової частини контролінгу особливо просліджується у групуванні й обліку витрат, пов'язаних із випуском і реалізацією продукції.

О.О. Терещенко виділяє коло завдань системи управлінського обліку, що знайшли практичне застосування у вітчизняній практиці [3]:

1) забезпечення розподілу витрат у розрізі "реалізована продукція — товарно-матеріальні запаси", "постійні — змінні витрати", "прямі — непрямі витрати";

2) сприяння виявленню проблемних питань у сфері витрат і розробленню альтернативних рішень для їхнього розв'язання;

3) використання сучасних методів управління витратами (таргет-костинг, директ-костинг, ретроградна калькуляція, АВС-аналіз, бенчмаркінг, CVP-аналіз, одно- та багатоступінчастий директ-костинг);

4) забезпечення бюджетного контролю (аналіз причин відхилень фактичних показників витрат від планових);

5) надання можливості об'єктивно оцінити результати фінансово-господарської діяльності (чи окремих заходів, операцій) у плановому періоді в цілому на підприємстві та в розрізі окремих центрів відповідальності.

В результаті дослідження сутності та меж застосування управлінського обліку та контролінгу в системі управління підприємством в умовах економічної інтеграції, визначено, що управлінський облік та контролінг є однією з основних функцій у системі управління підприємством, що формує економічну інформацію для аналізу господарської діяльності, складання бізнес-планів, прийняття управлінських рішень. Маркетинговий підхід до визначення стратегії підприємництва, формування економічної політики підприємства в умовах економічної інтеграції передбачає високий рівень інформаційного забезпечення, досягнення якого можливе лише за умови злагодженої інформаційно-аналітичної системи "управлінський облік— контролінг".

Література:

1. Базась М.Ф. Теоретико-методологічні засади внутрішньогосподарського (управлінського) обліку та контролінгу: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.— К.: МАУП, 2007. — 240 с.
2. Петренко С.Н. Контроллинг / Учебное пособие. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. — 328 с.
3. Терещенко О.О. Поняття «контролінг» та «управлінський облік» у теорії і практиці // Фінанси України, 2006, № 8. — С. 137—145.

Губа М.І., к.е.н., доцент

зав. кафедри публічного управління та адміністрування
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ФАКТОРИ ВПЛИВУ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДУКЦІЄЮ АГРАРНОГО СЕКТОРУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Посилення процесів управління в сфері удосконалення державної аграрної та торговельної політики передбачає налагодження синергетичних зв'язків для забезпечення більшої узгодженості в області політики продовольчої безпеки, що дозволить дотримати баланс пріоритетів при розробці заходів торговельної політики і забезпечити їх більш повну відповідність регіональним і глобальним торговим системам. У зв'язку з чим, актуальною проблемою розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів аграрного ринку та механізмів її регулювання є зближення поглядів на наслідки розвитку торгівлі сільськогосподарською продукцією для продовольчої безпеки. Оперуючи фактами і проясняючи різні питання, відкриваються можливості для більш предметного обговорення стратегічних рішень і для необхідного вдосконалення політичних процесів, в рамках яких приймаються такі рішення [1].

Зміни, що відбуваються на міжнародних ринках, мають наслідки з точки зору надійності міжнародних ринків в майбутньому як джерела доступного продовольства, причому не тільки в плані своєчасності поставок, а й з точки зору волатильності цих ринків і її більш широких наслідків для продовольчої безпеки і харчування. Оскільки узагальнення даних про те, як співвідносяться між

собою підвищення відкритості економіки для торгівлі та його наслідки для продовольчої безпеки, представляється складним, то є доцільним пояснити неоднозначність результатів з точки зору ключових економічних і соціальних змінних, на які впливає торгівля, і чинників, що визначають ступінь впливу таких змінних на різні виміри продовольчої безпеки. Взаємозв'язок між торгівлею і продовольчою безпекою не обмежується одними лише економічними аспектами і має також політичне, соціальне і екологічне вимірювання, що призводить до необхідності застосування комплексного аналітичного підходу.

За останнє десятиліття обсяги світової торгівлі продовольчою продукцією зросли майже втричі при прогнозованому подальшому збільшенні темпів зростання, причому одні регіони все більше перетворюються в чистих експортерів, а інші - в чистих імпортерів. Організація торгівлі істотно відрізняється за асортиментом товарів і по регіонах і буде продовжувати змінюватися услід за розвитком глобальних виробничо-збутових ланцюгів, торгівлі в середині країни, а також у межах міжнародних торговельних відносин.

Цілі аграрної політики в сфері торгівлі і в суміжних галузях відображають різні виміри продовольчої безпеки, неоднакові в різних країнах і схильні до змін з плином часу. Співвідношення між ступенем залученості суб'єктів ринку в торговельну діяльність та продовольчою безпекою залежить від того, як працюють продовольчі ринки, від здатності і готовності виробників реагувати на зміну стимулів, що породжується розвитком торгівлі, і від території, на якій загострена проблема продовольчої безпеки, і всі ці аспекти необхідно враховувати при розробці заходів державного втручання на рівні торговельної політики.

Важливим аспектом потенційно негативного впливу на продовольчу безпеку є різкі зміни цін на продовольство. Геополітичні і метеорологічні фактори невизначеності і заходи, що вживаються урядами держав у зв'язку з ними, можуть привести до поглиблення цієї проблеми в майбутньому, що підвищить ймовірність перебоїв в торгових потоках. Це обумовлює необхідність розробки довгострокових рішень в області державного регулювання торгівлі продовольством і сільськогосподарською продукцією.

Занадто швидкий процес підвищення відкритості економіки для торгівлі може підірвати внутрішнє виробництво в секторах, де відчувається конкуренція імпортової продукції, що представляє особливу проблему на ранніх стадіях перетворень в сільському господарстві, коли сільськогосподарський сектор ще зберігає за собою ключову роль в забезпеченні загального економічного зростання і зайнятості більшості представників сільського населення [2].

Незважаючи на те що країни, здатні збільшувати частку експорту, повинні вигравати від зростання можливостей для торгівлі, торгова експансія для них не позбавлена ризиків. Підвищення обсягів експорту може призвести до зростання внутрішніх споживчих цін, що особливо небажано в періоди, коли рівень виробництва знаходиться на середньому рівні або на рівні нижче середнього. І навпаки, швидке падіння цін на сировинні товари, може створити суттєві труднощі в країнах з експортно-орієнтованим сільським господарством.

Цими ризиками обумовлено бажання більшості країн регулювати торгівлю сільськогосподарською та продовольчою продукцією. Цілі в області продовольчої безпеки і харчування, особливо в країнах з низьким і середнім рівнем доходів, часто служать ключовим і законним обґрунтуванням для втручання держави в галузі торгівлі. Така політика може бути спрямована на

вдосконалення одного або декількох з чотирьох вимірювань продовольчої безпеки і харчування: наявності, доступу, використання і стабільності.

Література:

1. Забарна Ю.В. Вплив основних факторів світової продовольчої проблеми на стан і перспективи продовольчої безпеки України / Ю. В. Забарна // Економіка та держава. – 2015. – № 5. – С. 145–148.
2. Гойчук О.І. Основні принципи продовольчої безпеки в умовах глобальної кризи / Гойчук О. І. // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – Вип. 160. Ч. 1. – К., 2012. – С. 64-67.

Рудік О.Л., Рудік Н.М.- к.с.-г.н., доценти

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИРОЩУВАННЯ ЛЬОНУ ОЛІЙНОГО РІЗНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Сучасне сільськогосподарське виробництво функціонує в умовах відкритого, надзвичайно динамічного, соціально-економічного середовища. Відкриті ринки, доступ до сучасних наукових досягнень на фоні високої конкуренції зумовлюють необхідність пристосування до таких змін і формування адаптивних технологій вирощування сільськогосподарських культур як відносно зовнішніх ґрунтово-екологічних умов так і динамічних

потреб ринкового середовища.

Дана особливість притаманна і для вирощування льону культурного. Це надзвичайно перспективна та пластична рослина, що має надзвичайно широке використання та, завдяки цінним біологічним властивостям, позитивно впливає на систему землеробства в цілому. Збільшення переліку олійних культур за рахунок льону олійного є необхідною складовою стабільного розвитку агропромислового комплексу регіону, а його поширення дозволяє раціонально розміщувати у сівоzmінах озимі культури.

Наявність зрошення в зоні Сухого Степу сприяє більш повній реалізації його продуктивних генетичних можливостей, використати ресурси зони та збалансувати водозабезпечення зрошуваних сівоzmінів із низьким гідромодулем при насиченні їх овочевими культурами, соєю та кукурудзою, що спостерігається в останні роки в аридних регіонах України. Як цінна сировина для оліє жирової, хімічної, харчової та легкої промисловості льон широко використовується в Канаді, Китаї, Росії, США, Франції та інших країнах. Постійно з'являються нові напрямки його застосування особливо у медицині та виготовленні продуктів харчування. Такі напрями використання потребують розробки відповідних технологій вирощування культури без застосування агрохімікатів та у відповідності до ґрунтово-кліматичних умов зони. Відтак необхідні науково обґрунтовані технології вирощування культури та оцінка рівнів їх інтенсивності.

В даний час можна виділити чотири головні направленості вирощування культури відповідно до її призначення. До першої групи доцільно віднести класичні інтенсивні технології вирощування, що найбільш поширені в даний час, спрямовані на отримання насіння для вироблення олії технічного

застосування. Вони передбачають застосування сучасних досягнень у системах обробітку ґрунту, живлення рослин, їх комплексного хімічного захисту. Дані технології впроваджуються в польових сівоzmінах та передбачають використання сучасного сортового складу із класичним жирно олійним складом, або сортами технічного призначення, яким є наприклад сорт Золотистий, Інституту олійних культур, який має підвищений вміст, до 70%, ліноленової кислоти.

Для технічних потреб лляну олію використовують, оскільки вона швидко висихає, як незамінну сировину для виготовлення високоякісних оліф, різних фарб, лаків, а також рідкого мила, клейонки, лінолеуму.

Другим напрямком можна визначити інтенсивні технології вирощування насіння льону для виробництва олії харчового використання. Лляну олію вживають для харчування лише свіжу, оскільки вона швидко висихає. Проте саме завдяки вмісту ненасичених жирних кислот лляна олія здатна запобігати виникненню судинних захворювань та позитивно впливає на обмінні процеси. Короткий час вживання є недоліком, який надзвичайно обмежує реалізацію цього продукту. Для покращення її технологічних властивостей, подовження терміну зберігання, науковцями ІОК НААНУ м. Запоріжжя розроблено сорт Ківіка, що має підвищений вміст олеїнової кислоти, до 40 %.

При вирощуванні насіння харчового призначення обмежується застосування гербіцидів та інсектицидів та заборонена десикація. В іншому технологія вирощування льону олійного технічного та харчового використання насіння подібні.

В останній час насіння льону знаходить широке застосування в харчовій промисловості, особливо при виготовленні хлібобулочних виробів, халви тощо. Враховуючи невелике споживання лляної олії та стабільний попит, таке виробництво є цікавим для невеликих фермерських господарств, що мають доступ до ринку великих населених пунктів.

В той же час льон – важлива лікарська рослина, що зумовлює третій напрям - необхідність його вирощування в системі органічного землеробства. Лляну олію використовують у дієтичному харчуванні хворих з порушеннями жирового обміну, атеросклерозом, ішемічною хворобою серця, мозку, гіпертонічною хворобою, цукровим діабетом, при цирозі печінки, гепатиті, жировій дистрофії печінки. Жирнокислотний склад олії отриманий з насіння обумовлює його цінність як дієтичний та лікувально-профілактичний продукт. Загально відомо цінні властивості слизу насіння. Визначальною речовиною, яка обумовлює особливі властивості олії є α -линолева кислота (АЛК), яка міститься в морепродуктах та інколи в рослинних та тваринних продуктах наземного походження.

Вирощування органічного льону олійного можливе лише за дотримання відповідних умов. Для цього формуються спеціальні «органічні господарства» які, відповідно до вітчизняного та міжнародного законодавства, можуть здійснювати таку діяльність. Органічне виробництво, незалежно від підходів, ґрунтується на принципах максимального сприяння розвитку природних біологічних процесів у агроєкосистемах. Тому планування і організація господарства, спрямування біологічних процесів забезпечують якнайвище використання потенціалу місцевої екосистеми та живих організмів. Тому

органічне виробництво, хоча також являється товарним, має цілий ряд своїх специфічних особливостей спрямованих на гарантування якості шляхом дотримання технологій під час вирощування, збирання та зберігання продукції. Вони стосуються кожного із етапів від організації такого господарства до здійснення процесу виробництва сировини, готового продукту і їх реалізації, для чого існує відповідна система сертифікації.

Організація виробництва дозволяється лише на придатних територіях, які визначаються за наслідками історії господарства та хімічного аналізу ґрунту і виробничих об'єктів. Передбачається формування захисних буферних зон, що відокремлюють органічне виробництво від інтенсивного.

Основою стабільного виробництва вважається сівозміна, збалансована різними культурами та обов'язково із високим насиченням бобовими, бажано багаторічними культурами. Це проявляється через живлення рослин, формування сприятливого біологічного середовища чистого від шкодо чинних організмів, відновлення родючості та властивостей ґрунту. В цьому плані найбільш раціональним є повнопрофільне господарство із збалансованим рослинництвом та тваринництвом, як джерелом органічних добрив.

Передбачена жорстка відмова від генетично модифікованих організмів, та продуктів із них, заборона використання хімічно-синтезованих речовин, використання виключно органічного посівного матеріалу. У правилах виробництва передбачено обмеження застосування зовнішніх сировинних ресурсів, за виключенням отриманих в результаті органічного виробництва, природних речовин або речовин, які отримані природним шляхом; мінеральних добрив природного походження.

Активізація біологічної активності ґрунту, відновлення природного рівня біологічного різномайття досягається застосуванням сучасних препаратів - деструкторів соломи, біоактиваторів, біоінокуляторів, біокомплексів, біологічних інсектицидів та фунгіцидів. Так наприклад в ПП «Сіма» Великолепетиського району Херсонської області при вирощуванні льону олійного після пшениці озимої застосовували наступний комплекс заходів. Стерню попередника обробляли деструктором Екостерн 1 л/га, для активізації фосфат та калій мобілізації в передпосівну культивуацію застосовували Граундфікс та Енпосам, відповідно 5 та 0,5 л/га. Насіння обробляли препаратами Мікохелп 3 л/т, Органік баланс та Хелпрост насіння по 2 л/т, Азотофіт-р та Енпосам по 0,5 л/т. В період вегетації на посівах льону олійного, для посилення стійкості рослин та їх захисту, застосовували Органік баланс 0,5 л/га, Азотофіт 0,3 л/га, Фітохелп 0,8 л/га та Хелпрост зернові 1 л/га та Енпосам 0,3 л/га. Дана система біологічних засобів вітчизняного виробництва БТУ-Центр біотехнологія України Жива Земля демонструють високу ефективність та визнані в системі Органік стандарт.

Важливим елементом в даній технології є відповідність умов збирання, транспортування та зберігання органічної продукції в спеціально підготовлених приміщеннях, окремо від традиційної продукції. Плановий та позаплановий контроль за дотриманням вимог органічного виробництва здійснюють інспектуючі та сертифікуючі органи.

Четвертий напрям використання льону олійного передбачає подвіне його використання (як насіння так і соломи). Відомо, що культура *Linum usitatissimum* L має широке застосування в текстильній промисловості, а два головні напрямки застосування льону, історично сформували прядивні та олійні форми, що зумовило відмінності між різновидами довгунців та кучерявців і межеумків. В₅₉

науковому колі добре відомо про достатньо високий вміст лубу в стеблах льону олійного призначення, що робить їх потенційною сировиною для виробництва короткого волокна, целюлози, вуглеводнів, композитних виробів, будівельних матеріалів, палива тощо. Такі виробництва існують в Канаді, США, Франції, Італії, Польщі та інших країнах. Наукове обґрунтування, розробка подібних технологій та необхідного технологічного обладнання активно проводиться також в Росії.

Стримуючими факторами впровадження таких технологій є відмінність способів збирання та відповідного технічного забезпечення, несхожість виділення насіння та соломи, та переробки соломи. Стебла льону довгунця та олійного як сировина є різними за фізико-механічними властивостями, лінійними розмірами, орієнтацією маси, що потребує узгодження із існуючими серійними технологічними лініями по переробці соломи. Також зона вирощування льону олійного є непридатною для росяного мочення стебел, що є традиційним для льону довгунця. Серед вітчизняних установ відповідні напрацювання мають науковці Херсонського національного технічного університету, де досліджуються питання первинної переробки волокон льону олійного та проектується відповідне технологічне обладнання.

Дослідженнями Асканійської ДСДС НААНУ та ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет» з'ясовано вплив агротехнічних заходів на урожай та якість як насіння так і соломи. Було доведено, що льон олійний є джерелом насіння та сировини для виробництва волокнистих матеріалів і палива, що досягається впровадженням технологій вирощування та подвійного використання культури. В умовах суходолу розроблений технологічний комплекс забезпечує отримання 1,65 т/га насіння та 2,36 т/га соломи, в якій⁶⁰

міститься 0,34 т/га лубу. В умовах зрошення він дозволяє отримати 2,16 т/га насіння та 3,19 т/га соломи, у якій зосереджено 0,68 т лубу. Використання відходів виробництва дозволяє отримати до 30 та 37,4 Гдж/га енергії відповідно при вирощуванні культури без зрошення та при зрошенні. Підібраний сортовий склад та запропоновані відповідні технології збирання соломи.

Враховуючи зазначене в даний час селекція льону олійного призначення повинна враховувати в доборі форм ознаки стеблової маси, що впливають на продуктивність та мають технологічне значення.

Два останні напрямки вирощування та використання льону олійного є інноваційними за змістом та мають значну перспективу поширення. Обґрунтований вибір технології вирощування льону олійного має велике виробниче, соціальне і економічне значення та визначає успіх всієї системи землеробства в цілому.