

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
САДІВНИЦТВА  
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Матеріали V Всеукраїнської  
науково-практичної конференції**

**«МЕНЕДЖМЕНТ ХХІ СТОЛІТТЯ:  
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ»**

**Умань  
ВПЦ «Візаві»  
2015**

УДК 338.21  
ББК 65.29  
М 50

*Затверджено Вченою Радою факультету менеджменту  
Уманського національного університету садівництва  
(протокол №2 від 25.09.2015 р.)*

**Редакційна колегія:**

**ВЕРНЮК Н.О.** – к.е.н., доцент, декан факультету менеджменту;  
**НОВАК І.М.** – к.е.н., доцент, заступник декана факультету менеджменту з наукової роботи.  
**ШКОЛЬНИЙ О.О.** - д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та логістики;  
**ШАТОХІН А.М.** - д.соц.н., професор, завідувач кафедри соціально-гуманітарних і правових дисциплін;  
**ТРАНЧЕНКО Л.В.** - д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;  
**ПРИЛПКО С.М.** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту організацій.

Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції  
М 50 «Менеджмент XXI століття: проблеми і перспективи», 5 листопада  
2015 р. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2015. – 194 с.

ISBN 978-966-304-122-3

Збірник містить доповіді студентів, магістрів, викладачів та вчених, які були розглянуті на V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Менеджмент XXI століття: проблеми і перспективи», що відбулася 5 листопада 2015 р. в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються проблемні питання розвитку менеджменту вітчизняних підприємств, особливості міжнародного менеджменту та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, тенденції розвитку туристичного бізнесу в Україні, складові соціально-економічного розвитку сільського господарства і сільських територій, а також формування особистості менеджера в аграрному вузі.

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються менеджментом.

**УДК 338.21**  
**ББК 65.29**

ISBN 978-966-304-122-3

© Уманський національний  
університет садівництва, 2015

## ЗМІСТ

<i>Л.П. Альошкіна</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	8
<i>Я.В. Бечко</i> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ.....	10
<i>А.Ф. Бурик, М.Ф. Желєзний</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНОВО-ЕКОНОМІЧНИХ СЛУЖБ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО ПЛАНУВАННЯ.....	13
<i>І.А. Бутило</i> ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРЕНДНИХ ВІДНОСИН ПІД ЧАС РЕФОРМУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	15
<i>О.П. Василенко</i> ПЛАНУВАННЯ ОСОБИСТОЇ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА.....	18
<i>Н.О. Вернюк</i> СИСТЕМНО-ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	21
<i>М.А. Вуйченко</i> ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	24
<i>О.П. Гарбар</i> ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ І ПОКАЗНИКИ УСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ У НАВЧАЛЬНО-ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	27
<i>М.О. Гоменюк</i> РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ПОШИРЕННІ ІННОВАЦІЙ.....	30
<i>Б.В. Доморослий</i> ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	33
<i>В.І. Доморослий</i> ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО І ВЛАДА.....	36
<i>М.І. Дяченко</i> НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ.....	38
<i>В.О. Жмуденко</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ВАЖЛИВОГО ІНСТРУМЕНТА РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....	40
<i>О.В. Загороднюк</i> УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	44
<i>О.В. Загороднюк, В.В. Марченко</i> СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ СІТЬОВОГО ПЛАНУВАННЯ ПРИ ПРИЙНЯТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	46

<i>Ю.Л. Зборовська</i> ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ.....	48
<i>С.П. Каричковська</i> ЗМІСТ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ВИЩІЙ ШКОЛІ.....	51
<i>В.Д. Каричковський</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЯГІДНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	53
<i>В.М. Кепко</i> ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	54
<i>Л.В. Клименко</i> СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	57
<i>В.О. Кобилянська</i> УПРАВЛІНСЬКА КОМПЕТЕНЦІЯ ВИКЛАДАЧА ВНЗ.....	60
<i>Г.О. Коваленко</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ.....	62
<i>Л.Г. Коваленко</i> НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСТАЧАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	65
<i>І.Г.Коваленко – Чукіна</i> ОСНОВНІ ІДЕЇ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА... ..	68
<i>Н.О. Комісаренко</i> ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСТУПНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ У ВИВЧЕНІ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....	71
<i>М.В. Костюк</i> РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЗАКАРПАТТЯ: КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНІ, ПРИРОДНІ, ЛАТЕНТНІ.....	73
<i>І.О. Кузнецова, О.С. Балабаши</i> ПОБУДОВА МОДЕЛІ ПРОЦЕСУ МОНІТОРИНГУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	76
<i>І.О. Кравчук</i> ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧИЙ ПІДХІД ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ».....	80
<i>Л.О. Кустріч</i> ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КОНТЕКСТІ.....	81
<i>О.В. Лазарєв</i> КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ.....	84
<i>Л.М. Малюга</i> СУТНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ.....	87

<i>Л.В. Машковська</i> БЛАГОДІЙНІСТЬ І МЕЦЕНАЦТВО ЯК ЧИННИКИ СТВОРЕННЯ ВІДПОВІДНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ЇХ ІСТОРИЧНИЙ ШЛЯХ ВИНИКНЕННЯ.....	90
<i>Г.В. Мельник</i> ДІЛОВІ КОМУНІКАТИВНІ ІГРИ У НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ.....	92
<i>І.С. Мельниченко</i> УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДП ДГ «ХРИСТИНІВСЬКЕ» ХРИСТИНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	95
<i>О.П. Метулинський</i> НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ НА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ.....	97
<i>Л.В. Мовчан</i> ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ.....	100
<i>А.В. Мовчанюк</i> ВПЛИВ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ПОКАЗНИКИ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	103
<i>Д.В. Нагернюк</i> СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ.....	106
<i>В.О. Непочатенко</i> НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	108
<i>Л.М. Нецадим</i> ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	110
<i>І.М. Новак</i> ІНВЕСТИЦІЙНІ РЕСУРСИ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ВІДТВОРЮВАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	113
<i>Л.А. Осадча</i> ПСИХОЛОГІЯ ЖІНКИ-ЛІДЕРА.....	116
<i>І.В. Охріменко</i> ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ.....	118
<i>М.В. Паєвська</i> ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ МОДАЛЬНИХ ЧАСТОК НА ЗАНЯТТЯХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	121
<i>І.М. Памтуха</i> ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	124

<i>Н.В. Парубок</i>	СФЕРА ГОСТИННОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ЇЇ ФАХІВЦІВ.....	127
<i>І.С. Пахольчук</i>	ЕТНОЗБЕРІГАЮЧА ФУНКЦІЯ УКРАЇНОЗНАВСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ В ПОДОЛАННІ КОМПЛЕКСУ МАЛОРОСІЙСТВА.....	130
<i>Д.О. Передрій</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	132
<i>Н.О. Петренко</i>	МОТИВАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ ЖІНОК НА РИНКУ ПРАЦІ.....	135
<i>Н.Я. Пітель</i>	ЛОГІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	138
<i>В.Г. Погрібняк</i>	ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКІ ТА РЕЛІГІЙНІ ЦІННОСТІ - ОСНОВА ДУХОВНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ.....	141
<i>С.М. Приліпко</i>	ВАЖЛИВІСТЬ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ .....	144
<i>Г.Л. Прокоф'єв</i>	ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННЄВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ: ВІД ПСЕВДОКОМУНІКАЦІЇ ДО РЕАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	147
<i>Ю.Л. Пучко</i>	МЕТОД ПРОЕКТНОГО НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ.....	148
<i>О.А. Роєнко</i>	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ОРЕНДИ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ.....	151
<i>О. Рудь</i>	УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЗЕРНА ПШЕНИЦІ У ФГ «АГРО-МІЛК» ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	152
<i>О.М. Саковська</i>	ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ.....	155
<i>О.М. Світовий</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЗЕРНА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЗБІЛЬШЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ.....	158
<i>Т.В. Стройко</i>	СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС.....	161
<i>С.В. Тимчук</i>	СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	163

<i>Л.В. Гранченко</i> АЛЬТЕРНАТИВНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	165
<i>Л.В. Трач</i> ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ.....	167
<i>Р.Ю. Федоров</i> ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ.....	170
<i>Ю.І. Фернос</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ПРОЕКТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ.....	172
<i>Б. Чецький</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	174
<i>І.Ф. Чернобаб, Т.О. Шевчук</i> ВИХОВАННЯ ЕМОЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ – ВАЖЛИВА УМОВА ІНТЕНСИВНОЇ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	176
<i>І.І. Чучмій</i> АГРАРНА ОСВІТА: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД.....	179
<i>А.М. Шатохін, Л.Ю. Очеретенко</i> РЕФОРМА ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ; ЗАКОН ПРИЙНЯТО. ЩО ДАЛІ?.....	181
<i>О.О. Шкільний</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ.....	184
<i>Ю.Б. Шпак</i> СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ.....	186
<i>П.М. Ямчук</i> ВОЛОДИМИР-ХРЕСТИТЕЛЬ І ТРАНСЦЕНДЕНТАЛЬНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ДУХОВНО-БУТТЄВИЙ УНІВЕРСУМ.....	189

# КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

**Л.П. Альошкіна**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

У нинішніх умовах розвитку вітчизняної економіки, що характеризуються посиленням конкуренції значно розширюється коло інструментів, що використовуються підприємствами для закріплення позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках. Одним з найбільш дієвих інструментів підвищення ефективності діяльності підприємств є запровадження на них системи стратегічного управління, що полягає у розробці довгострокових програм розвитку з урахуванням сильних та слабких сторін компанії, а також її довгострокових цілей та поточних завдань.

Метою експортної стратегії підприємства є формування перспективних напрямів зовнішньоекономічної діяльності підприємства для забезпечення зростання обсягів експорту, сприяння ефективному, стійкому функціонуванню господарюючих суб'єктів і зростанню їх бази оподаткування, рішення соціально-економічних завдань, підвищення рівня життя населення регіону, а також підтримка діючих експортерів, стимулювання великих конкурентоздатних підприємств до розширення обсягів експортної діяльності.

Аналіз експортної стратегії розвинених країн свідчить, що вона спрямована на структурну перебудову економіки, вдосконалення галузевої та територіальної структури виробництва, збільшення питомої ваги і обсягів продукції з високим ступенем обробки, особливо наукомісткої, скорочення вивозу сировини, екологічно шкідливих і ресурсомістких виробництв, що обумовлюють сильну залежність від поставок енергоносіїв, сировини та напівфабрикатів, створення умов для поступового, поетапного послаблення режиму жорсткої залежності від імпортерів-монополістів стратегічних сировинних ресурсів.

Відповідно для умов України експортна стратегія повинна передбачати:

- рівні умови для всіх учасників зовнішньоекономічної діяльності;
- запровадження ефективної системи експортного контролю виходячи з економічної безпеки України;
- використання прогресивних форм міжнародної економічної взаємодії;
- розвиток традиційних напрямків інвестиційної діяльності України за кордоном (експорт капіталу);
- стабільність законодавства, передбаченість дій державних органів;
- активізацію діяльності України в міжнародних економічних та валютно-фінансових організаціях;
- визначення пріоритетів та підвищення ефективності використання зарубіжних кредитів та інвестицій;
- проведення зваженої політики валютного курсу, не допускаючи як надмірної девальвації, так і ревальвації національної грошової одиниці;
- прийняття комплексних заходів по радикальному поліпшенню



інвестиційного клімату в Україні;

- активізацію діяльності спілки підприємців України по розвитку багатосторонніх зв'язків із закордонними партнерами;
- широке використання тендерів при залученні зарубіжних капіталів у пріоритетні галузі народного господарства.
- активну участь України в міжнародних тендерах по будівництву, постачанні устаткування і послуг за кордон, включаючи проекти «під ключ», як самостійно, так і з залученням закордонних партнерів;
- створення національних промислово-фінансових груп та консорціумів на пріоритетних експортних напрямках із залученням при необхідності закордонних партнерів;
- запровадження механізму зустрічного товарного кредитування Україною інших держав за рахунок внутрішніх ресурсів.

Послідовне вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності при додержанні загальнодержавних інтересів та пріоритетів експортної стратегії перетворить зовнішньоекономічні зв'язки в активний фактор поглиблення ринкових реформ та включення України в міжнародний поділ праці та світогосподарські інтеграційні процеси.

Аналізуючи потенціал підприємства для виходу на експортні ринки, менеджментом компанії мають бути враховані фактори як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. У ході оцінки розробки експортної стратегії мають бути оцінені показники фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, виявлені резерви підвищення продуктивності використання ресурсів, досліджено можливості адаптації технологічного процесу на підприємстві задля задоволення вимог санітарних та фітосанітарних заходів у країнах-імпортерах тощо.

На нашу думку, з метою підвищення ефективності експортних стратегій підприємства доцільно використовувати на підготовчому етапі розробки експортної стратегії розроблену Девідом Нортоном та Робертом Капланом систему збалансованих показників. На наш погляд, використання її при формуванні експортної стратегії дозволить підприємству реалізувати багатовекторну політику управління бізнесом на основі розробки комплексної системи стратегічних цілей і ключових показників діяльності.

Система Нортона і Каплана дозволяє менеджерам врахувати у процесі розробки стратегії інтереси чотирьох основних груп впливу на підприємство – клієнтів, кредиторів, працівників та власників, що у значній мірі посилює зв'язок експортних планів компанії з реальністю та забезпечує виконання принципу досяжності при розробці зовнішньоторговельної стратегії. Перевагою запропонованої методики є також визначення цілей компанії на основі її реального потенціалу, оскільки на практиці до розробки моделі залучаються працівники різних підрозділів, спроможні достовірно оцінити можливості реалізації проміжних цілей експортної стратегії окремим підрозділом.

Збалансована система показників є матрицею, кожен з елементів якої визначає комплекс завдань, розроблених для досягнення підпорядкованих глобальній меті експортної стратегії проміжних цілей, сформованих на основі

реальних можливостей підприємства з врахуванням інтересів окремих груп впливу на нього.

Використання збалансованої системи показників при розробці експортної стратегії підприємства спроможне забезпечити цілеспрямований моніторинг його діяльності, а також дозволити спрогнозувати і попередити появу проблем, органічно поєднати рівні стратегічного й оперативного управління,

Ця система передбачає залучення до процесу стратегічного управління усіх співробітників за допомогою зрозумілих термінів і показників. Більше того, система передбачає мотивацію співробітників і поєднання їх інтересів з інтересами підприємства, що є більш ефективним, ніж адміністративний контроль. Вона сприяє підвищенню імовірності реалізації наміченої стратегії і адекватній оцінці потенціалу підприємства.

Проблемою вітчизняних підприємств є те, що вони на практиці зазвичай використовують спрощену оцінку своїх експортних можливостей, що характеризується високим ступенем невизначеності та зводиться до виявлення можливого обсягу експорту продукції, що вже виробляється підприємством, з виявленням потенційного кола країн-імпортерів. Такий підхід не може слугувати об'єктивною основою для успішної зовнішньоторговельної експансії. Тому підготовчий етап, значенням якого часто нехтують, має полягати у дослідженні міжнародних ринків, аналізі внутрішніх можливостей, а також у візуалізації отриманої інформації у проекті бізнес-плану експортної діяльності.

Діяльність підприємств на зовнішніх ринках характеризується вищим у порівнянні з внутрішнім рівнем ризиків, що обумовлені сильнішим конкурентним середовищем, високим вимогам до якості товарів, а також високим рівнем витрат, пов'язаних з міжнародними маркетинговими дослідженнями та реалізацією експортної стратегії. Тому при формуванні експортної стратегії вже на підготовчому етапі необхідно здійснити всебічний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ**

**Я.В. Бечко**

*кандидат філологічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Стрімкі зміни, що відбуваються в українському суспільстві, осучаснення освітньої системи, досягнення в галузі теорії та практики навчання іноземних мов ставлять перед освітньою системою України необхідність оновлення змісту та методів застосування інноваційних підходів до викладання іноземної мови за професійним спрямуванням. В сучасному суспільстві формується чітке соціальне замовлення на володіння іноземними мовами.

У процесі викладання іноземної мови викладач використовує традиційні

методи, які доповнює за допомогою нових тенденцій, що диктує сучасне суспільство. Традиційні методи продовжують ефективно існувати завдяки впливу сучасних підходів і не можуть розвиватися один без одного, тому сучасний викладач іноземних мов повинен вміти поєднувати і ефективно використовувати їх для ефективного навчання і засвоєння програмного матеріалу студентами [1].

Сьогодні існує ряд інноваційних технологій та методів. Усі вони застосовуються на заняттях з іноземної мови відповідно до тематики, мети та вимог. Поставлені цілі можуть бути реалізовані за умови використання всіх груп технологій, а саме: - технології пояснювально-ілюстративного навчання, в основі яких лежить інформування студентів і організація їх репродуктивної діяльності з метою вироблення у них загальнонавчальних умінь і навичок; - особистісно-орієнтовані технології навчання, що створюють умови для забезпечення власної навчальної діяльності студентів, обліку та розвитку індивідуальних особливостей студентів; - технології розвивального навчання, в центрі уваги яких – спосіб навчання, власного включення внутрішніх механізмів особистісного розвитку студентів, їх інтелектуальних здібностей [2].

Одним із сучасних методів є використання комп'ютерних технологій при вивченні іноземної мови, яке відкриває перед студентами доступ до нових джерел інформації, підвищує їх мотивацію до отримання інформації іноземною мовою, підвищує ефективність самостійної роботи, дає нові можливості для творчості [3].

Методичні переваги навчання іноземних мов за допомогою мультимедійних засобів свідчать, що цей метод має більший ступінь інтерактивного навчання, дає можливість обирати темп та рівень завдань, покращує швидкість засвоєння граматичних конструкцій та накопичення словникового запасу. Також до безумовно технічних переваг цього методу можна віднести можливість використання інтерактивних відео- та аудіо роликів при навчанні усному мовленню. Демонструючи схеми, фото та малюнки за тематикою мовного спілкування, реалізується принцип наочності.

Запровадження мультимедійних технологій створює умови для інтерактивного спілкування, що сьогодні є найважливішою складовою навчального процесу. Використовуючи мультимедійні технології вчитель може подати інформацію в абсолютно новій та ефективній формі, зробити її більш повною, цікавою та наближеною до тематики спілкування, що вивчається. А також мультимедійні технології дозволяють розробити яскраві та більш цікаві справи на говоріння.

Для студентів вивчення іноземної мови із застосуванням мультимедійних технологій також має певні переваги. Зважаючи на новітність цих технологій, для студентів цікаво мати справу з джерелами нових видів отримання інформації.

Інтерактивне навчання заключає в собі деякі методи співпраці у навчальному процесі. Успішне виконання завдання поставленого для всієї групи, повністю залежить від успішного виконання цього завдання персонально кожним студентом, відповідальність кожного за виконання свого завдання.

Ефективна співпраця та комунікація виступають базовими компонентами такого навчання, яке ставить перед собою мету спільного розв'язання проблем, набуття навичок монологічного мовлення, відповідальність, критичного мислення та досягнення вагомих результатів.

З'ясовано, що на кожному етапі заняття є доцільним використання різних методів, кола ідей. Також дуже важливу роль тут будуть відігравати тип заняття та його місце в циклі занять цієї теми. Інтерактивна форма роботи має значні переваги над фронтальною та індивідуальною формами: у групах студенти залучаються до колективної творчої діяльності, осмисленого спілкування і взаємодії, розподілу праці між членами групи; здійснюється взаємонавчання та взаємоконтроль.

Особлива увага приділяється інтерактивному навчання письма та читання. Інтерактивне навчання писемного мовлення у вищій школі має формувати і розвивати уміння обговорення, аналізу і взаємоперевірки.

Сучасна модель процесу читання сконцентрована на інтерактивному зв'язку читача та тексту, який вивчається. Викладач повинен подати текст, організувати завдання, які допоможуть студентам зрозуміти його (чи дозволять викладачу побачити, наскільки його не зрозуміли), а після цього тільки стежити за роботою над текстом та часом, коригувати їх. Текст повинен бути вірно підібраний, завдання мають відповідати типу тексту, виду читання, рівню мовної підготовки студентів.

Таким чином, можна зробити висновок, що ефективність інноваційних підходів до викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах залежатиме від бажання і здатності викладачів скористатися позитивним досвідом вітчизняних і іноземних учених і практиків щодо творчого підходу у навчанні, розуміння необхідності відмовитися від авторитарних і схоластичних методів.

Інноваційні методи навчання іноземних мов, які ґрунтуються на творчому підході, допомагають повністю розкрити потенціал студентів і сприяють розвитку та самовдосконаленню навчально-комунікативного процесу.

Відбором, теоретичним осмисленням, класифікацією педагогічних інновацій займається нова галузь педагогічного знання – педагогічна інноватика (лат. *innovatio* – оновлення, зміна). Інновації в педагогіці пов'язані із загальними процесами у суспільстві, глобальними проблемами, інтеграцією (лат. *integratio* – відновлення, об'єднання в ціле окремих елементів) знань і форм соціального буття. Нині створюється нова педагогіка, характерною ознакою якої є інноваційність – здатність до оновлення, відкритість новому [4].

Більшість інноваційних методів навчання у їх використанні мають труднощі, що виникають під час підготовки занять за ними і, на думку викладачів, збільшують час, необхідний для підготовки до занять та зменшують кількість завдань, які студенти виконують за певний час [5].

Однак викладачі, націлені на продуктивне навчання своїх студентів, мають розуміти, що переоцінити сучасні методики неможливо.

З метою розвитку творчих здібностей студентів, поступового й систематичного прилучення їх до самостійної пізнавальної діяльності,

забезпечення співпраці між студентами та викладачем недостатньо використовували лише традиційне заняття. Тому варто кожному викладачеві подумати над зміною форми заняття в окремих випадках. Особливо це стосується занять з іноземної мови, де більша частина заняття йде на формування в студентів умінь і навичок, застосування набутих теоретичних знань.

Отже, поєднання традиційних методів і підходів з деякими, в нашому випадку – новітніми тенденціями, значно підвищують і оптимізують активність й продуктивність студентів у процесі вивчення іноземної мови. Тому актуальним є подальший пошук нових тенденцій і застосування у процесі навчання іноземній мові.

#### **Список використаних джерел**

1. Клевцова Н. И. Методико-дидактические принципы создания и использования мультимедийных учебных презентаций в обучении иностранному языку / Н.И. Клевцова. – Курск, 2003. – 178 с.
2. Крючков Г. Болонський процес – як гармонізація Європейської системи вищої освіти / Г. Крючков. – Педагогічна преса, 2004. – 104 с.
3. Пометун О. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід / О. Пометун, Л. Пироженко. – Київ, 2002. – 98 с.
4. Традиції та інновації в методиці навчання іноземних мов: [навч. посіб. для студ. і вчит.] / [за ред. М.К. Колкової]. – СПб. : КАРО, 2007. – 267 с.
5. Sheils J. Communication in the modern language classroom / J.Sheils. – Strasbourg : Council of Europe Press, 1993. – 250 p.

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНОВО-ЕКОНОМІЧНИХ СЛУЖБ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО ПЛАНУВАННЯ**

**А.Ф. Бурик**

*кандидат економічних наук, професор  
Уманський національний університет садівництва*

**М.Ф. Желєзний,**

*аспірант  
Уманський національний університет садівництва*

Функція планування є основою для прийняття управлінських рішень і являє собою управлінську діяльність, що передбачає вироблення цілей і завдань управління виробництвом, а також визначення напрямів реалізації планів для досягнення поставлених цілей.

Як свідчить аналіз кадрового складу економічних служб в аграрних підприємствах Уманського району, кількість економістів, передбачених штатним розписом, становить 32 чол., тоді як фактично працює лише 17 чол.

серед яких усі мають вищу освіту. Коефіцієнт забезпеченості підприємств спеціалістами складає 0,53. Дослідження показали, що на підприємствах переважають спеціалісти віком старше 40 років, які раніше не вивчали такі дисципліни як менеджмент, маркетинг, підприємництво, агробізнес, комп'ютерні технології проведення аналізу ефективності виробництва та ін.

Наведене зумовлює необхідність перепідготовки керівників і спеціалістів до вимог ринкової економіки. В сучасних умовах керівник, крім професійних знань, повинен володіти діловою активністю, вмінням проявляти ініціативу, приймати оптимальні і ефективні рішення в складних ситуаціях. На жаль, нині робота з керівниками підприємств, спеціалістами вищої кваліфікації, кадрами масових професій у напрямі підвищення ефективності агропромислового виробництва, подолання кризового стану провадиться не на належному рівні, їх потенціал на місцях використовується недостатньо.

На нашу думку, слід переглянути підходи до формування планово-економічних служб аграрних підприємств. Вони покликані вирішувати як поточні, так і перспективні проблеми. Їх склад повинен встановлюватись з урахуванням особливостей господарства: ступеня його забезпеченості економічними працівниками, рівня їх освіти, фінансового стану тощо. За нашими дослідженнями, планово-економічна служба для підприємств розміром понад 2,5 тис. га, повинна включати 4 висококваліфікованих спеціалістів, а саме: головний економіст, економіст з рослинництва, економіст з тваринництва, маркетинголог (контролер).

Маркетолог виконує роль консультанта, надаючи сервісні послуги економічного характеру працівникам підрозділів господарства. Він координує плани підприємства і систему його звітності, засновану на зрозумілій і надійній інформації, яка є необхідною для використання в управлінських цілях. Використовуючи окремі методи, він сприяє забезпеченню рентабельної, ефективної роботи підприємства завдяки прийняттю обґрунтованих рішень щодо організації збуту продукції і надаючи керівнику можливість своєчасно реалізувати відповідні управлінські заходи. Вимоги до його професійних здібностей мають бути досить високими: окрім економічних та професійних знань і навичків, йому необхідно володіти талантом переконувати.

Для забезпечення належної дієвості різноманітних планів та прогнозів, звичайно ж необхідні відповідні спеціалісти високої кваліфікації, які повинні володіти сучасними методами планування з використанням комп'ютерної техніки.

До складу планово-економічної служби повинні входити фахівці, професіонали, які відповідають таким вимогам:

- бути хорошими теоретиками, володіти навичками абстрактного мислення і в той же час – різними технологіями планування;
- відчувати імідж підприємства, вміти застосовувати свої знання в розробці політики підприємства;
- уміти спілкуватися на професійному рівні із спеціалістами різного профілю, що працюють на підприємстві (фінансистами, адміністраторами, керівниками підрозділів та ін.);

- проявляти дипломатичні здібності у вирішенні конфліктних ситуацій;
- володіти досвідом роботи у підприємницькій сфері;
- бути зрілою людиною, що добре розуміє технологію виробництва продукції.

Для досягнення належної ефективності роботи планово-економічних служб їх фахівцям слід забезпечувати відповідний рівень заробітку. Вважаємо, що в основу визначення розміру останнього доцільно було б покласти ступінь складності виконуваних кожним працівником вказаної служби функцій, професійні і ділові якості, здатність знаходити найбільш правильний для підприємства вихід із складних фінансово-комерційних та інших ситуацій і перспектив його розвитку. Зрозуміло, що загальний рівень оплати їх праці повинен знаходитись у тісному зв'язку з кінцевими результатами діяльності аграрного підприємства, основними з яких є ступінь збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції, підвищення її конкурентоспроможності, зростання прибутковості підприємства. Саме з урахуванням цих показників слід нараховувати доплати і премії цим спеціалістам. Їх джерелом може бути частина прибутку підприємства. У деяких країнах світу для визначення обґрунтованої системи стимулювання спеціалістів створюються відокремлені групи, які розробляють відповідний механізм винагородження, фінансової і кадрової політики (рівень окладів, опціони, бонуси, соцстрахування тощо). Цей досвід доцільно було б застосувати і в Україні.

Враховуючи вищевикладене, слід відмітити, що лише при залученні до планово-економічної служби висококваліфікованих спеціалістів, які були б хорошими теоретиками, володіли навичками абстрактного мислення і в той же час – різними технологіями планування, та забезпечивши їх автоматизованим робочим місцем оснащеним комп'ютером і в свою чергу комп'ютерними програмами, дасть можливість вивести планування на новий рівень. Плани будуть відповідати дійсності, матимуть високу точність, а також можливість швидкого корегування.

## **ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРЕНДНИХ ВІДНОСИН ПІД ЧАС РЕФОРМУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

**І.А. Бутило**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

В умовах вже досить тривалого переходу економіки країни від командно-адміністративного типу, тотально регульованого державою, до ринкової економіки європейського зразка одним із найважливіших завдань в аграрній політиці є створення сприятливих умов для розвитку приватної ініціативи у раціональному використанні всього комплексу наявних ресурсів, в т. ч. і всіх земель, що залучаються у господарський оборот. Відповідно до прийнятих законодавчих актів плата за використання землі встановлюється у формі

земельного податку чи орендної плати, розмір яких визначається із врахуванням якості, місця розташування земель та їх відповідного цільового призначення.

Саме оренді, як особливій формі реалізації права власності та господарського використання майна в цілому і землі, зокрема, відводиться ключове місце у цьому процесі. З точки зору права оренди – це форма майнового найму, оформлена договором, згідно з яким одна сторона (орендодавець) надає іншій стороні (орендареві) майно, засоби виробництва, землю у тимчасове користування за домовлену в договорі оренди плату. За рахунок застосування орендних відносин вдається більш повно покрити динамічну потребу суб'єктів підприємництва у використанні ресурсів, необхідних для господарської діяльності. Покриття її за рахунок купівлі-продажу є більш тривалим і ресурсовитратним. Тому, якщо навіть із 1 січня 2016 року буде припинено мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення, це не викличе зникнення орендних відносин стосовно їх використання. Звичайно, зараз, за умов дії мораторію, саме такі відносини є дуже поширеними.

Так, переважна кількість сільськогосподарських угідь в Україні знаходиться у приватній власності (31 млн. га, тобто близько 75% від усіх на початок 2015 року). За договорами в оренду було передано 17,1 млн. га сільськогосподарських угідь (понад 62% від розпайованих). В той же час сільськогосподарські підприємства ведуть діяльність переважно на орендованих землях. Їх частка в загальному землекористуванні становить понад 92%.

Плата за оренду земельних паїв у 2014 році, відповідно до з укладених договорів оренди, становила 664 грн/га або близько 3% від їх нормативної грошової оцінки.

Зараз близько 44% договорів укладається на термін 6–10 років, а кількість договорів, укладених на термін до 5 років, поступово скорочується. А договорів оренди на термін 1–3 роки практично не залишилося. При цьому неухильно зростає частка довгострокової оренди – понад 10 років. Слід також відмітити, що Закон України від 12.02.2015 №191-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)» набрав чинності 7 квітня 2015 року [1]. Ним встановлено мінімальний термін оренди земельних ділянок сільськогосподарського призначення для ведення товарного сільськогосподарського виробництва, фермерського господарства, особистого селянського господарства на рівні 7 років.

В цілому, оренда землі в Україні на законодавчому рівні була визнана під час перших кроків з її створення – прийняттям постанови Верховної Ради УРСР від 18 грудня 1990 року «Про земельну реформу». У результаті реалізації земельної реформи земля у вигляді земельних часток була розподілена між членами КСП та передана у приватну власність. Власники отримали можливість використовувати її на власний розсуд. Конкретизували питання оренди земельних ділянок Указ Президента України від 10 листопада 1994 року «Про невідкладні заходи щодо прискорення земельної реформи у сфері



сільськогосподарського виробництва», декілька редакцій Земельного кодексу України та Закон України «Про оренду землі» [1] та інші.

В цілому, в сільському, лісовому та рибному господарстві створено нові організаційно-правові суб'єкти господарювання, працює понад 46 тис. підприємств, з яких великими є лише 28 (0,1% від загальної кількості), середніми – 2,6 тис. (5,6%) і малими – більше 43,5 тис. (94,3%), в т. ч. мікропідприємств – 38,5 тис. (83,5%). Крім того, господарську діяльність ведуть ще понад 4,1 млн. особистих селянських господарств [2].

Слід зазначити, що результатом земельної реформи, що триває в Україні з 1991 року, стало формування приватної власності на землю та подрібнення сільськогосподарського землекористування. При цьому рівень виробництва сільськогосподарської продукції, який був у 1990 році за 24 роки реформування АПК поки-що не досягнуто (в 2013 році – 89,4% від рівня 1990 року, в т. ч. у сільськогосподарських підприємствах – 68,6% від рівня 1990 року) [2].

Тому проблема підвищення ефективності агропромислового виробництва стоїть не менш гостро. Саме через застосування орендних відносин намагаються створити ефективного товаровиробника, який би забезпечував раціональне використання основних засобів (землі – в першу чергу). Однак, на попит і пропозицію оренди земельних ділянок впливає ряд чинників. Серед них – це те, що більше трьох четвертих орендодавців мають вік понад 50 років і майже половина – понад 60, що утруднює прийняття ними обґрунтованих довготривалих рішень, та кожен четвертий власник паю проживає за межами населеного пункту, де розташована його земельна ділянка, близько третини власників ніколи її не бачили, а 40% ніколи не стояли на своїй землі [3]. У багатьох випадках можливості вибору у орендодавців досить малі і це приводить до заниження розмірів орендної плати. Крім цього, великі агрохолдинги не зацікавлені у оренді окремих ділянок окремих пайовиків, які розкидані на значній території, а більше цікавляться ділянками, концентрованими єдиним масивом. Це вимагає самоорганізації селян-власників паїв і їх скоординованих дій, що є, як показує практика, досить проблемним питанням, яке вимагає також і допомоги держави [4].

В той же час питання введення ринкового обороту земель сільськогосподарського призначення залишається досить дискусійним через недорозвиненість його багатьох складових. В усіх розвинутих країнах, де він показав себе з позитивного боку, існує ціла система важелів і противаг, які це забезпечують. Вона пройшла певний еволюційний шлях розвитку і забезпечує захист інтересів сторін. У нас поки-що таку систему не створено, тому повноцінний і цивілізований земельний ринок не буде функціонувати. Ускладниться також і функціонування орендних відносин в аграрній сфері через непослідовність і некомплексність рішень та відсутність еволюційного підходу, так як добре відомо із практики і багатьох досліджень, що аграрна сфера є досить консервативною і зміни у ній можуть бути лише поступовими, інакше можливі суттєві втрати. При цьому дана сфера вже відчуває суттєвий дефіцит оборотних коштів, який, за розрахунками науковців Інституту аграрної

економіки, дефіцит оборотних коштів, щорічно складає в рослинництві 45-60 млрд. грн, а у тваринництві – 40-45 млрд. грн [5].

Тому необхідно суттєво покращити нормативно-правову та методичну базу функціонування ринку землі в цілому і орендних відносин – зокрема, забезпечивши комплексність і узгодженість рішень, особливо щодо збереження родючості земель та їх ефективного використання; потрібно створити всю відповідну ринкову інфраструктуру для їх функціонування, обмеживши можливості спекулятивних операцій, надмірної концентрації та парцелізації земель; особливо важливим є забезпечення державного контролю за використанням земельних ділянок і застосування ефективного механізму його державного регулювання в рамках проведення сучасної аграрної політики країни. Ці рішення мають сприяти як забезпеченню продовольчої безпеки, так і розвитку сільських територій, сприяти покращенню місцевого самоуправління та згуртованості населення у вирішенні проблеми підвищення ефективності функціонування економіки країни та її конкурентноздатності.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про оренду землі» / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/161-14>.
2. Державна служба статистики України / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Аренда сельскохозяйственной земли – возможен ли баланс интересов? / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.anyfoodanyfeed.com/ru/news/id/38282/>
4. Пономаренко Н.М. Способы развития сферы аренды земли сельскохозяйственного назначения/ Н.М. Пономаренко / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://8cent-emails.com/sposoby-razvitija-sfery-arendy-zemli-selskohozjajstvennogo-naznachenija/>
5. Ходаківська О. Ринок землі може стати запорукою сталого розвитку сільського господарства / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.iae.org.ua/presscentre/massmedia/1389--lr.html>.

## **ПЛАНУВАННЯ ОСОБИСТОЇ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА**

**О.П. Василенко**

*кандидат сільськогосподарських наук, доцент  
Уманський національний університет садівництва*

У повсякденному житті менеджер виконує безліч робіт, які визначаються його функціональними обов'язками, зумовленими посадою, різними життєвими ситуаціями. Це вимагає здійснення планування робочого дня, тижня, місяця, півріччя, року. Найскладніше розробляти план дня, що пов'язано з необхідністю врахування обсягу діяльності, яка підлягає виконанню, відповідно до плану досягнення життєвих цілей, заходів і робіт інших сфер життя людини,

не прогнозованих раніше ситуацій, що потребують часу, а також дефіцитом часу.

Планування особистої роботи – складний і багатогранний процес, в якому необхідно комплексно вирішувати багато завдань, здійснювати великий обсяг розрахунків і прогнозувати обстановку. Велику роль у плануванні особистої роботи відіграє правильна організація планування.

Важливою якістю менеджера є вміння реагувати на зміни, які відбуваються на підприємстві і поза ним, часто за умов дефіциту інформації і часу. У зв'язку з цим виникає небезпека помилковості рішень. Менеджери діють за умов, коли вони весь час відчують тиск власників, вищих менеджерів, підлеглих, споживачів, ділових партнерів. Як наслідок, чимало менеджерів зазнають стресів, що негативно позначається на ефективності їхньої праці.

Причиною незадовільної роботи багатьох менеджерів, особливо початківців, є невміння розпоряджатися часом. Такі менеджери прагнуть виконати усі завдання самостійно, встигнути на усі наради, прийняти всіх відвідувачів, глибоко вникнути в усі питання діяльності підприємства. Вони приходять на роботу першими і йдуть з неї останніми. При цьому чимало справ залишаються невиконаними. Менеджер, який не вміє розпоряджатися часом, нездатний побачити перспективу за безліччю повсякденних турбот. Врешті ефективність його праці мінімальна, виникає відчуття незадоволення собою, підлеглими, невпевненість у власних силах. Причиною цього є невміння планувати роботу.

Для менеджера, що має недолік часу на вирішення виробничих, фінансових, соціальних та інших проблем, характерні: безплановість у використанні робочого часу і слабе опрацювання ключових сфер діяльності; нервозність, поспіх у діях; нетерплячість у прийнятті рішень і відносинах з рівними за рангом співробітників і з підлеглими; відсутність порядку на робочому місці; надмірність і безсистемність роботи з документами і кореспонденцією, що надходить; недостатній рівень розподілу управлінської праці в підрозділах і низький ступінь делегування функцій і відповідальності підлеглим; використання принципу „що не встиг на роботі – дороблю вдома”.

Аналіз використання робочого часу вітчизняними менеджерами свідчить про наступне: тривалість робочого часу перевищує норму на 3 години, а корисна зайнятість при цьому складає всього 5-6 годин; заступники директора “перепрацьовують” по 2-3 години, а корисна зайнятість відповідно складає 5-6 годин. Менеджери підрозділів використовують час приблизно так само, як і головні спеціалісти. Коли йдеться про корисну зайнятість, то мається на увазі перелік робіт, видів діяльності, прийняття рішень, що входять у компетенцію тільки цих менеджерів.

Час як ресурс має такі особливості: незворотність, неможливість купівлі та зберігання, заміни або збільшення обсягу (обмеженість).

Таким чином, час – один з ресурсів, який не відновлюється. Брак часу на виконання поставлених завдань призводить до штучного подовження робочого дня, нераціонального його використання. Брак часу – це результат відсутності

чіткості, плановості та організованості роботи менеджерів. Встановлено, що непередбачена трихвилинна телефонна розмова нерідко призводить до втрати 15-20 хвилин, необхідних для того, щоб знову зосередитись і відновити початкову працездатність.

Уміння ощадливо і раціонально використовувати робочий час, постійно удосконалювати процес його планування – ознака організованого менеджера.

Під плануванням робочого часу досить часто розуміють простий перелік поточних справ на наступний день. Зважаючи лише на перелік робіт і не знаючи їх тривалості, на практиці, у кращому випадку, обмежуються спробою оцінити обсяг майбутньої зайнятості без аналізу бюджету часу. Але врахування витрат робочого часу з усіх видів робіт дає можливість одержати повну картину завантаження. Планування особистого робочого часу менеджера необхідно так само, як і всі інші види діяльності підприємства та його ресурсів.

Планування покликане забезпечити раціональне використання найціннішого ресурсу – часу. Чим краще розподілений (спланований) час, тим краще він може бути використаний в особистих і професійних інтересах менеджера.

Процес планування особистої роботи менеджера складається з таких етапів:

На першому етапі менеджер складає перелік справ, які слід виконати протягом планового періоду. Це можуть бути завдання із перспективного переліку справ, не виконаних у минулому періоді, додані інші справи, завдання, які періодично виникають. Перелік робіт слід складати у письмовій формі.

Наприклад, у переліку справ на день відображають такі питання: проведення нарад, прийомів, робота з документацією, поїздки, контроль, телефонні переговори та ін. На цьому етапі досить лише наближеного ранжування завдань, тобто розподілу їх за ступенем важливості або терміновості.

Другий етап: визначення витрати часу, потрібного для виконання кожного виду роботи.

Безумовно, це складне завдання, оскільки керівникові важко заздалегідь передбачити, яких витрат часу потребує та чи інша робота. Тут багато що залежить від складності і незвичайності вирішуваних завдань, досвіду і професіоналізму самого менеджера, кваліфікації управлінського персоналу та інших факторів. Разом з тим тривалість ряду управлінських дій можна оцінювати досить точно. Наприклад, керівники регламентують заздалегідь тривалість прийому відвідувачів з особистих питань, нарад тощо.

В цілому оцінка потрібних витрат часу буде приблизною, що потребуватиме коригування їх в ході реалізації завдань. Разом з тим встановлення тривалості виконання робіт дисциплінує менеджера, примушує його укладатися у встановлений строк.

Третій етап: (резерв часу) оскільки заздалегідь неможливо передбачити, які завдання потрібно буде виконати протягом планового періоду, слід зарезервувати час для непередбачених справ.

Взагалі робочий час менеджера можна поділити на три частини з таким розподілом часу:

- заплановані справи - 60%. Виходячи з 8-годинного робочого дня, запланована активність не повинна перевищувати 5-6 год.;
- резерв часу на непередбачені роботи - 20%;
- резерв часу на творчу діяльність керівника - 20%.

Отже, співвідношення між плановим часом і резервом має становити 60: 40.

Четвертий етап: визначення фонду робочого часу планового періоду. Визначаючи плановий час, слід виходити з 5-6 год. на день. Таким чином, у тижневому плані за п'ятиденний тиждень загальний фонд робочого часу становитиме 40 год., а для розв'язання планових завдань - не більше як 30 год.

П'ятий етап: перш ніж остаточно встановити план особистої роботи, необхідно здійснити контроль співставленням розрахованих на другому етапі витрат часу на виконання планових робіт з фондом робочого часу.

Якщо спостерігається перевищення потрібних витрат часу над фондом планового періоду, необхідно переглянути перелік планових робіт. Менеджеру слід проранжувати планові роботи з погляду важливості і невідкладності їх і вилучити другорядні дії. Так, не дуже термінові справи можна перенести для виконання у наступному періоді. Слід також делегувати частину робіт підлеглим.

Шостий етап: менеджер складає план особистої роботи до виконання. Для зручності такі плани рекомендується розробляти за допомогою щоденників часу, в яких відображають завдання, необхідні дії, номери телефонів, адреси та іншу інформацію.

## **СИСТЕМНО-ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

**Н.О. Вернюк**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Глобалізація національної економіки загострює проблему формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств, як дієвого інструменту реалізації конкурентних переваг та пристосування до вимог мінливого конкурентного середовища функціонування. Саме конкурентоспроможність підприємства забезпечує йому можливість зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції чи послуги, або задовольняючи специфічні вимоги споживачів.

Питання пошуку ефективних механізмів управління, що сприяли б швидкому реагуванню господарюючого суб'єкта на зміну зовнішнього і

внутрішнього середовища і адаптації до нових умов є сферою наукових інтересів І. Ансоффа, Ф. Котлера, Н. Лепи, М. Портера, Х. Фасхієва, Р. Фатхутдінова та ін. [1–8]. Проте питання, що стосуються формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства, виходячи зі специфіки його діяльності, що постійно оновлюється і змінюється, потребують постійного вирішення.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень теорії управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління.

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

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

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є визначене коло осіб, що реалізують його мету: власник підприємства, вищий управлінський персонал, лінійні менеджери операційних підрозділів, державні та відомчі управлінські структури та органи.

З позиції процесного підходу управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається як процес реалізації певної сукупності управлінських функцій – планування, організації, мотивації, координації та контролю діяльності щодо формування конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [1].

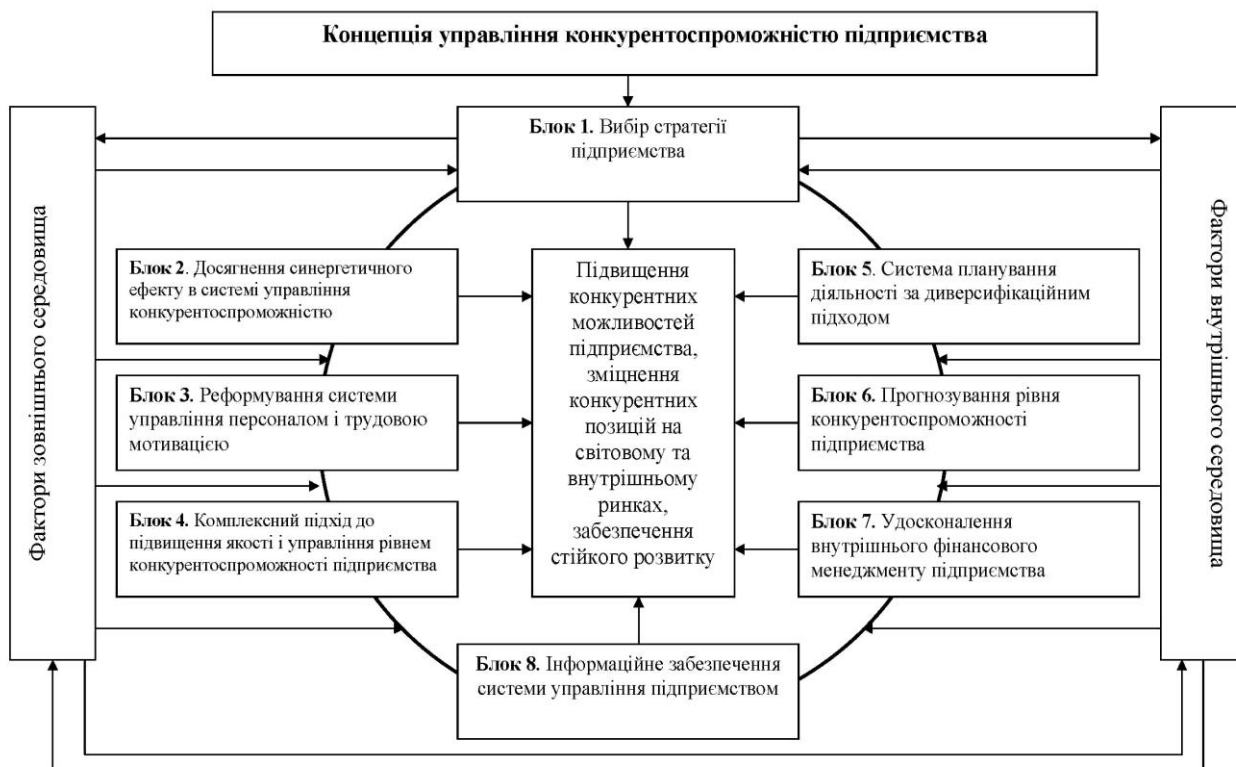
До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести єдність теорії та практики управління конкурентоспроможністю підприємства, системність управління, наукова обґрунтованість управління, ранжування об'єктів управління за їх важливістю, багатоваріантність, збереження та розвиток конкурентних переваг підприємства, ринкова орієнтація, цільова спрямованість, комплексність, гнучкість тощо.

Враховуючи вище викладене, слід констатувати, що процес управління конкурентоспроможністю підприємства має включати ряд дій:

- ✓ моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі й на ринку;
- ✓ діагностику конкурентоспроможності підприємства та його основних конкурентів;
- ✓ конкурентне позиціонування підприємства (вибір стратегічних господарських підрозділів з перевагами у конкурентній боротьбі);
- ✓ розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства;
- ✓ реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства, принципову блок-схему організаційно-економічного механізму якої наведено на рис., являє

собою специфічну багатофункціональну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, серед яких виділено блоки управління рівнем та системою забезпечення конкурентоспроможності. Реалізація означених блоків дозволяє координувати дії менеджменту щодо досягнення заданого рівня конкурентоспроможності для забезпечення оперативного реагування на зміни впливу зовнішнього і внутрішнього середовища та коригування обраної стратегії [4–5].



**Рис. Блок-схема організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства**

Усі блоки системи об'єднані базовим принципом: кожен з них забезпечує розв'язання проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, посилення його позицій на світовому та внутрішньому ринках, стійкий розвиток за рахунок створення конкурентних переваг. Кожен з блоків, у свою чергу, також може розглядатися як система, що включає різні системоутворюючі компоненти.

Через складність управління конкурентоспроможністю загальна блок-схема не може забезпечити детальне відтворення порядку розв'язання завдань підвищення конкурентоспроможності підприємства. За таким підходом, на нашу думку, повинен здійснюватися системний та цілеспрямований пошук шляхів об'єднання основних компонентів організаційно-економічного забезпечення внутрішнього управління з метою концентрації зусиль і управлінських впливів на фактори, що визначають потенціал підприємства щодо підвищення його конкурентних можливостей.

Отже, система управління конкурентоспроможністю – це сукупність взаємопов'язаних елементів, що об'єднані у блоки, цілеспрямована дія яких в комплексі вирішує завдання оперативного прийняття рішень щодо коригування

на підставі періодичного розрахунку за даними статистичної інформації рівня конкурентоспроможності з метою його збереження чи зміни залежно від заданих масштабів діяльності або завдань щодо їх зростання та управління.

### **Список використаних джерел**

1. Лепа Н.Н. Моделирование процессов управления развитием промышленных предприятий: монографія / Н.Н. Лепа, Р.Н. Лепа, А.И. Пушкарь; [под ред. Н.Н. Лепы]. – Донецк: Юго-Восток, ЛТД, 2005. – 347 с.
2. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В.А. Павлова, О.В. Кузьменко, В.М. Орлова, Г.А. Рижкова. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.
3. Павлова В.А. Розробка моделі вибору конкурентної стратегії промислового підприємства / В.А. Павлова, Р.В. Губарев // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць НАУ ім. М.Є. Жуковського. – Харків: ХАІ, 2010. – Вип. 1 (9). – С. 5–16.
4. Фасхиев Х. Управление конкурентоспособностью товара на этапе разработки / Х. Фасхиев, Н. Бублик // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №8. – С. 79–86.
5. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.
6. Портер Майкл Э. Конкуренция: пер. с англ. / Э. Портер Майкл. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
7. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vuzlib.net/beta3/html/1/5182/>
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс: пер. с англ. / под ред. С.Г. Божук / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2005. – 464 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

**М.А. Вуйченко**

*доктор економічних наук, професор  
Кримський гуманітарний університет*

Формування підприємств туристичного бізнесу в Україні виступає фактором активізації світових культурних зв'язків, засобом стабілізації і зміцнення співпраці між державами, посилення міжнародного іміджу нашої держави. З організацією туризму прямо чи опосередковано пов'язано близько п'ятдесяти галузей народного господарства, тому його розвиток дає можливість сприяти розв'язанню багатьох соціальних проблем, створенню нових робочих місць, суттєвому поповненню джерел фінансування державного та регіональних бюджетів. Саме туристична галузь відзначається можливістю швидкої окупності вкладень, невеликим стартовим капіталом, високим рівнем рентабельності. Статус і зацікавленість держави в подальшому розвитку цієї



галузі посилюють вплив туризму на всі сфери життя людини. Тому дослідження фінансово-економічних проблем формування підприємств туристичного бізнесу є важливим та актуальним завданням.

Загальні питання управління фінансово-економічним розвитком підприємств та його специфікою в туристичній сфері розглянуті у наукових працях багатьох вітчизняних та закордонних вчених, зокрема, Н. Кабушкіна, В. Квартальнова, М.М. Туриянскої, А. Трифилової, Д. Ушакової та інших. Однак при всій актуальності цих проблем в Україні питання управління розвитком підприємств туристичного бізнесу залишаються недостатньо розробленими, у тому числі визначення ролі управління фінансовою діяльністю туристичних підприємств у формуванні туристичного бізнесу України.

Головною метою контролю за фінансовою ситуацією на туристичних підприємствах є досягнення прогнозованості та рівноваги. Така ситуація можлива тоді, коли надлишок поточних ресурсів над поточними потребами достатній для фінансування недостатнього обсягу власних оборотних коштів і дає певний залишок грошових ресурсів. Виникнення недостачі у фінансуванні на придбання необігових та обігових активів викликає необхідність підприємства в кредитуванні.

Для зниження потреби в короткостроковому кредиті необхідно вжити заходів щодо збільшення власних оборотних коштів та зниження поточної фінансової потреби.

До шляхів збільшення власних оборотних коштів належать :

- нарощення власного капіталу: збільшення статутного капіталу, зниження дивідендів і збільшення нерозподіленого прибутку й резервів, підвищення рентабельності за допомогою контролю витрат і об'єктивної фінансової політики;

- збільшення довгострокових позик (у розвинутій ринковій економіці довгостроковий кредит має для підприємства свої переваги: відсотки нижче, ніж при короткостроковому кредиті та відшкодування, розтягнуте в часі)

Значну роль у виборі виду кредитування відіграє кредитна політика, яка визначається такими показниками:

- 1) Термін надання кредиту - період часу, упродовж якого туристичні підприємства повинні сплатити за куплені послуги та створити запланований туристичний продукт, за який буде отримано необхідний прибуток. Збільшення терміну надання кредиту стимулює обсяг реалізації продукції, однак приводить одночасно до збільшення суми фінансових коштів, що інвестуються в дебіторську заборгованість, і збільшенню тривалості фінансового й усього операційного циклу підприємства.

- 2) Стандарти кредитоспроможності - мінімальна фінансова стійкість, яку повинні мати туристичні підприємства для отримання можливості відстрочки платежу, і розміри допустимих сум кредиту, що надаються різним категоріям підприємств.

- 3) Політика збору платежів з боку кредитуючого комерційного банку. Вона визначається мірою лояльності по відношенню до підприємства, яке, можливо, затримує виплати із точки зору надання повторного кредиту.

4) Знижки, що надаються на оплату в скорочені терміни. Такі пільги включають в себе знижки на період, протягом якого ними можна скористатися.

Кредитна політика може значно впливати на реалізацію туристичного продукту. Якщо туристичне підприємство ухвалює рішення про використання більш пільгової кредитної політики шляхом таких заходів як подовження кредитного періоду, пом'якшення стандартів кредитоспроможності, перехід до менш жорстоких методів роботи щодо стягування простроченої заборгованості, надання торгових знижок, то це приводить до збільшення обсягу реалізації. Природно, якщо політика стала більш лояльною, й обсяг реалізації за рахунок цього зростає, витрати теж підвищуються.

Крім того, з метою попередження збільшення обсягів дебіторської заборгованості, отже, і поточних витрат, пов'язаних з нею, а також кількості безнадійних боргів і витрат необхідно використовувати авансові розрахунки.

Для швидкого переказу платежів, прискорення виконання зобов'язань на туристичних підприємствах використовуються системи "Клієнт-Банк", e-mail та ін. Такі дії підвищують оберненість обігових коштів на поточному банківському рахунку туристичного підприємства в декілька разів. Таким чином, основне питання, що вирішується в процесі аналізу передбачуваних змін кредитної політики, полягає в тому, чи зростуть прибутки від реалізації у більшій мірі, ніж витрати, включаючи витрати, пов'язані з кредитуванням покупців, або чи є ефективним прийняття підприємством подібних витрат.

З метою ефективного планування обігового капіталу туристичне підприємство оцінює потребу в наявних грошових коштах у процесі складання свого фінансового плану. По-перше, прогнозується зміна основних та обігових засобів. Ця інформація співвідноситься з прогнозами про обіговість коштів у дебіторській заборгованості та про дати і розміри виплати податків.

Уся попередня інформація узагальнюється в бюджеті грошових коштів (план надходжень і виплат), який демонструє заплановані туристичним підприємством грошові надходження і виплати за період, що розглядається. В основному використовується бюджет грошових коштів, прогнозування якого складено на один рік із щомісячним розбиттям. Бюджет з таким розподілом використовується для цілей планування, а з поденним й щотижневим розбиттям - для поточного контролю за рухом грошових коштів.

Отже, успішне управління розвитком підприємств туристичного бізнесу можливе на основі розробки цілісного концептуального механізму фінансового управління, який сприятиме вирішенню комплексу взаємопов'язаних стратегічних, тактичних і оперативних завдань формування та обслуговування туристичних потоків, що дозволить досягти поставлених цілей.

Таким чином, важливим фактором, що впливає на стан туристичної індустрії, є використання сучасних методів фінансового менеджменту. Фінансова діяльність туристичного підприємства характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями.

До основних завдань фінансового управління туристичною діяльністю відносяться: вибір форм фінансування, формування оптимальної структури капіталу підприємства і напрямків його використання з метою забезпечення стабільно високої прибутковості, балансування в часі надходжень і витрат платіжних засобів, підтримування належної ліквідності та своєчасності розрахунків. Підвищення ефективності фінансового управління підприємствами, що стосуються сфери туризму, сприятиме активізації функціонування туристичного ринку та покращенню його результативності.

#### **Список використаних джерел**

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: Навч. посіб. / Дядечко Л. П. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 224 с.
2. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учебное пособие / Кабушкин Н. И. – Минск : БГЭУ, 2000. – 409 с.
3. Квартальнов В. А. Туризм: Учебное пособие / Квартальнов В. А. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 378 с.
4. Соболева О.А. Фінансово-економічний аналіз діяльності турфірми / О.А. Соболева, І.І. Соболев [Електронний ресурс] / Туристична бібліотека „Все про туризм”. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_tourism/soboleva.htm](http://tourlib.net/books_tourism/soboleva.htm)
5. Туриянская М.М. Логическая модель управления закупками товаров с учетом финансовых ограничений в сфере туристического бизнеса / М.М. Туриянская // Вісник ДІТБ.– 2009. – № 13. – С.125–130.

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ І ПОКАЗНИКИ УСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ У НАВЧАЛЬНО-ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**О.П. Гарбар**

*кандидат історичних наук, ст. викладач  
Уманський національний університет садівництва*

Для успішного навчання студента в університеті одних тільки ґрунтовних знань зі шкільної програми недостатньо. Потрібно мати як досить високий рівень загального інтелектуального розвитку (спостережливість і уважність, творча уява, мнемічні здібності, сформованість операцій мислення і висока якість розуму та ін.), так і загальну ерудованість, широкі пізнавальні інтереси. Звичайно, відсутність чогось можна дещо компенсувати підвищеною мотивацією навчально-професійної діяльності, працездатністю і посидючістю, ретельністю й акуратністю при виконанні завдань, усе ж таки існує певна межа.

Успішність навчання студента залежить також від профілю ВНЗ і специфіки спеціальності. Так, наприклад, для успішного оволодіння гуманітарними спеціальностями важливим є: яскраво виражений вербальний тип інтелекту; широта пізнавальних інтересів і ерудованість; добре володіння мовою, багатий словниковий запас і вміння правильно його застосовувати; точне орієнтування в конкретних і абстрактних поняттях, високий рівень

словесно-логічного, абстрактного мислення; творча і відтворююча уява; добре розвинута словесно-логічна пам'ять; високий рівень розвитку комунікативних здібностей; комунікабельність і екстрвертованість; уміння працювати з великим обсягом інформації, зокрема висока швидкість читання і вміння опрацьовувати літературу; уміння чітко усно і письмово висловлювати свою думку [1].

Впливає на успішність студента і його «Я-концепція». Результати досліджень Р. Бернса засвідчують, що між успішністю й уявленнями індивіда про свої навчальні здібності існує тісний взаємозв'язок, який зберігається навіть у тому випадку, коли робиться поправка на показник інтелекту.

Особливості мислення студента є також одним з основних факторів успішності його навчання. Набагато важче долається неуспішність, якщо вона є наслідком недостатнього рівня розвитку мислення.

Практично ж у навчальному процесі не завжди враховується рівень розвитку мислення студентів. Коли є догматичний стиль викладання і від студентів вимагається засвоєння готових істин, позиція викладача подається як єдино прийнята, а оцінка відповідей на семінарському занятті або екзамені визначається мірою їх відповідності конспекту лекції чи змісту першоджерела. Це негативно позначається як на розвитку самого мислення студентів, так і на мотивації навчальної діяльності. Навчання стає нецікавим, нудним і, зрештою, гальмує пізнавальну активність студентів. Це призводить до ухиляння їх від активної самостійної навчальної роботи, обмеження формальним виконанням своїх навчальних обов'язків, породжує таке поширене негативне явище в студентському середовищі як «шпаргалка».

Натомість, вільне обговорення теоретичних і прикладних проблем науки і практики, порівняння різних підходів щодо їх вирішення та надання студентам можливість висловлювати свої думки стимулює інформаційно-пізнавальну активність студентів на заняттях, позитивно позначається на мотивації їх учбової діяльності. Це, зрештою сприяє підвищенню рівня їх успішності [2].

Відомий вчений-педагог С.І. Гессен зауважив, що вузівська лекція вироджується, якщо вона зводиться до простого викладу деякої суми відомостей. Суть справжньої університетської лекції полягає саме в пробудженні активного ставлення слухачів до науки, у народженні в них прагнення по-своєму опрацювати використаний на лекції матеріал, щоб самостійно перевірити ті висновки, які зробив професор. Така позиція педагога можлива тільки за умови позитивного ставлення викладача до студента, наявності настанови щодо нього як до здібного, розумного, кмітливого і здатного самостійно опанувати складності науки [3].

Є багато даних, отриманих методом спостережень, які засвідчують, що «очікування педагогів щодо вихованців часто бувають неадекватними, що відбивається на їх успішності». Важливо враховувати також результати досліджень про те, що «наявність у викладача позитивної «Я-концепції» сприятливо позначається не лише на його поведінці в аудиторії, але й на успішності учнів, які, спілкуючись із людиною впевненою в їх можливостях, починають проявляти свої здібності повніше й набувають відчуття власної

цінності. Сприятливі якості викладача надають усьому процесу навчання продуктивний імпульс» [2].

Важливим фактором успішності студента є індивідуальний стиль його навчально-професійної діяльності, що виявляється в стійких способах її здійснення відповідно до індивідуально-психологічних особливостей (темپ роботи, період реагування, швидкість запам'ятовування та ін.) і наявних навчальних умінь і навичок. Одночасно важливо надавати студентам право вибору форми навчальної роботи, способу контролю і періоду звітності за її результати, залучати їх до визначення часткових цілей і змісту навчання, окреслювати обсяг навчальних завдань [4]

Успішність студентів визначається не лише станом організації навчального процесу у вищій школі, а й психологічними закономірностями навчально-професійної діяльності, рівнем сформованості в студентів учбових дій і операцій. Неврахування усього цього може бути однією з численних причин неуспішності студентів.

До вищесказаного можна додати ще й такі: недооцінка студентами теоретичних знань, не сформованість прийомів мислення, не володіння раціональними методами пізнання, прагматична спрямованість на близьку мету (здати залік, екзамен тощо).

Серед психологічних причин є також такі: недостатній розвиток вольової сфери (низький самоконтроль і недостатня довільність психічних функцій); недисциплінованість і неорганізованість; несистематична робота, що знижує її ефективність; лінощі, пасування перед труднощами; емоційна нестабільність і високий рівень тривожності; не ідентифікація з роллю студента; великі прогалини в знаннях, у т. ч. і через недостатню шкільну підготовку; надання студентом переваги відпочинку, веселошам. Причинами неуспішності студентів можуть бути також нейрофізіологічні: загальна ослабленість організму (перевтоми, неякісне харчування, екологія, недостатня рухова активність та ін.); слабкий тип ВНД; порушення зору, слуху, артикуляції; мікропошкодження кори головного мозку (у т. ч. і через токсичний вплив нікотину, алкоголю і наркотиків).

Педагогічні причини: низька інтенсивність навчальної діяльності («від сесії до сесії»); низька її ефективність (невміння вчитися); пропуски занять; відсутність індивідуального, диференційованого підходу з боку викладачів; незадовільні побутові умови проживання, важкий матеріальний стан, відсутність допомоги й підтримки від батьків.

Оптимальне співвідношення процесів розвитку і саморозвитку. Кожен студент навчається за допомогою придатних для нього засобів, формуючи індивідуальний стиль навчально-професійної діяльності. Формування творчості на всіх етапах навчання студентів. Проблемні творчі завдання є джерелом і нових знань, і розвитку потенційних можливостей кожного студента. Формування настанов до глибокого проникнення в сутність предмету сприяє досягненню не тільки близької мети навчання, а й віддаленої, що пов'язана з професійною діяльністю. Індивідуальні риси особистості розвиваються лише за рахунок самостійного виконання завдань, які студент ставить перед собою.

Важливо змінювати завдання, ускладнювати їх. Тільки таким чином у кожного формуються індивідуально-розумові здібності та воля. Не менш важливо розвивати рефлексивний досвід студента, який забезпечує усвідомлення та перетворення особистісного досвіду шляхом його переосмислення, пропонування інновацій.

Отже, у зміст навчання студентів будь-якої спеціальності треба включати психолого-педагогічні знання про критерії та показники сформованості знань і вмінь. Це має значення для розвитку самоконтролю, самооцінки якості засвоєння навчального матеріалу. Це стратегічні принципи організації навчально-професійної діяльності студентів, які спрямовані на створення оптимальних умов для підвищення якості професійного навчання та розвитку майбутніх фахівців.

### **Список використаних джерел**

1. Вітвицька С. С. Основи педагогіки вищої школи: метод. посіб. для студ. магістр./С. С. Вітвицька. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 316 с.
2. Рудишин С. Д. Науковець, викладач, кафедра у вищій школі України: погляд на проблему/С. Д. Рудишин//Науковий світ. – 2012. – № 12. – С. 14–15.
3. Матвієнко П. В. До питання про сучасні педагогічні парадигми в системі вищої школи/П. В. Матвієнко, С. О. Огієнко//Педагогіка і психологія. – 2010. – № 2. – С. 63–72.
4. Рудишин С. Д. Роздуми про європейський вимір української освіти / С. Д. Рудишин//Науковий світ. – 2010. – № 1 – С. 14–15.

## **РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ПОШИРЕННІ ІННОВАЦІЙ**

**М.О. Гоменюк**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Інтенсивність інноваційних процесів обумовлює динаміку економічного розвитку країн і суспільств. Тому створення сприятливих умов для здійснення інноваційної діяльності є надзвичайно важливим завданням державної інноваційної політики, позитивне вирішення якого створює умови для входження економіки у світовий розподіл праці на основі рівноправного партнерства. Останніми десятиліттями значного поширення одержав продаж товарів, послуг та технологій на умовах франчайзингу.

*Франчайзинг* передбачає взаємодію двох сторін: *франчайзера* (англ. franchisor – власник генеральної ліцензії, організатор справ) – сторони, яка є власником певного нематеріального ресурсу і диктує умови контракту, та *франчайзі* (англ. franchisee – енергійний бізнесмен) – сторони, яка готова виготовляти продукцію за технологією та умовами, запропонованими франчайзером [1].

Посібник з франчайзингу «Купи успешный бизнес» [2], дає наступне визначення поняттю франчайзинг: «підприємницька діяльність, згідно якої на договірній основі одна сторона (франчайзер) передає іншій (франчайзі) за винагороду на певний термін або без вказівки такого:

1. право використання торгової марки;
2. право використання знаку для послуги;
3. право використання фірмового найменування;
4. право використання послуг;
5. право використання технологічного процесу;
6. право використання спеціалізованого устаткування;
7. право використання ноу-хау;
8. право використання комерційної інформації, що охороняється законом;
9. право використання інших, передбачених договором об'єктів інтелектуальної власності».

**Франчайзинг** – це можливість почати власний бізнес під відомою торговою маркою. Це метод побудови мережі, при якому всі її учасники працюють під однією торговою маркою і по спільній системі. Це можливість бути самостійним підприємцем, але не самотнім у труднощах [3].

#### **Переваги франчайзингу для франчайзі:**

- висока ймовірність досягнення успіху в розвитку фірми завдяки втіленню ідеї, опрацьованої і перевіреної ринком, тобто мінімізація стратегічного ризику (за статистикою, згортають свій бізнес понад 25% звичайних малих підприємств і тільки 5% франчайзі);
- точне прогнозування прибутків;
- спеціалізоване навчання, що пом'якшує труднощі, пов'язані з початком діяльності;
- маркетингові переваги, пов'язані з використанням марки власника франшизи;
- стандартизація та зниження витрат на маркетингові заходи;
- привілеї, що стосуються інвестування бізнесу.

#### **Переваги франчайзингу для франчайзера:**

- прискорення торговельної експансії;
- зниження фінансового ризику;
- зменшення маркетингових витрат завдяки стандартизації і ефекту масштабу;
- надходження від вступних внесків і виплат, пропорційних обсягу продажу;
- надходження від продажу матеріалів, комплектуючих, послуг, що ексклюзивно постачаються франчайзі;
- мотивація високої активності франчайзі.

#### **Переваги для споживачів і суспільства:**

- сприяння посиленню конкуренції, що забезпечує споживачам якісні товари і послуги;

- залучення іноземних інвестицій, які забезпечують ефективне передавання новітніх технологій і створюють додаткові робочі місця;
- поповнення державного бюджету за рахунок надходження коштів від оподаткування і стимулювання розвитку відповідних сфер діяльності;
- скорочення державних витрат, пов'язаних із банкрутством підприємств та допомогою по безробіттю.

До витрат франчайзі у першу чергу належить вступний внесок (паушальний платіж), що передбачається більшістю закордонних компаній. Розмір такого внеску складає 5 – 10% від вартості створення однієї роздрібною точки. Після укладення договору франчайзинга франчайзі бере на себе зобов'язання періодично виплачувати частину отриманого прибутку. Порядок, терміни її виплати і розмір обумовлюються в кожному договорі окремо. Найчастіше частина прибутку визначається у відсотках, однак бувають випадки, коли винагорода в договорі передбачається у твердих (визначених, конкретних) сумах. Це є своєрідним захистом франчайзера від недержання прибутку.

Договір франчайзингу є каналом поширення інноваційних знань. Предмет договору франчайзингу охоплює всю «бізнес – систему» франчайзера: технології, ноу-хау, промислові зразки, права користування торговою маркою, комерційним найменуванням та інші нематеріальні активи, що мають інноваційний характер. Для ефективності функціонування бізнес-відносин за договором франчайзингу необхідний значний досвід, конкурентоспроможність інновацій та інтелектуальної власності.

Інноваційність франчайзингу можна розглядати двояко. З одного боку, за умовами франчайзингового договору передаються знання, бізнес-концепції, інші нематеріальні активи, які мають інноваційний характер. А з іншого – франчайзинг сам по собі є інноваційним видом бізнесу [3].

Об'єктом франчайзингової угоди є «брендова інновація». Витрати з виведення на ринок такої інновації у порівнянні зі звичайною, менші. Оскільки товаровиробник та його продукція широко відомі, існує довіра до марки та позитивна репутація. Обсяги збуту та прибутки теж високі за рахунок широкомасштабних продажів, швидкого сприйняття ринком, наявності феномену брэнда.

Проаналізувавши зарубіжний ринок, можна констатувати, що найбільшу експансію за кордоном франчайзинг проявив у сфері громадського харчування і у сфері послуг.

Не дивлячись на те, що розвиток франчайзингу в Україні стримується цілим рядом чинників, основними з яких є : недосконалість законодавчої бази, відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи у рамках франчайзингу, несумлінне відношення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності, низький рівень розвитку банківського кредитування і так далі, щорічно, упродовж п'яти післякризових років, ринок франчайзингу продовжує рости стрімкими темпами.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що франчайзинг забезпечує належний правовий захист інтелектуальної власності, на основі якого автор інновації може нею розпоряджатись, використовувати і передавати іншим у



користування, отримуючи від цього комерційну вигоду, забезпечує, з одного боку, зацікавленість потенційних інноваторів у розвитку власних творчих можливостей, у продукуванні новинок та їх патентуванні, а з іншого – створює умови для швидкої дифузії перспективних інновацій в економіку і підвищенню темпів економічного зростання країни, що є головною метою державної інноваційної політики.

#### **Список використаних джерел**

1. Економіка й організація інноваційної діяльності / [О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.]; під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
2. Купи успешный бизнес!: Пособие по франчайзингу. Bonus: VII официальный Каталог франшиз Ассоциации франчайзинга/ Под ред. А.А. Кривоноса, Е.А. Кривонос. – Киев: Ассоциация франчайзинга, Издательский центр. Издательский дом «Аванпост – прим», 2009. – 146 с. (рус.).
3. Цират А. В. Франчайзинг від А до Я: Термінологічний словник. / Цират А. В., Кривоніс Е. А. – Київ: Асоціація франчайзингу, 2004. – 60 с.

## **ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Б.В. Доморослий**  
*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

Ринок сільськогосподарської продукції все ще залишається недостатньо організованим. Формування ринку сільськогосподарської продукції за умов ефективної ринкової політики базується на засадах аналізу структури обсягів виробництва продукції сільськогосподарських підприємств та каналів розподілу виготовленої продукції. Дослідження показали, що сільськогосподарські підприємства, займаючись виробництвом власної продукції, менше уваги приділяють збутовій політиці підприємства. А це, у свою чергу, є однією з проблем низьких доходів товаровиробників.

Успіхи чи поразки суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції безпосередньо пов'язані з економічною політикою держави щодо ринку сільськогосподарської продукції. Одним із суб'єктів ринку має виступити регіональна консалтингова служба. Ця служба, координуватиме такі основні питання: взаємовідносини товаровиробників з іншими підприємствами; кредитування сільськогосподарських підприємств; взаємовідносини товаровиробників з постачальниками, закупівельними організаціями; збут сільськогосподарської продукції; вибір оптимальних ринків збуту і найкращих

часових параметрів просування продукції; моніторинг ринкових цін; підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції і т.д.[1].

Розвиток ринку сільськогосподарської продукції великою мірою залежить від державної політики. Сільське господарство країни, на сьогодні, не має належної підтримки з боку держави, що у свою чергу гальмує формування ефективних ринкових відносин у сфері АПК. Цього можна уникнути за допомогою найбільш надійних і економічно обґрунтованих систем гарантій і допомоги з боку держави, таких як бюджетне фінансування програм та заходів, що спрямовуватимуться на розвиток галузей; пільгового режиму оподаткування, часткової компенсації відсоткових ставок за користування кредитами комерційних банків, списання безнадійної заборгованості перед бюджетом і соціальними фондами. Основними принципами підтримки з боку держави мають бути адресність, об'єктивність, прозорість, доступність, своєчасне надходження [2].

Ринок сільськогосподарської продукції вирізняються високим ступенем конкуренції. У наш час не достатньо виробляти продукцію, при цьому встановлювати на неї невідповідні ціни. Все більше уваги потрібно приділяти якісним характеристикам товару, його конкурентним перевагам на ринку.

На підприємстві має бути розроблена відповідна стратегія, прийняті відповідні заходи щодо конкурентоспроможності продукції на ринку та до всього виробничо-господарського комплексу. Рівень конкурентоспроможності продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках – один серед головних чинників збільшення обсягів виробництва та збуту продукції сільськогосподарським підприємством [3].

У процесі розвитку економічних відносин окремі форми збуту продукції стають гальмівними, недосконалими або застарілими. Це потребує нових форм розподілу, або повноцінного оновлення існуючих напрямів збуту. Значення кожної з форм просування продукції визначається її економічним змістом, організаційно-економічними умовами розподілу, виробничо-економічними взаємозв'язками, а також місцем, яке посідає товар на ринку сільськогосподарської продукції. Збутову політику підприємства потрібно розглядати як цілісну систему виробництва продукції, що має на меті організацію руху товарів до кінцевого споживача. У виробника завжди виникає дилема вибору каналу руху товарів. Основна умова при цьому – доступність для підприємства. Визначаючи, яку маркетингову політику збуту обрати, необхідно ретельно проаналізувати всі фінансові питання, а також усі можливі витрати підприємства.

Особливе значення у просуванні сільськогосподарської продукції від виробника до споживача мають маркетингові комунікації. Система маркетингових комунікацій підприємства спрямована на інформування, переконування, нагадування покупцям про товар, його характерні особливості, підтримування системи збуту продукції та створення позитивної репутації й іміджу підприємства. Маркетингова політика комунікацій – це напрям дій підприємства, спрямованих на створення й підтримання постійних зв'язків між

підприємством і довколишнім середовищем через інформування, переконання, нагадування [4].

Одним із стратегічних засобів маркетингових комунікацій є Інтернет комунікації. Інтернет дасть змогу провести комунікаційні процеси з більшою активністю, ніж інші комунікаційні канали, за рахунок великого обсягу інформації у відповідних напрямках, а також швидкого зворотного процесу з дійовими сторонами. Для цього потрібно розробити сайт товаровиробників, де аграрне підприємство могло б розмістити всю інформацію стосовно виробленої продукції, її ціни, якості та масштаби збуту.

Застосування цього заходу дасть змогу сільськогосподарським товаровиробникам змінити свій погляд на використання маркетингових комунікацій, зосередити увагу на вдосконаленні виробництва, підвищенні параметрів конкурентоспроможності продукції, а також об'єктивно оцінювати можливості господарства поряд з іншими суб'єктами ринку [5].

Формування цивілізованих прозорих каналів збуту продукції від виробника до кінцевого споживача в теперішній час в Україні є істотною проблемою. Діяльність «сумнівних» схем збуту сільськогосподарської продукції, нестача централізованих ринків оптової торгівлі впливають на цінові коливання на ринку сільськогосподарської продукції [6].

Поміж елементів ринкової інфраструктури, що впливають на законний потік товарів між виробником та споживачем, виділяють оптові сільськогосподарські ринки. Оптові ринки мають особливий характер організації збуту продукції, оскільки за допомогою них формується механізм ціноутворення. Це своєрідний орієнтир, базова модель, за допомогою якої встановлюються подальші ціни на сільськогосподарську продукцію. У цьому контексті оптові ринки виступають важливою функцією формування торгової політики, декларації цін, маркетингових комунікацій і т.д.

Розвиваючи оптові ринки, держава отримує великі вигоди - підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, прозорість та відкритість сільськогосподарського ринку, контроль за якістю продукції, конкурентоспроможність продукції, впорядкованість розподілу сільськогосподарської продукції, особливо роздрібною торгівлі, наповнення бюджету, підвищення рівня життя населення [7].

Для України, де сільське господарство є одним із визначальних секторів національної економіки, всебічний розвиток і постійне вдосконалення ринкової інфраструктури має вкрай важливе значення. Адаптивне функціонування інфраструктурних елементів – це система підприємств і організацій, які забезпечують динамічне переміщення сільськогосподарської продукції від виробника до споживача.

Органи державної влади не можуть залишатися осторонь процесів функціонування аграрних підприємств на ринку сільськогосподарської продукції.

### Список використаних джерел

1. Копильцова В. В. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / В. В. Копильцова, Т. Г. Курган // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 4(8). – С. 189–193.
2. Шульга О. А. Теоретичні основи та об'єктивна необхідність державного аграрного сектора економіки України / О. А. Шульга // Вісник Хмельницького національного університету : економічні науки. – 2010. – № 2, т. 2. – С. 195–198.
3. Березівський П. С. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств : теорія, методика, практика : монографія / П. С. Березівський, А. М. Железняк. – Львів, 2008. – 198 с.
4. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / О. С. Братко. – Тернопіль : Карт-бланк, 2006. – 275 с.
5. Гайдуцький П. І. Формування та розвиток аграрного ринку / П. І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 4–15.
6. Горьовий В. П. Ринкові тенденції аграрного виробництва в Україні / В. П. Горьовий, М. С. Срібнюк // Економіка АПК. – 2008. – № 11. – С. 101–106.
7. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери / О. М. Могильний. – Ужгород: ІВА, 2005. – 400 с.

## ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО І ВЛАДА

**В.І. Доморослий**

*кандидат історичних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Поняття «держава» і «громадянське суспільство» відбивають різні сторони життя суспільства, які протистоять одна одній.

Громадянське суспільство складає сферу абсолютної свободи приватних осіб у стосунках між собою. Воно постає у вигляді соціального, економічного та культурного простору, в якому взаємодіють вільні індивіди, які реалізують приватні інтереси.

Держава, навпаки, представляє собою простір тотально регламентованих взаємовідносин політично організованих суб'єктів: державних структур, політичних партій, груп тиску.

В реальному житті суспільства поділ суспільства на громадянське суспільство та державу є достатньо умовним, але в науці він необхідний для того, щоб зрозуміти механізми суспільного життя, ступінь свободи індивідів та рівень політичного розвитку.

Таким чином, на підставі зазначеного можна зробити висновок, що громадянське суспільство являє собою сукупність міжособистісних відносин та сімейних, суспільних, економічних, культурних, релігійних та інших структур, які розвиваються в суспільстві поза межами і без втручання держави.

На сьогодні, у політичній науці домінують дві інтерпретації громадянського суспільства:

Перша - розглядає громадянське суспільство як соціальну категорію (універсальну), якою позначають простір міжособових відносин, які протистоять державі в будь-яких проявах; будучи сферою реалізації повсякденних потреб індивідів, воно включає весь комплекс взаємодії приватних осіб одна з одною.

Друга - показує громадянське суспільство як феномен західної культури, як конкретну історичну форму існування західної цивілізації, унікальність якої обумовлена балансом трьох сил: а) інститутів влади; б) громадянського суспільства; в) автономної особистості. Їх збалансована взаємодія була заснована на ідеї прогресу, яка виражена у спрямованості свідомості на постійне удосконалення людини, громадянського суспільства та держави [1].

Громадянське суспільство за своєю сутністю буржуазне. Його основою є юридично вільний індивід. Його відокремлення від держави протікало у процесі ліквідації станової нерівності та роздержавлення суспільних відносин. Початок даному процесу було покладено формуванням представницької держави, яка виступає від імені всього народу. Для цього необхідно було законодавче визнання рівності людей на основі наділення їх правами та свободами. Реальне функціонування громадянського суспільства почалося з прийняття біллів про права в Англії, США та Декларації прав людини та громадянина у Франції. Процес створення громадянських суспільств поза західними ареалами почався в останні десятиріччя. Сьогодні очевидно, що цей процес в Україні буде значно відрізнятись від цього процесу на Заході. Для появи громадянського суспільства необхідна цілеспрямована політика з боку державної влади та певні норми суспільного життя.

Можна твердити, що розвитку громадянського суспільства сприяють:

- класова, професійна та групова свідомість;
- готовність брати участь у колективних акціях;
- розвиток договірних засад;
- формування раціональної моделі соціальної поведінки (орієнтація на вигоду та наслідки соціальних дій) [2].

До появи громадянського суспільства в переважній більшості країн існували абсолютистсько-монархістські режими. Державна влада засобами прямого примусу чи за допомогою правил станової системи жорстко регламентувала життя індивідів. Держава в особі монарха одним станам дарувала деякі права і привілеї, а інших – позбавляла усього. Перехід від традиційного, феодального суспільства до громадянського, в своїй основі буржуазного, означав появу громадянина як самостійного соціального і політичного суб'єкта з невід'ємними правами й обов'язками.

У силу тривалої еволюції і розмаїтості конкретних форм прояву конституціоналізм як режим відносин держави і громадянського суспільства має різне тлумачення. За класичним правовим визначенням конституціоналізм, як і парламентаризм, і абсолютизм, являє собою конкретну форму правління.

Абсолютизм – це форма держави, у якому вся повнота влади зосереджена в монарха. У такій інтерпретації конституціоналізм протистоїть абсолютизму як форма правової держави, де відносини між державою і громадянським суспільством регламентуються правовими нормами. Парламентаризм означає залежність уряду від рішень парламенту. Конституціоналізм припускає незалежність уряду від волі парламенту. Прикладом такого розподілу влади може служити система міністерського правління в рамках конституційної монархії. У цьому випадку за конкретний напрямок політики, його здійснення несе відповідальність міністр, призначуваний монархом і відповідальний перед ним.

Конституціоналізм як система, що встановлює правові рамки взаємини суспільства й особистості з владою, може бути дійсним і уявним. Конституціоналізм був способом цивілізованого дозволу протиріч між громадянським суспільством, що набрали силу, і абсолютистською державою. У тих країнах, де громадянське суспільство було зрілим, система конституціоналізму ініціювала процес поступового переходу до демократії, почавши його із дійсного обмеження функцій монарха і розширення повноважень народного представництва (парламенту) [3].

Українське суспільство опинилося перед дилемою: чи знайти узгоджену модель взаємодії індивідуальної свободи, активності та ініціативи особистості з принципом обмеженого правління держави чи піти шляхом наступної модифікації державної моделі сильної влади при відчужені її від народу. Під тиском «Революції гідності» розпочали простежуватися позитивні тенденції у плані побудови громадянського суспільства, однак, поки, що можна нерідко бачити випадки використання влади бюрократією у своїх корпоративних інтересах, що все більше відсуває суспільство від влади та слугує запереченням громадянських прав індивідів.

#### **Список використаних джерел**

1. Бжезінський З. Україна має стати європейською державою // Сучасність. – 1992. – № 9.
2. Грицяк І., Кампо В. Конституційні засади місцевого самоврядування в Україні: проблеми та перспективи // Розбудова держави. – 1993. – № 8.
3. Конституційне право України: Підручник. - Видання друге, доповнене / За ред. В. Ф. Погорілка. – К.: Наукова думка, 2000. – 346 с.

## **НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ**

**М.І. Дяченко**

*кандидат сільськогосподарських наук, доцент  
Уманський національний університет садівництва*

Інноваційна діяльність в Україні поки що не набула такого ступеня теоретичного і практичного розвитку, який би сприяв змінам і в інвестиційній політиці, оскільки попередня була незадовільною передусім через високу

питому вагу інвестицій у так звані базові галузі агропромислового розвитку, а сама функціональна структура інвестицій радикально змінилась.

Особливо актуальна ця проблема для галузей економіки України з традиційно високим інтелектуальним і промисловим потенціалом. Однак і в них не можна констатувати помітних успіхів у сфері інновацій, особливо щодо впровадження новацій у практику, що призводить до неухильного відставання від технічного і технологічного рівня розвитку індустріальних держав [1]. У цьому контексті необхідно виділити такі негативні явища існуючої інноваційної політики країни:

- невисоку частку радикальних економічно вагомих нововведень ;
- велику тривалість освоєння нововведень виробництвом, що скорочує їхній життєвий цикл;
- невелику кількість розробок, які мають високий попит на вітчизняних і зарубіжних ринках.

Україна ступивши на шлях ринкової перебудови, зіткнулася із серйозними соціально-політичними, фінансово-економічними та іншими проблемами, які необхідно вирішувати дуже швидкими темпами [2].

Сьогодні інвестування інноваційної діяльності в Україні залишається на дуже низькому рівні, хоча в нашій державі вона може бути важливим важелем усунення багатьох кризових явищ; стимулом у розвитку фундаментальної науки, протидією втраті наукового потенціалу внаслідок виїзду вчених за кордон; вирішенням екологічних проблем, сприянням прискоренню вирішення проблеми послаблення залежності від імпорту нових технологій та скорочення бюджетного дефіциту і платіжного балансу.

Важливу роль інноваційна діяльність може відіграти і в розвитку ринкових відносин, у подоланні монополізму в країні. Як свідчить зарубіжна практика, інновації дають найбільший економічний і соціальний ефект.

Перехід на інноваційний шлях розвитку неможливий без економічних реформ. Сучасний вітчизняний ринок інновацій передбачає створення реальних умов для переходу економіки на інноваційно-інвестиційну модель розвитку. Реалізація інноваційно-інвестиційної моделі спонукає підприємства продукувати інноваційні товари і послуги [3]. Саме на такому шляху, на нашу думку, слід активніше залучати економічні важелі впливу для оновлення виробництва, яке неспроможне конкурувати на світовому ринку. Однак, нині на більшості підприємств України інноваційна діяльність не здійснюється, а окремі спроби впровадження інновацій стримуються безліччю перешкод на мікро та макрорівнях.

Сьогодні в Україні іншого шляху розвитку, крім інноваційного, немає. Оскільки старіння основного капіталу та методів управління дійшли крайньої межі за наявності значного інноваційного потенціалу, який, на жаль, поступово руйнується. З огляду на це, аналіз інноваційного потенціалу та інноваційно пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки є актуальним.

Таким чином, з огляду на сучасний стан економіки України, необхідне удосконалення механізмів управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств на основі впровадження нових технологій управління.

Спираючись на вищевикладене, можна стверджувати, що концепція інноваційно-інвестиційної діяльності має бути відповідними чином адаптована до реалій перехідної економіки. Одним із способів такої адаптації є процес розроблення і впровадження будь-якої інновації, метою якого є забезпечення потреб економіки у нововведеннях як економічних благ, необхідних для її розвитку.

Таким чином, ефективною формою державної підтримки інноваційно-інвестиційної діяльності є створення за участю держави вузівсько-промислових центрів дослідження.

Завдання полягає у стимулюванні об'єднання фінансових ресурсів і матеріально-технічної бази підприємств з кваліфікованими кадрами вузів. Позначення нових напрямів інноваційно-інвестиційної діяльності потребує залучення інвестицій. Залучення їх в інноваційну сферу дозволить багатьом підприємствам мати ефективні інструменти прискорення розвитку пріоритетних сфер виробничої діяльності, спрямованих на досягнення поставлених підприємством інноваційних цілей.

#### **Список використаних джерел**

1. Геєць В.М. Інновативно-інноваційний шлях розвитку: модернізаційний проект розвитку управлінської економіки і суспільства початку ХХІ століття /В.М.Геєць// Банківська справа. – 2003. - № 4 (52). – С. 3-32.
2. Стегенко Д.М. Державне регулювання економіки : [Навчальний посібник] / Д.М.Стегенко. – К.: МАУП, 2000. – 176 с.
3. Рубан В. Інноваційна модель стратегічного розвитку України: методологія і досвід /В.Рубан, О. Чубукова, В.Некрасов //Економіка України. – 2003. - № 6. – С. 14-19.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ВАЖЛИВОГО ІНСТРУМЕНТА РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ**

**В.О. Жмуденко**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

На сучасному етапі більшість держав світу здійснюють управлінські функції на основі теоретичних розробок сучасної економічної теорії. Основними положеннями економічної теорії щодо визначення ролі та місця державного управління у господарському житті країни є такі: децентралізація управлінського процесу; підвищення дієвості та ініціативності регіональних управлінських структур; формування державної економічної політики за ініціативою знизу, від регіональних та місцевих пріоритетів до загальнодержавних інтересів; активізація зовнішньоекономічної діяльності підприємств на основі формування децентралізованої системи вибору



зовнішньоекономічних інтересів і диверсифікації міжнародних економічних зв'язків регіонів [1].

В узагальненому вигляді, як вважає В.В. Гришко, сучасну роль держави можна звести до двох ключових моментів: забезпечення соціальної справедливості та створення умов для ефективної роботи економіки – і забезпечення їх дотримання [2].

Новим підходом до організації сучасного менеджменту є творча філософія праці, котра може створити базу для постійного синергетичного ефекту у всіх галузях соціально-орієнтованої ринкової економіки. Сучасний менеджмент має великий вплив на розвиток людини і суспільства та створює свої цінності і формує соціально-етичні переконання. Серцевиною сучасного менеджменту є людські ресурси і підприємницька економіка. Тому його перша задача – це добитися того, щоб інформація, знання, досвід і інновації стали продуктивною силою [3].

Практичні і наукові дослідження доводять, що необхідність реформування економічної системи України значно збільшила кількість наукових робіт і отриманих результатів щодо стратегічного управління і планування не тільки на державному, але й на регіональному та місцевому рівні, та навіть на рівні сільської громади. На нашу думку, ці досягнення все ще недостатньо активно впроваджуються як на державному рівні, так і на місцях, а мають застосовуватись при вирішенні проблем державного управління в регіонах.

В фундаментальні дослідження стратегічних підходів до управління зробили вагомий внесок, що є загальноновизнаним, А. Чандлер та І. Ансофф. Окремі аспекти стратегічного планування аналізувалися та розроблялися К. Ендрюсом, М. Портером. Дані науковці заклали основи категорійного апарату та концептуальної бази стратегічних підходів до управління, ввели такі категорії як місія, зовнішнє та внутрішнє середовище, стратегічний аналіз, стратегія, стратегічне планування та управління.

На нашу думку, державний та регіональний рівень управління мають свої особливості менеджменту. Відмінною рисою є політична мотивація як складова управлінських рішень, які стосуються стратегічного планування економічного розвитку. Регіональний менеджмент – це сукупність принципів, методів управління ресурсами з метою досягнення максимальної ефективності і прибутковості, який включає: генеральний менеджмент (всіх учасників і організаторів процесу управління, котрі розробляють стратегічний план); менеджмент виробничо-господарської діяльності; менеджмент управлінського персоналу; «м'який менеджмент» політичних партій і організацій [1].

В стратегічному менеджменті розрізняють наступні типи економічного мислення, які визначають стиль і методи керівництва, а саме: інноваційний; адаптивний; спрямований на результат; спрямований на облік втрат і невикористаних можливостей; спрямований на аналіз досягнень; технократичний; бюрократичний; політичний.

Моделі менеджменту класифікують за тематичними принципами управління, до яких відносять: контактне управління або загальне керівництво

за допомогою «ефекту присутності»; управління самим собою (самоменеджмент); делегування повноважень, функцій, обов'язків, і відповідальності; управління за принципом виключення дрібних справ; управління всупереч повсякденності з метою економії часу, енергії і здатність діяти в скрутний час (таймменеджмент); планування заборон, що базується на попередньому досвіді; принцип точного формулювання задач або проблеми; групового планування; ретроспективного аналізу; «командної гри»; ротації кадрів; об'єднання управління «зверху» і управління «знизу»; принципи мотиваційного управління.

Ефективність реалізації наведених вище стратегічних і тактичних принципів залежать також від того, як ці принципи будуть сприйняті економічною, політичною і господарською елітою країни (регіону).

Одним із суперечливих понять залишається поняття стратегії, яке має безліч різних визначень – від набору правил і засобів досягнення стратегічних цілей – до способу мислення й дій, які визначають певну лінію ділової поведінки організації. На нашу думку, варто зупинитись на такому узагальненому визначенні «стратегія – це модель досягнення цілей, яка визначає напрями діяльності, пріоритети, ресурси, зміни в організації».

Місія є вихідним моментом стратегічного планування, вона формує уявлення про призначення організації й сенс її діяльності. Для реалізації місії формується ресурсний потенціал.

Стратегічне управління, за автором першого в Україні підручника зі стратегічного управління, З. Шершньовою [4], є особливий вид управління, що зосереджується на ключових питаннях виконання місії організації, орієнтує на своєчасне реагування на виклики зовнішнього середовища й на внесення необхідних змін у структуру, робочі процедури, баланс ресурсів для набуття «силового» поля відповідного впливу на оточення й закріплення конкурентних переваг, які забезпечують самозбереження й розвиток організації в довгостроковій перспективі.

Метою стратегічного аналізу є змістовний і формалізований опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямків його розвитку. Отримані дані про об'єкт управління є базою для визначення загальної концепції та способів управління ним. Опанування прийомами та методами аналізу середовища – одне з найважливіших завдань, що стоїть перед менеджерами, адже стан середовища не можна описати за допомогою статичних показників. Недостатньо лише проаналізувати вплив зовнішнього та внутрішнього середовищ, треба обґрунтувати значущість і рівень впливу на подальший розвиток окремих факторів та їхніх груп, тому складають стратегічний баланс, який в західній літературі дістав назву SWOT-аналіз. Перелік етапів проведення SWOT-аналізу наведено в табл. Крім аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів до стратегічного аналізу входить аналіз конкурентоспроможності території, який пов'язаний з маркетингом території. Залежно від загальноекономічного стану регіону та його маркетингових спрямувань розрізняють види маркетингових стратегій: виживання, стабілізації і росту.

## Основні етапи застосування SWOT-аналізу для регіону

Аналіз поточної ситуації (діагноз)	Аналіз майбутнього (прогноз)
1. Аналіз критичних внутрішніх та зовнішніх факторів регіону	5. Прогнозування тенденцій розвитку для кожного зовнішнього фактора
2. Оцінка зовнішніх факторів (експертиза)	6. Розробка вимог до рекомендацій, що посилюють переваги і усувають недоліки кожного внутрішнього фактора
3. Оцінка внутрішніх факторів (експертиза)	7. Визначення місії та пріоритетів розвитку
4. Визначення конкурентних переваг регіону (недоліків)	8. Формулювання стратегії для кожного пріоритету розвитку регіону

Усі регіони конкурують один з одним у прагненні отримати нові робочі місця та збільшити прибуток. Кожен з регіонів має власні переваги: економічну базу, кваліфіковану робочу силу, розвинуту наукову інфраструктуру і навчальні заклади, привабливі місця для життя, розташованість біля великих ринків, у центрі добре розвинутих транспортних мереж, у зоні розвинутого сільського господарства або великих покладів природних ресурсів.

Таким чином, стратегічне планування як найважливіша функція управління є засобом внутрішньої ревізії та ситуаційного аналізу стану організації, коли своєчасно визначаються її проблеми й вишуковуються шляхи використання нових можливостей, що забезпечить збереження її конкурентоспроможністю території. Тому в процесі планування виявляються потенційні конфлікти та суперечності, які розглядаються як сприятлива можливість навчитися сприймати як позитивну, так і негативну інформацію, досягти консенсусу.

#### Список використаних джерел

1. Жаворонков В.О., Стратегічне управління регіоном: економічна безпека, планування та розвиток: [монографія] / Жаворонков В.О., Жаворонкова Г.В., Жмуденко В.О.. – Умань: Видавець "Сочінський", 2010. – 270 с.
2. Гришко В.В. Проблеми державного управління в сучасних умовах. Самоврядний аспект / В.В. Гришко // Тенденції і пропорції розвитку України / Кол. монографія / За ред. В.Ф. Беседіна. – К.: НДЕІ, 2005. – С. 378-385.
3. Жаворонкова Г.В. Менеджмент в інформаційній економіці: теорія та практика : Монографія / Г.В. Жаворонкова. – Умань: ВПЦ «Візаві» (Видавець «Сочінський»), 2014. – 352 с.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

## УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**О.В. Загороднюк**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Глобалізація ринків, загострення конкуренції, зниження торгівельних бар'єрів після вступу України до СОТ, зумовлюють потребу у формуванні результативної системи управління розвитком конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств.

Конкурентні переваги можуть бути реалізовані завдяки результативному менеджменту та системі обраних стратегій, які включають в себе забезпечення цілей економічного, соціального та екологічного розвитку аграрних підприємств.

В умовах ринкової економіки об'єктивною необхідністю ефективного функціонування аграрних товаровиробників є підтримання належного рівня їх конкурентоспроможності, який характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей товаровиробника по надбанню та утриманню впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги. При цьому він характеризується не лише показниками поточної ефективності, але і їх динаміки протягом пристосування товаровиробника до змінних умов зовнішнього середовища. Основною ознакою конкурентоспроможності аграрного товаровиробника є його конкурентна позиція та конкурентні переваги відносно інших суб'єктів [1].

Аналіз наукової літератури з проблем конкурентоспроможності підприємств показує, що існує декілька підходів до визначення сутності конкурентних переваг. Окремі дослідники визначають конкурентну перевагу як порівняльну перевагу підприємства по відношенню до інших товаровиробників даної галузі. Така перевага полягає у досягненні або наявності потенціалу досягнення більш високого рівня прибутковості [2]. За даним підходом конкурентна перевага підприємства ототожнюється з її конкурентоспроможністю.

Інші автори розглядають конкурентні переваги як рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми видів ресурсів та поділяють їх на зовнішні (базуються на відмітних якостях товару, що утворюють цінність для покупця) та внутрішні (основані на перевазі фірми щодо витрат виробництва, які менші, ніж у конкурентів) [3].

Узагальнивши підходи дослідників, вважаємо, що конкурентні переваги у сфері виробництва споживчих товарів – це здатність підприємства зміцнювати конкурентну позицію, пристосувати види діяльності до обраної стратегії, обирати ефективну політику відносин до конкурентів, швидкої реакції на зміни у конкурентному середовищі діяльності. Іншими словами, конкурентні переваги підприємства полягають у випередженні конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій.

Конкурентні переваги класифікуються на внутрішні і зовнішні. Внутрішні характеризують аспекти діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів. Зовнішні конкурентні переваги – це ті, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції.

Аналіз показує, що базисом загальної конкурентної переваги підприємства є внутрішні переваги, які відображають потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Зовнішні конкурентні переваги з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг, а з другого – забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів [2].

Рівень конкурентоспроможності підприємства визначається наявними ресурсами та ефективністю їх використання, на основі яких формуються конкурентні переваги з врахуванням ринкового середовища.

Для того, щоб досягти переваг в ринковій конкуренції, необхідно розробити чітку стратегію їх реалізації. Головними напрямками забезпечення конкурентної переваги організації є: концентрація ресурсів підприємства для попередження дій конкурентів, втримання ініціативи в конкурентній боротьбі, забезпечення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, розробка гнучкої системи планування діяльності фірми на ринку шляхом обґрунтування ефективної стратегії взаємодії з конкурентами.

Управління розвитком конкурентних переваг аграрних підприємств має бути спрямоване на налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку, створення спеціалізованих банків для кредитування сільськогосподарських підприємств на пільгових засадах, збільшення експортного потенціалу вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції через покращення репутації України на міжнародному ринку, посилення кооперації господарств населення – виробників сільськогосподарської продукції, налагодження співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції та дослідними установами.

#### **Список використаних джерел**

1. Стельмашук Н.А. Структура Маркетингове управління конкурентоспроможністю аграрних товаровиробників / Н.А. Стельмашук // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – №8 С. 111-117.
2. Стельмашук Н.А. Діагностика конкурентних переваг аграрних підприємств / Н.А. Стельмашук // Міжнародний науково-виробничий журнал». – 2013. – №21 С. 125-131.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

## **СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ СІТЬОВОГО ПЛАНУВАННЯ ПРИ ПРИЙНЯТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

**О.В. Загороднюк**

*кандидат економічних наук, доцент  
Уманський національний університет садівництва*

**В.В. Марченко**

*студент  
Уманський національний університет садівництва*

Сільськогосподарські підприємства є ключовою, стратегічно важливою складовою національної економіки, без ефективного розвитку яких неможливе нормальне функціонування всієї України.

Процеси, що відбуваються в аграрній сфері, поглиблення спеціалізації, концентрації, створення агропромислових формувань ускладнюють управління сільськогосподарським виробництвом. При розробці рішень виникає необхідність обробки значної кількості інформації в стислі строки, що не завжди можливо здійснити класичними методами.

Нині при плануванні підготовки виробництва нової продукції в сільському господарстві використовуються різноманітні методи планування роботи, одними з них є сітьові методи планування.

Сітьове планування – одна з форм графічного відображення змісту робіт і тривалості виконання планів і довгострокових комплексів проектних, планових, організаційних та інших видів діяльності підприємства, яка забезпечує наступну оптимізацію розробленого графіка на основі економіко-математичних методів та комп'ютерної техніки. Разом із лінійними графіками та табличними розрахунками сітьові методи планування в сільськогосподарських підприємствах знаходять широке використання при розробці перспективних планів та моделей створення складних виробничих систем та інших об'єктів довгострокового використання, що дозволяє не лише скоротити терміни обробки інформації, але й оптимізувати управлінські рішення.

Сітьові плани робіт із створення нової конкурентоспроможної продукції містять не тільки загальну тривалість всього комплексу проектно-виробничої та фінансово-економічної діяльності, але й тривалість та послідовність здійснення окремих процесів чи етапів, а також потребу в необхідних економічних ресурсах.

Сітьова модель – це план виконання певного комплексу взаємозалежних робіт, заданих у формі сітки, графічне зображення якої називається сітьовим графіком.

Головними елементами сітьової моделі є роботи й події. Термін робота в СПУ має кілька значень. По-перше, це дійсна робота – процес, який триває у часі і вимагає витрат ресурсів (наприклад, збір урожаю, затрати палива й т.п.).

Кожна робота повинна бути конкретною, чітко описаною й мати відповідального виконавця.

По-друге, це очікування, яке триває у часі – процес, що не вимагає/вимагає витрат праці (наприклад, процес сушіння й т.п.).

По-третє, це залежність, або фіктивна робота – логічний зв'язок між двома або кількома роботами (подіями), які не потребують витрат праці, матеріальних ресурсів або часу. Вона вказує, що можливість однієї роботи безпосередньо залежить від результатів іншої. Природно, що тривалість фіктивної роботи приймається рівною нулю.

Подія – це момент завершення певного процесу, що відображає окремий етап виконання проекту. Подією може бути частковий результат окремої роботи або сумарний результат декількох робіт. Подія може здійснитися тільки тоді, коли закінчаться всі роботи, що їй передують. Наступні роботи можуть початися тільки тоді, коли подія здійснилася.

Звідси двоїстий характер події: для всіх безпосередньо попередніх їй робіт вона є кінцевою, а для всіх безпосередньо наступних за нею – початковою. При цьому передбачається, що подія не має тривалості і здійснюється як би миттєво. Тому кожна подія, що включається в сітьову модель, повинна бути повно, точно і усебічно визначеною, її формулювання повинне містити в собі результат усіх безпосередньо попередніх їй робіт.

При складанні сітьових графіків (моделей) використовують умовні позначки. Події на сітьовому графіку (або, як ще говорять, на графі) зображуються кружками (вершинами графа), а роботи – стрілками (орієнтованими дугами): подія; робота(процес); фіктивна робота застосовується для спрощення сіткових графіків (тривалість завжди дорівнює 0).

Серед подій сітьової моделі виділяють вихідні і завершальні події.

Вихідна подія не має попередніх робіт і подій, що відносяться до представленого в моделі комплексу робіт. Завершальна подія не має наступних робіт і подій.

Існує й інший принцип побудови мереж – без подій. У такій мережі вершини графа означають визначені роботи, а стрілки – залежності між роботами, що визначають порядок їхнього виконання. Сітьовий графік "робота-зв'язок" на відміну від графіка "події-роботи" має певні переваги: не містить фіктивних робіт, має більш просту техніку побудови і перебудови, включає тільки добре знайоме виконавцям поняття роботи без менш звичного поняття події.

Разом з тим мережі без подій виявляються значно більш громіздкими, тому що подій звичайно значно менше, ніж робіт (показник складності мережі, дорівнює відношенню числа робіт до числа подій, як правило, він істотно більше одиниці). Тому ці мережі менш ефективні з погляду керування комплексом. Цим і пояснюється той факт, що в даний час найбільше поширення одержали сітьові графіки "події-роботи".

Важливість застосування планування виробничої діяльності сільськогосподарського підприємства сітьовими методами дозволить вирішити ряд завдань щодо обґрунтування перспективних технологій виробництва

продукції сільського господарства, визначення необхідного для виробничої діяльності ресурсного потенціалу, потреби підприємства у фінансово-кредитному забезпеченні, раціонального використання техніки, планування виробничих витрат в конкретній ситуації.

Отже, процес розробки стратегічних, тактичних та оперативних рішень на основі сітьового планування в умовах невизначеності та ризику дає можливість визначити й розробити програми прийняття управлінських рішень із застосуванням програмно-цільового управління, що дозволить сільськогосподарським товаровиробникам підвищити ефективність діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фоломкіна І.С. Особливості формування механізму реалізації змін у підприємствах [Електронний ресурс] / І.С. Фоломкіна.-Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/34\\_VPEK\\_2012/Economics/6\\_121044.doc.htm](http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2012/Economics/6_121044.doc.htm).
2. Трофимова Л.А. Управленческие решение (методы принятия и реализации): учебн. пос. / Л.А. Трофимова, В.В. Трофимов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.- 190 с.
3. Політило М.П. Методика інтегрального оцінювання управлінських рішень в системі управління інноваційним розвитком суб'єктів кооперування [Електронний ресурс] / М.П. Політило //Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z1778>

## **ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ**

**Ю.Л. Зборовська**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Нинішній стан розвитку світової економіки зумовлює необхідність участі будь-якої країни в глобалізаційних процесах. Глобалізація є явищем сучасності, наслідки якого суперечливі. Але однозначно стверджувати можна одне: вона є неминучою, немає зворотного шляху, охоплює все більше країн світу та різні сторони їх життя. Держави, які не впливаються в інтеграційні процеси, не можуть забезпечити динамічного економічного росту.

У науковій літературі точаться дискусії з приводу позитивних та негативних наслідків глобалізації. Більшість вчених вважають, що існує більше її економічних переваг, ніж негативних наслідків. Однак, є думки, що крім позитивного впливу, виробники України можуть відчувати утиски з боку іноземних виробників, нарощуванню експортного потенціалу яких сприяє суттєва державна підтримка.

У ХХІ ст. все більше країн світу залучаються до глобалізаційних процесів. З точки зору окремої країни глобалізація характеризується широкою



географією міжрегіонального співробітництва та більшими можливостями для розвитку й реалізації експорту. Також крім досить суттєвих переваг у вигляді відкритих ринків, країни потрапляють у залежність від світової економіки, а саме виникає необхідність дотримуватись правил функціонування в міжнародному економічному просторі.

Глобалізація відкриває перспективи для реалізації конкурентних переваг та експортного потенціалу підприємств – доступ до світових технологій виробництва та технологічного обладнання, забезпечення сировиною, власне виробництво якої неможливе або економічно не вигідне, можливість використання інформаційних ресурсів, залучення іноземних інвестицій тощо, які, насамперед, сприятимуть конкурентоспроможному виробництву. Міра проникнення в глобальний простір та рівень активності на ньому залежать від внутрішнього середовища функціонування, яке може або сприяти, або заважати економічному росту. Разом з тим, керівництву підприємств, які володіють експортним потенціалом, необхідно враховувати, що глобальний ринок суттєво відрізняється від внутрішнього за такими ознаками:

- 1) на ньому діє більша кількість постачальників, які можуть бути сильними конкурентами;
- 2) споживачі кожної країни відрізняються своїми уподобаннями, культурою та рівнем достатку;
- 3) законодавство партнера має свої характерні особливості;
- 4) країни застосовують протекціоністські заходи та встановлюють митно-тарифні бар'єри.

Нині вітчизняні виробники зацікавлені в реалізації свого експортного потенціалу не лише на ринках країн СНД, а й Європейського союзу. Так, у 2014 р., порівняно з 2013 р., збільшилась частка ЄС у загальному зовнішньоторговельному обороті України – на 3,5 %, при цьому в обсягах експорту – на 4,9 %. Загалом останні становили 63890,5 млн. дол США, що на 7% більше, ніж у минулому році [1].

На процес формування експортного потенціалу впливають різного роду чинники глобалізації: стимулюючі та стримуючі. Серед таких варто відзначити сприятливий вплив технічного, інформаційного та інтелектуального розвитку, відкритість багатьох ринків, доступ до необхідних факторів виробництва та фінансових ресурсів, а серед стримуючих можна відмітити жорсткі умови функціонування у конкурентному середовищі й політичні ризики.

На глобальному ринку існує значна пропозиція товарів, що, в свою чергу, породжує конкуренцію між їх постачальниками. Рівень міжнародної конкуренції значно вищий, ніж рівень внутрішньої. На неї впливають особливості стандартів якості продуктів харчування, механізми державного регулювання, економічні та правові методи управління підприємницькою діяльністю. Відмінності в виробничо-ресурсному потенціалі та різний рівень державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності посилюють конкуренцію між експортно орієнтованими підприємствами. Варто відмітити також, що вона є механізмом стимулювання виробників до вдосконалення параметрів своєї продукції. Тому стратегія розвитку експортного потенціалу

вітчизняних підприємств має включати заходи по досягненню конкурентних переваг на довгостроковий період.

Для суб'єктів господарювання, що займаються експортною діяльністю, існує значний політичний ризик. Він характеризується погіршенням фінансово-економічних показників господарювання підприємств під тиском політичних факторів. До них відносяться соціальні конфлікти, військово-політичні дії, рівень втручання держави в зовнішньоекономічну діяльність, зміни законодавства та податкового кодексу, як у країні функціонування підприємств, так і у країні-партнері. Рівень політичного ризику враховується також іноземними інвесторами та кредиторами під час прийняття рішення про можливість вкладення коштів.

Ріст масштабів виробничої діяльності обумовлений забезпеченістю в достатній мірі факторами виробництва. Навіть незначна обмеженість деякими їх видами стримуватиме розвиток виробничого, а отже й експортного потенціалів підприємства. Обмін на міжнародному рівні ресурсами, налагодження тісного співробітництва з іноземними партнерами на довгостроковий період стимулюватиме потоки експорту продукції підприємства за кордон.

Технічний прогрес є рушійною силою економічного росту, який, у свою чергу, стимулюється інтелектуальним розвитком. В умовах глобалізації потенційні експортери за допомогою ліцензування або франчайзингу мають можливість використовувати у своїй діяльності вже напрацьовані досягнення або вдосконалювати власну продукцію, надаючи їй інноваційних характеристик. Актуальними для розвитку експортної діяльності є й володіння інформаційними технологіями. Використання нових, більш прогресивних форм ведення міжнародного бізнесу прискорить адаптацію підприємства до умов зовнішнього ринку.

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, її позиціонування як високоякісного товару, нарощування експортного потенціалу підприємствам необхідні суттєві капіталовкладення. Обмеженість в обігових активах можна покрити за рахунок інвестиційних ресурсів із-за кордону в вигляді прямих і портфельних інвестицій. При цьому основну роль відіграє зацікавленість інвестора в конкретному підприємстві й інвестиційний клімат країни.

Таким чином, поряд із стримуючими чинниками глобалізація також і стимулює ріст експортного потенціалу підприємств. Зокрема сприяє їх доступу до цільових ринків, фінансових ресурсів, факторів виробництва. Вітчизняні виробники можуть користуватися результатами світового технічного прогресу та сучасними інформаційними технологіями, що сприятиме удосконаленню параметрів якості продукції, а також процесів управління підприємством, в тому числі в експортній сфері.

#### **Список використаних джерел**

1. Торговельне-економічне співробітництво Україна-ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/trade-and-economic/ukraine-eu-trade>.

## ЗМІСТ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

**С.П. Каричковська**

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

У ХХІ сторіччі, яке характеризується інтенсивним розвитком глобалізаційних та інтеграційних процесів, гостро постала потреба в оволодінні іноземною мовою як засобом міжкультурного спілкування та використанні її як інструмента у діалозі культур і цивілізацій сучасного світу. Таким чином, на сучасному етапі стратегією навчання іноземної мови є комунікативно орієнтований підхід, який визначає компонентний склад змісту навчання.

Зміст навчання іноземної мови у вищій школі визначається державними навчальними програмами, навчальними планами та підручниками з даного предмета. Зміст окремих занять конкретизується викладачем з урахуванням визначених завдань, необхідності відображення специфіки предмета, рівня підготовленості та інтересів студентів.

Відповідно до цілей навчання іноземної мови виділяють такі загальні принципи конструювання змісту: відповідність соціальному замовленню суспільства; зв'язок теорії з практикою; комунікативне спрямування змісту навчання; формування позитивної мотивації навчання; системність.

Послідовність засвоєння компонентів змісту навчання іноземних мов реалізується таким чином: мовні знання → мовні навички → мовленнєві уміння.

Домінанта того чи іншого компонента в процесі навчання залежить від етапу, що визначається за провідним видом навчальної діяльності. Першим етапом навчання іноземної мови є набуття лексичних і граматичних знань. Наступним кроком є перехід до розвитку мовленнєвих умінь відповідно до запрограмованої тематики, коли відбір навчального матеріалу залежить від прагнення найбільш повно і якісно розкрити зміст пропонованої теми. Набутий на попередніх етапах лексико-граматичний запас і забезпечена можливість його активного вживання передбачає поступове зміщення акценту навчання з мовного тренування на реально-мовленнєву комунікацію, у процесі якої засвоюються додаткові мовні одиниці, пов'язані зі змістом предмета, що вивчається.

Модель реалізації комунікативного підходу в навчанні іноземної мови майбутнього фахівця повинна відповідати таким вимогам:

- формування наукових засад здійснення професійної підготовки майбутніх фахівців на сучасному етапі (принцип демократизації, принцип взаємозв'язку між усіма видами професійно-теоретичної і практичної підготовки, принцип оптимізації навчально-виховного процесу);
- дослідження процесу формування іншомовної комунікативної компетенції студентів;

- визнання студента вищого навчального закладу суб'єктом безперервного процесу професійного самовдосконалення: самопізнання, саморозвитку, самореалізації.

Враховуючи наявність властивих студентам психологічних факторів напруження і скутості, які чинять гальмуючий вплив у відтворенні ними елементів професійно-комунікативної поведінки, ми поділяємо точку зору щодо необхідності застосування вправ тренінгового характеру.

Аналізуючи тенденції розвитку сучасних технологій навчання, вважаємо, що найбільш повно вимогам професійно-орієнтованого навчання відповідають: проектна технологія (метод проектів), навчальні ігри (ділові, рольові), кейс-метод тощо. Будучи імітаційною моделлю реальних ситуацій і проблем, що вимагають самостійного вирішення, такі завдання спонукають до інтенсивного мислення, мобілізують увагу, дають змогу усвідомити специфіку обраної професії.

Роль носіїв учбової інформації в педагогічній системі виконують навчально-методичні матеріали, які в контексті системного підходу є підсистемою у складі системи більш високого рівня.

Навчально-методичні матеріали можна класифікувати за такими ознаками: 1) за їх роллю в навчально-виховному процесі (основні та допоміжні); 2) за адресатом (для викладача, для студентів); 3) за каналом зв'язку (візуальні, слухові, візуально-слухові); 4) за використанням техніки (технічні, нетехнічні).

Ядром навчально-методичного комплексу є підручник як матеріальне втілення концепції системи навчання. Сучасний підручник за своєю суттю є мікромоделлю системи навчання в цілому. Ця модель відображає всі компоненти системи: цілі, зміст та структуру учбового матеріалу (іншомовний матеріал), педагогічний процес (різні форми діяльності викладача та студентів, включаючи позааудиторні форми роботи), методи та прийоми та ін.

Сучасний підхід у навчанні іноземної мови передбачає активне використання технічних засобів навчання (ТЗН), які інтенсифікують процес навчання, підвищують якість засвоєння матеріалу; вносять елементи новизни та зацікавленості в контекст викладання та вивчення іноземних мов; сприяють подоланню психологічного бар'єра на шляху до використання іноземної мови як засобу спілкування тощо.

Отже, система навчання іноземної мови у вищому навчальному закладі передбачає:

- реалізацію цілей підготовки фахівця, що продиктовані соціальним замовленням суспільства;
- використання комунікативного підходу в навчанні іноземної мови та формування іномовної комунікативної компетенції;
- моделювання ситуацій професійного спілкування, які створюють максимальне зближення навчального процесу й реальної професійної комунікації іноземною мовою;
- використання технічних засобів навчання, які інтенсифікують процес навчання та підвищують якість засвоєння матеріалу.

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЯГІДНИЦТВА В УКРАЇНІ

**В.Д. Каричковський**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Починаючи з вісімдесятих років минулого століття спостерігається різке зменшення обсягу виробництва плодів і ягід, зменшення кількості господарств, які займаються товарним виробництвом [1].

Серед продукції садівництва за рядом організаційно-економічних і технологічних ознак чітко особливе місце займають ягоди: вони відкривають сезон надходження на ринок свіжої садовини; виробництво їх є надто трудомістким, високоінтенсивним і водночас таким, що забезпечує швидкий обіг капіталу. Ще в 20-ті роки минулого століття відомий російський агробіолог-економіст П. Г. Шитт наголошував, що велика трудомісткість виробництва плодів і ягід – це чинник, що забезпечує використання на селі надлишку робочої сили, а отже сприяє утриманню стихійної міграції сільських жителів у міста.

Наведені вище переваги ягідництва широко використовують фермери країн Європи, про що переконливо свідчить питома вага ягід у валових зборах продукції садівництва: країни ЄС – 10 %, зокрема в Польщі близько 20 %. В Україні цей показник, на жаль становить лише 2% [2].

Ягоди є одним з ключових елементів розв'язання якісного та збалансованого харчування в країні, що передбачено в концепції Державної науково-технічної програми «Біофортифікація та функціональні продукти на основі рослинної сировини на 2012–2016 роки».

У США, Канаді, Австралії фруктів споживають по 126 кг на душу населення за рік, а в Україні — 22 кг. Частка ж ягід у валовому зборі фруктів становить у Польщі — 20%, у інших країнах Європи — 10, в Україні — не більше 2%. Ягідні культури — надприбуткові, бо вони скороплідні й починають плодоносити вже на другий рік після висаджування, дають урожаї регулярно й досить великі (по 15–30 т/га і більше). До того ж, ягідні продукти можуть зацікавити наших сусідів по ЄС і ЄП [3].

Вітчизняні вчені-економісти, справедливо стверджують, що збільшення частки ягідників у площі багаторічних насаджень — це одне з джерел реальних інвестицій у сільське господарство. За їхній рахунок можна розвинути переробку й накопичити кошти на інші важливі проекти.

Як у кожній галузі, в ягідництві теж є свої проблеми. Якщо державні виноградарсько-виноробні великі підприємства мають свій координуючий центр — державний концерн “Укрсадвинпром”, — то приватні господарства, в яких вирощують основну масу ягід, такого центру не мають. Створена кілька років тому Всеукраїнська асоціація виробників продукції садівництва й виноградарства так і не запрацювала. Асоціативне об’єднання на даному етапі виявилось неефективним. Потрібне науково-виробниче об’єднання корпоративного типу, наприклад, концерн, яке б на правах підприємства могло

розвивати виробництво, утримувати спеціалістів, видавати науково-практичну літературу. Науково-виробничий концерн, маючи розсадницькі господарства, зможе в короткий термін наростити площі ягідників.

Ягідництво потребує капіталовкладень. Щоб посадити гектар ягідника, треба близько 100 тисяч гривень. Такі кошти не всяке господарство має.

Потрібні кредитні ресурси. І навіть не пільгові, бо ягідництво як надприбуткова галузь потребує єдиної пільги — відтермінування платежів до початку товарного плодоношення, тобто на три-п'ять років.

Без кооперації жодні зусилля уряду не матимуть успіху, бо дійти до кожного товаровиробника можна лише через кооперативну організацію. А поки що ми працюємо розрізнено.

Збільшення виробництва продукції ягідництва планується досягти за рахунок подальшої інтенсифікація галузі через впровадження високопродуктивних сортів, інтенсивних технологій вирощування та зберігання продукції, механізації ручних робіт тощо, що сприятиме підвищенню продуктивності насаджень і забезпеченню потреб населення в ягодах.

Отже, на даний час розвитку ягідництва в Україні приділяється достатня увага, оскільки ягоди мають не тільки важливе значення як незмінні продукти харчування, а й відзначаються високими лікувальними властивостями. У зв'язку з цим було розроблено ряд заходів спрямованих на розширення площ та підвищення урожайності ягід, вдосконалення їх смакових якостей.

#### **Список використаних джерел**

1. Каричковський В.Д. Історичні аспекти та сучасний економічний стан галузі садівництва в Україні / В.Д. Каричковський // Зб. Наук. Пр. УНУС. – Умань, 2011. – Вип. 75. – Ч.2: Економіка. – С. 424-429.
2. Автореферат Ефективність інтенсифікації ягідництва в західному регіоні України: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.02 А.І. Бурлака; Держ. агрокол. ун-т. — Житомир, 2006. — 20 с.
3. Розміщення і розвиток плодоовочевоконсервної промисловості / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://ua-referat.com>

## **ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**В.М. Кепко**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

В умовах ринкової економіки, коли активізувались питання виживання підприємств у конкурентній боротьбі та забезпечення їх платоспроможності, підвищується роль управління діяльністю підприємств у прийнятті оптимальних рішень, в основі яких зосереджена техніко-економічна інформація щодо виробництва продукції, витрат на її виробництво і рівня цін

до її реалізації. Тобто однією з найважливіших і найскладніших проблем для підприємницьких структур є потреба вибору найкращого варіанту управління витратами у системі стратегічного розвитку підприємства.

Управління витратами виробництва визначається як динамічний процес взаємозалежних управлінських дій з прогнозування, планування, організації, нормування, мотивації, обліку, калькулювання витрат, контролю та аналізу, координації, а також регулювання відповідних чинників виробництва, метою яких є досягнення запланованого економічного результату діяльності підприємства.

Українські вчені М.Г. Грещак та О.С.Коцюба, продовжуючи ідею комплексного підходу до процесу управління витратами, вважають, що „управління витратами на підприємстві можна визначити як взаємопов'язаний комплекс робіт, які формують коригуючі впливи на процес здійснення витрат під час господарської діяльності підприємства, спрямовані на досягнення оптимального рівня (у межах допустимих відхилень) витрат в усіх підсистемах підприємства за виконання в них будь-яких робіт. Зрозуміло, що критерієм оптимізації у такому разі є мінімальні витрати” [1].

Більш доцільною є пропозиція розмежовувати цілі управління витратами на загальні та часткові, що дозволить розподілити цілі на стратегічному та оперативному рівнях. Загальною метою управління витратами слід визнати не їх мінімізацію, що може призвести до скорочення виробництва, а більш ефективне використання ресурсів підприємства, їх економію та максимальну віддачу від них на всіх етапах виробничого процесу. Частковою метою управління оперативними витратами є їх зниження на одиницю виробленої продукції за умови забезпечення виконання всіх необхідних операцій технологічного процесу. Така постановка мети повністю відповідає вимогам інтегрованості системи управління витратами в загальну систему управління підприємства [2].

Управління витратами на сільськогосподарському підприємстві має вирішувати такі основні задачі:

- вибір системи управління витратами, що відповідає умовам роботи підприємства, його організаційній структурі, формі власності;
- визначення витрат за основними функціями управління та видами продукції;
- розрахунок та аналіз витрат за операційними та географічними сегментами, виробничими підрозділами підприємства, видами продукції;
- обґрунтування необхідних витрат на одиницю продукції (робіт, послуг) для досягнення запланованого прибутку;
- підготовка інформаційної бази, що дозволяє оцінювати витрати при виборі і прийнятті господарських рішень, шляхом розробки форм внутрішньої управлінської звітності, визначення виконавців та термінів надання інформації;
- обґрунтування найбільш прийнятних для умов виробництва методів обліку витрат та способів калькулювання собівартості;
- виявлення технічних способів і засобів вимірювання та контролю за витратами;

- пошук резервів зниження витрат на всіх етапах виробничого процесу і у всіх виробничих підрозділах підприємства;
- аналіз витрат з метою прийняття управлінських рішень з удосконалення бізнес-процесів;
- підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому.

У системі управління витратами вирізняють щонайменше три аспекти: функціональний, організаційний та мотиваційний [3].

Загалом система менеджменту витрат базується на трьох основних принципах: глибокому аналізі діяльності підприємства; побудові всієї системи на оцінці витрат; постійному процесі вдосконалення діяльності. Завдяки цим принципам система є широкоохоплюючою, гнучкою й активною порівняно з іншими системами формування, функціонування, контролю та управління витратами. При цьому слід зазначити, що менеджмент витрат не означає управління витратами безпосередньо як такими. Скоріше це управління діяльністю, у процесі якої виникають витрати. Тільки шляхом змін у виробничій діяльності, зміни тактики і оперативних цілей, що відповідно викликає попит на певні дії або знижує його, менеджер може суттєво вплинути на рівень витрат.

Таким чином, ефективне функціонування системи управління витратами, а отже, і прибутком підприємства, залежить від раціональної її організації та логічної узгодженості функціональних блоків цієї системи. Випадіння або недостатнє опрацювання хоча б одного з блоків цієї системи може призвести до дисбалансу всієї архітектури процесу управління. Урахування особливостей кожної функції управління витратами дає змогу якнайкраще здійснювати управління витратами на підприємстві, забезпечувати реалізацію кожної функції, а також логічно та хронологічно реалізовувати всі функції управління витратами для досягнення поставлених цілей.

Розглядаючи процес управління витратами виробництва на підприємстві, необхідно звертати увагу на те, що цей процес завжди пов'язаний та спрямований на зростання прибутку.

Проблема побудови ефективного механізму управління витратами виробництва потребує не лише оптимізації структури собівартості, а й вдосконалення відносин між елементами всього витратного ланцюжка у напрямку поєднання для досягнення найвищого ефекту. В ідеалі при цьому досягається організаційно-економічне інтегрування різної форми з постачальниками та структурами просування продукції до споживачів в єдиний технологічний процес, який забезпечує найвищу ефективність для кожної ланки. Це ґрунтується на тому, що кожна складова ланка витратного ланцюга впливає на кінцеву ефективність виробництва.

За результатами розгляду особливостей структури витрат сільськогосподарських підприємств та існуючих методів управління витратами виробництва, таке моделювання, на нашу думку, потребує:

- аналізу структури існуючого витратного ланцюга;
- точної оцінки наявності необхідних ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових);



- досконального вивчення всіх особливостей управлінської організації виробництва на конкретному підприємстві;
- врахування всіх та поєднання факторів, які визначають ефективність виробництва;
- об'єктивної оцінки рівня забезпечення якості, конкретних технологій виробництва, які використовують або планують використати;
- чіткого врахування потенціалу кожного із елементів виробничої системи.

Дослідження показують, що для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції доцільно розробити і запровадити у виробництво мінімізацію витрат. В основі зменшення витрат є впровадження ресурсозберігаючих технологій та постійний контроль за витратами на всіх стадіях виробничого процесу в рослинництві (дотримання вимог агротехнічних заходів, обґрунтування оптимальних сівозмін, забезпечення високих рівнів урожайності, раціоналізація системи внесення органічних добрив, поліпшення якості посівного матеріалу) і у тваринництві (впровадження прогресивних технологій утримання і догляду за сільськогосподарськими тваринами, організація ефективного кормовиробництва, підвищення рівня продуктивності худоби та птиці, покращення селекційної і ветеринарної роботи).

Отже, управління витратами підприємства – це взаємопов'язаний комплекс робіт, які впливають на процес здійснення витрат під час господарської діяльності підприємства, спрямований на досягнення оптимального рівня витрат в усіх його підсистемах.

#### **Список використаних джерел**

1. Грещак М.Г., Коцюба О.С. Управління витратами / М.Г. Грещак, О.С. Коцюба: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2002. – 131 с.
2. Дем'яненко С.І. Управління витратами: навч. посіб. / С.І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2008. – 264 с.
3. Подолянчук О.А. Внутрішньогосподарський контроль у діяльності сільськогосподарських підприємств / О.А. Подолянчук // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 109.

## **СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Л.В. Клименко**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Однією з ключових умов стійкого соціально-економічного розвитку України, підвищення її конкурентоспроможності, інтеграції у світовий економічний простір, реалізації транзитного потенціалу є наявність розвинутої логістичної транспортної системи. Зміцнення регіональних, міжрегіональних і

міжнародних транспортно-комунікаційних зв'язків забезпечує не тільки зростання обсягів перевезень територією країни, але і позитивно впливає на обсяги виробництва ВВП країни, обсяги міжнародної торгівлі, поліпшення інвестиційного клімату, підвищення рівня життя населення.

Шляхи вирішення проблем стратегічного розвитку логістичних транспортних систем закладені ідеями і вченнями видатних представників різних наукових шкіл, серед яких: Дж. Акерлоф, С. Бубнов, О. Вільямсон, Б. Гільдебрант, Дж. М. Кейнс, Н. Васильків, В. Павлов, В. Перебийніс, Л. Чернюк, О. Ярош. Проте, ускладнення схем міжнародних перевезень і необхідність їх оптимізації, розвиток форм економічної взаємодії суб'єктів господарювання, необхідність формування й управління ланцюгами поставок матеріальних цінностей потребують подальшого розвитку логістичних транспортних систем України.

Існуючий стан логістичних транспортних систем України характеризуються суттєвими проблемами, до яких, у першу чергу, слід віднести відсутність чіткого стратегічного бачення подальшого розвитку, слабкість теоретико-методологічного підґрунтя й організаційних підходів до державного регулювання і стимулювання розвитку логістики, невідповідність транспортної політики України викликам сучасних глобалізаційних процесів, застарілі форми взаємодії між органами державного, регіонального і галузевого управління у процесі розвитку логістичного простору країни. Залишається незадовільним рівень використання ресурсів і можливостей розвитку, зокрема, щодо формування й ефективності функціонування міжнародних транспортних коридорів, транспортно-логістичних кластерів, інноваційної спрямованості техніко-технологічного оновлення логістичних транспортних систем [1, 2].

Питома вага транспортних послуг у валовому внутрішньому продукті України складає близько 12 %, при цьому зношеність основних виробничих фондів складає біля 85 %, кількість працюючих в галузі – 5,6 % від загальної чисельності працівників, зайнятих в економіці країни [3].

Маючи розгалужену транспортну інфраструктуру та знаходячись на перехресті найважливіших напрямів світової торгівлі між Європою, Азією та іншими континентами, Україна має всі передумови для сталого розвитку цієї галузі в рамках виваженої державної політики.

Сучасні стратегічні орієнтири міжнародних логістичних транспортних систем характеризуються наступними тенденціями в напрямку підвищення рівня логістичної агрегації.

1. Працездатність економіки, як потенціал певної системи, зростає, особливо при інтернаціональних зв'язках. Спеціалізація промислового виробництва має тенденцію до поглиблення, передусім в Західній Європі і Північній Америці де, порівняно з Японією, виробничі квоти створення вартості є більш істотними. Перегукуючись із цим поглибленням спеціалізації у виробничому створенні вартості, будуть створюватись нові міжорганізаційні відносини (в напрямку: «*single sourcing*», «*outsourcing*», типових угод тощо). Отже, постачання, виробництво і збут будуть все більш інтегровані.

2. Розташування. Підприємницька діяльність стає більш просторово

розташованою, скорочуються цикли виробництва, розширюються зони обслуговування і сфери збуту. Статистичним виразом цих змін загалом буде збільшення середніх відстаней постачання і поставки, а особливо, якщо в окремих галузях економіки буде прискорення «бідного» (без запасів) постачання. І це також ініціюватиме ефективність факторів розміщення, в т.ч. розміщення промислових підприємств поблизу споживачів.

3. Структура часу. Продовжуються тенденції до скорочення виробничого циклу. Зростають вимоги до надійності, термінів постачання як наслідки впровадження «бідного» (just-in-time) постачання і дистрибуції. Нові часові обмеження факторами використання – скорочення часу праці і часу управління, часові заборони перевезення і розвантаження, обмежений час розподілу і т. п. – ускладнюють логістику, обмежуючи наявність необхідних ресурсів для діяльності окремих логістичних галузей [1, 4].

Важливим стратегічними орієнтирами розвитку логістичної інфраструктури є дослідження та систематизація глобальних та субглобальних факторів формування сучасних логістичних транспортних систем. До глобальних орієнтирів розвитку можна віднести наступні:

1. Міжнародна експансія промисловості. Цей фактор спонукає фактично всі великі компанії до участі в бізнесі за межами своєї країни. У зв'язку з цим, організації тепер перебувають у постійному пошуку в межах суші і води земної кулі кращих варіантів доставки, збереження, розподілу і збуту своєї продукції.

2. Ріст міжнародної торгівлі та зростаючий дефіцит ресурсів. Даний орієнтир зафіксований Програмою дій «Порядок денний на XXI століття (AGENDA 21)», що була схвалена Конвенцією ООН по навколишньому середовищу і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт «Планета Земля», 1992 р.). У даному документі зазначено, що «за останні роки світова торгівля продовжувала зростати більш інтенсивно, ніж світове виробництво. Відкрита, справедлива, надійна, недискримінаційна багатобічна система торгівлі, що погоджується із цілями постійного розвитку, веде до оптимального розподілу глобального виробництва, відповідно до конкурентоздатності, і є вигідною для всіх торговельних партнерів». Зазначена вигода сьогодні багато в чому підсилюється завдяки логістиці, що інтегрує діяльність міжнародних фірм і компаній для досягнення найбільш високих результатів.

3. Міжнародний поділ праці і кооперація. На світовому ринковому просторі сьогодні йде інтенсивний процес утворення нових і трансформація існуючих транснаціональних компаній, які змушені використовувати в бізнесі глобальні логістичні канали і ланцюги.

4. Необхідність забезпечення конкурентних переваг на світовому ринку збуту продукції. Це може бути досягнуто за рахунок швидкої адаптації товаровиробників до умов ринкового середовища, попиту на продукцію та ефективної системи логістичного менеджменту.

5. Зміна філософії ринку. Сьогодні світова економіка переживає наступну фазу трансформації ринку, а саме перехід від «ринку продавця» до «ринку покупця». Це спричиняє: ускладнення системи ринкових відносин і підвищення вимог до якісних характеристик процесу розподілу, ріст «диктату

споживача» стосовно виробників і їхніх партнерів по бізнесу.

6. Зростаюча економічна міць регіонів. Цей процес представляє більш широкі можливості переміщення матеріалів через збільшення споживання продуктів [3, 4].

До субглобальних орієнтирів розвитку логістики можна віднести ріст обсягів виробництва і пов'язане із цим збільшення витрат сфери обігу. Одержання продуктів і послуг пов'язане з величезними матеріальними витратами. Так, у Європейських країнах у промисловості вони, в середньому, становлять до 50 % всіх витрат, а в деяких галузях вони збільшуються до 80 – 90 %. Витрати, що пов'язані зі збереженням сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції на складах, становлять, у середньому, 10 – 15 % для країн Західної Європи і 20 – 28 % для держав СНД. А в Україні питомі витрати на виробництво продуктів і послуг були вищими, ніж у Японії, в 2,8 рази, ніж у США – в 2,7 рази і ніж у Німеччині – в 2,3 рази. Однією з основних причин такого перевищення стало ігнорування принципів логістики [1].

Отже, наведені стратегічні орієнтири дають можливість очікувати зростання значення логістики як в економіці загалом, так і в окремих галузях. Стратегічні завдання будуть ідентифікуватися з погляду окремих підприємств, передусім виходячи з їх двоякої необхідності: по-перше, посиленої підтримки логістичного менеджменту і, по-друге, інтенсивної підприємницької співпраці. В результаті, логістичне агрегування призведе до нових функціональних об'єднань, інституцій, та нових логістичних систем вищого порядку агрегації.

#### **Список використаних джерел**

- 1.Васи́лий Зу́бков Транспортно-логистическая система Украины и транспортные коридоры. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://portsukraine.com/node/3709>].
2. Бубнов С. А. Требования к автомобильной логистической цепи (часть 1) [Электронный ресурс] / С. А. Бубнов. – Режим доступа : <http://www.bestlog.su/public/tr1.pdf>.
3. Перебийніс В.І., Перебийніс О.В. Логістичні транспортні системи підприємств: формування та функціонування: Монографія / В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2015. – 207 с.
4. Васильців Н.М. Передумови та тенденції розвитку глобальної логістики / Н.М. Васильців // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер. Логістика. – 2014. – №69. – С. 267–274.

## **УПРАВЛІНСЬКА КОМПЕТЕНЦІЯ ВИКЛАДАЧА ВНЗ**

**В.О. Кобилянська**  
викладач

*Уманський національний університет садівництва*

На ринку освітніх послуг однією з головних умов забезпечення конкурентоспроможності вищого навчального закладу є рівень професійної

компетентності викладача ВНЗ, що визначає якість підготовки майбутніх фахівців. В умовах жорсткої конкуренції у вищій школі відбувається впровадження інноваційних освітніх технологій, розрахованих на компетентних педагогів, становлення яких гальмує наявність певних проблем. До таких належать ригідність мислення педагога (пристрасть до «старих», традиційних методів і форм професійно-педагогічної діяльності), відсутність у певної частини викладачів ВНЗ педагогічної освіти, невизначеність категорій «компетентність», «компетенція», «професійна компетентність», «управлінська компетенція». що в сукупності є факторами прихованого опору інноваційним змінам.

Становлення інформаційного суспільства пов'язане з розробкою нової парадигми освіти. На відміну від застарілої, спрямованої на передачу певної суми знань від одних членів суспільства до інших, нова парадигма освіти повинна бути орієнтована на формування потреби у постійному поповненні та оновленні знань, удосконаленні умінь і навиків, їх закріпленні і перетворенні у компетенції.

Варіативність програм і педагогічних технологій, розвиток інформаційно-комунікаційного середовища, потреба в гуманізації освіти суттєво змінюють професійну роль викладача ВНЗ: його найголовнішою функцією в сучасних умовах стає не передача готових знань, а управління самостійною навчально-пізнавальною діяльністю студентів, створення умов для реалізації особистісних якостей студента, організація мотивованої творчої діяльності.

Сучасний викладач є менеджером освітнього процесу. Такі якості, як організованість, відповідальність, комунікабельність, конкурентоспроможність на ринку праці, прагнення до постійного професійного вдосконалення, уміння управляти своїм особистісним і творчим розвитком є ключовими для будь-якого викладача вищої школи в сучасному суспільстві. Сучасні дослідники акцентують увагу на своєрідності навчання як системи управління.

Ефективне управління процесом навчання можливе при виконанні певних вимог, а саме: формулювання цілей навчання; установлення вихідного рівня (стану) керованого процесу; розробка програми дій, яка передбачає основні перехідні стани процесу навчання; отримання за певними параметрами інформації про стан процесу навчання (зворотний зв'язок); переробка інформації, отриманої з каналу зворотного зв'язку, вироблення та внесення в навчальний процес коригувальних впливів [1].

В. Андрущенко відзначає, що управлінська компетентність викладача ВНЗ – це знання про організаційну структуру вищого навчального закладу, уміння користуватися нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність ВНЗ, формувати стратегічні плани і концепції, оперативно приймати рішення тощо. Він також констатує, що для активної участі викладача ВНЗ в самоорганізації навчально-виховного процесу потрібна не лише його активна громадянська позиція, а й набір певних знань щодо основних методів і закономірностей менеджменту, особливостей організації роботи вищого навчального закладу, умінь і навичок виконання управлінських функцій [2].

А. Сбруєва та О. Козлова стверджують, що управлінські компетенції, необхідні викладачеві вищої школи, мають бути спрямовані на:

- відповідальність за свою роботу та прийняті рішення;
- відкритість до світу та його динамічних трансформацій;
- ентузіазм;
- орієнтацію на майбутнє, зосередження на перспективах розвитку;
- вільний обмін інформацією та здатність швидко орієнтуватися в інформаційних потоках;
- створення позитивної моральної атмосфери, відкритості, довіри, розуміння;
- рефлексія над власним досвідом тощо [3].

Сучасний викладач ВНЗ як менеджер інноваційних змін повинен мати не лише необхідний рівень професійних знань, умінь та навичок, але й уміти управляти людьми, приймати обґрунтовані і компетентні рішення, здійснювати систему заохочень і стягнень, передбачати тенденції розвитку освітньої галузі. Сучасний викладач повинен розуміти динаміку процесів природного та суспільного розвитку, взаємодіяти з ними, адекватно орієнтуватись у всіх сферах суспільного життя, володіти вмінням оцінювати власні можливості, брати на себе відповідальність за власні вчинки та переконання.

#### **Список використаних джерел**

1. Андрущенко В.П. Система управлінських компетенцій викладача: світоглядний фундамент дослідження / В.П. Андрущенко, Г.О. Нестеренко // Управлінські компетенції викладача вищої школи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (14–15 березня 2013 року) ред. кол.: В. П. Андрущенко (голова), Г.О. Нестеренко (заст. голови) та ін. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2013. – С. 10–13.
2. Сбруєва А. А. Компетентності викладача вищої школи як менеджера інновацій / А.А. Сбруєва, О.Г. Козлова // Управлінські компетенції викладача вищої школи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (14–15 березня 2013 року) ред. кол. : В.П. Андрущенко (голова), Г.О. Нестеренко (заст. голови) та ін. – К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2013. – С. 29–31.
3. Панасевич Д. Зв'язок вищої освіти з виробництвом – крок до підвищення якості підготовки фахівців / Д. Панасевич, А. Солоденко // Вища школа. – 2013. – № 10 (112). – С. 39–44.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ**

**Г.О. Коваленко**

*кандидат сільськогосподарських наук, доцент  
Уманський національний університет садівництва*

Підприємства агропромислового сектору є найбільшими консерваторами стосовно впровадження маркетингових концепцій розвитку. Як наслідок, більшість із них втрачають зв'язок з реаліями ринку. Це відсутність

маркетингових механізмів дослідження потреб споживача, а відсутність впливу на формування цих потреб призводить до втрати цілої низки потенціальних можливостей. Сільське господарство є висококонкурентною галуззю, в якій задіяна велика кількість підприємств, що виготовляють аналогічну продукцію, суб'єкти цієї галузі мають вести динамічний пошук шляхів підвищення власної конкурентноздатності.

Проблемі розвитку маркетингу в аграрному секторі присвячені праці таких вітчизняних науковців як: Ю. Данько, О. Красноруцький, О. Могильний, П. Саблук та багатьох інших, в яких вони розглядають маркетинг в аграрній сфері в цілому як сфери діяльності, так і окремих його аспектів, залишаючи невирішеною низку питань стосовно визначення основних проблем, які заважають розвитку маркетингу в підприємствах галузі.

На сьогоднішній день організація ефективної маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств є досить актуальним питанням. Тому що об'єднання маркетингових зусиль агроформування дає змогу отримувати прибутки не лише від виробництва сільськогосподарських товарів, а й від подальшого його просування за маркетинговими каналами. Крім того, саме маркетинг забезпечує можливість впливати на регулювання кон'юнктури відповідних ринків, а відповідно, зменшити ризики пов'язані зі збутом продукції [1].

В аграрному маркетингу основним видом товару є продовольчі товари, які є товарами першої необхідності. Особливістю їх є те, що попит на них не можна задовольнити наперед або відкласти. Специфіка цих товарів визначає ряд суттєвих проблем, які торкаються безпосередньо аграрного маркетингу.

Сільськогосподарська продукція має короткий термін зберігання і вимагає особливих умов зберігання. Невиконання цих умов може призвести до втрати споживчих якостей продукції (молоко може прокиснути, насіння - втратити свої репродуктивні функції). Як наслідок, виникають проблеми пов'язані з оперативністю та своєчасністю поставок, доцільністю упаковки і т.д. [2].

Однією із особливостей аграрного маркетингу є те, що в аграрному виробництві існує невідповідність циклів виробництва, робочого періоду та періоду споживання. В аграрному виробництві має місце таке явище як сезонність, що і обумовлює основну відмінність цього виду маркетингу від інших. Фактор сезонності проявляється в пульсуючому вигляді графіків залежності обсягів виробництва від періоду року. Пік виробництва яєць – березень – травень, молока припадає на травень-липень, зернових - липень-серпень, цукрових буряків – вересень-жовтень. В такі періоди відбувається перенасичення ринку даними видами продукції, що тягне за собою різке зниження ціни на них [3].

В той же час попит на продукти харчування є постійним і значним, а попит на ці товари достатньо жорстко обмежений платоспроможністю населення. Як наслідок, держава здійснює заходи щодо приведення у відповідність цих двох показників. Прикладом є встановлення рівнів мінімальних чи максимальних цін на окремі види продукції, чи інтервенція окремих видів продукції з державного резерву.

Однією з суттєвих відмінностей аграрного маркетингу залишається низький рівень освіти і науки в цій галузі, що зумовлено відсутністю зацікавленості керівництва аграрних формувань у впровадженні досягнень НТП в цій галузі. На даний час не розроблені практичні рекомендації щодо впровадження маркетингу в господарську діяльність. Крім того, поки що спостерігається певний дефіцит спеціалістів у сфері маркетингу, які готові та спроможні координувати маркетингову діяльність в сільськогосподарських підприємствах [4].

Виробництво продукції аграрної сфери тісно пов'язано з природними факторами.

По-перше, основним засобом і предметом праці є земля. Її якість та інтенсивність використання є визначальними у формуванні товарної політики підприємства.

По-друге, кліматичні умови дуже часто впливають на виконання маркетингової програми. Існує велика кількість обставин, які впливають на якість та обсяги продукції, що виробляється [5].

Особливістю аграрного сектору, що значною мірою проявляється і в здійсненні аграрного маркетингу, є його державне регулювання. Держава не здійснює заходів по формуванню цивілізованого конкурентного середовища, що ускладнює здійснення маркетингової діяльності. Наявність на ринку агротрейдерів, які повністю контролюють ринок сільськогосподарської продукції, робить практично недоцільним застосування маркетингових заходів. Сільськогосподарські підприємства, які в більшості є дрібними, не можуть контролювати ринок через пропозицію, впливати на ціну, реагувати на незаконні дії більш сильних партнерів.

Ставши членом Світової організації торгівлі, вітчизняним сільськогосподарським виробникам доведеться конкурувати не лише між собою, але й з представниками агропромислових систем розвинених країн, які у багатьох випадках розглядають Україну як потенційний ринок для збуту своєї продукції [6].

Значною перешкодою на шляху становлення маркетингу в вітчизняних агроформуваннях є нерозвиненість інфраструктури аграрного ринку. Основними елементами інфраструктури аграрного ринку в сфері виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції є товарні біржі, комерційні центри, лізингові центри, торгово-посередницькі фірми, державні інспекції по цінам і стандартам, аудиторські, брокерські та страхові компанії і т.д. Функціонування повноцінного сільськогосподарського ринку в Україні гальмується недосконалістю сучасної ринкової інфраструктури.

Викликає занепокоєння інформаційне забезпечення. Керівництво агропромислових підприємств відчуває значні труднощі в отриманні достовірної, систематичної та оперативної інформації. Це свідчить про необхідність кардинальних змін в методології інформаційного забезпечення діяльності агропромислових підприємств [7].

Отже, зазначені особливості накладають свій відбиток і визначають специфіку розвитку маркетингу сільськогосподарських підприємств, як



особливого виду в загальній класифікації. Основні функції характерні для усіх видів маркетингу залишаються незмінними. Це стосується як загальних функцій управління, так і конкретних, таких як, дослідження ринків, аналіз маркетингового середовища, здійснення товарної, цінової, комунікативної і розподільчої політики.

#### **Список використаних джерел**

1. Данько Ю. І. Аграрний маркетинг як інструмент підвищення ефективності сільського господарства в умовах вступу до СОТ / Ю.І. Данько // Стратегічний розвиток регіону - економічне зростання та інтеграція: Матеріали XV міжнар. наук.-практ. конф. - Чернівці, 2006. - С. 283-286.
2. Данько Ю. І. Маркетингові аспекти товарної політики аграрних підприємств / Ю. І. Данько // Агроінком. - 2006. - № 1. - С. 43-45.
3. Красноручський О. О., Данько Ю. І. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України : [монографія] / О. О. Красноручський, Ю. І. Данько - Харків : 'Міськдрук' 2009. - 262 с.
4. Соловйов І. О. Агрорекетинг: системна методологія, реалізація концепції : [монографія] / І. О. Соловйов. - Херсон: Олди-плюс, 2008. - 344с.
5. Саблук П. Т. Соціально-економічні проблеми становлення аграрного ринку України. / П. Т. Саблук. // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка і менеджмент". - 2006. - №3-4 (20-21). - С. 5-12.
6. Данько Ю. Методологія визначення інтегрального маркетингового рейтингу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Ю.І. Данько // "Наука молода" Зб.наук.праць молодих вчених ТНЕУ.- Тернопіль: ТНЕУ, 2008. - Вип. 9. - С 12-14.
7. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери : [монографія] / О. М. Могильний. - Ужгород: ІВА, 2005. - 363 с.

## **НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСТАЧАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Л.Г. Коваленко**

*кандидат економічних наук, ст. викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Раціональна організація постачання підприємств ресторанного господарства сировиною, напівфабрикатами, продуктами і матеріально-технічними засобами є найважливішою передумовою ефективною і ритмічною роботи виробництва, що дозволяє більш повно задовольняти споживчий попит, сприяє прискоренню оборотності коштів, зниженню витрат і підвищенню рентабельності.

До організації продовольчого постачання підприємств ресторанного господарства висуваються такі вимоги: забезпечення широкого асортименту товарів в достатній кількості і належної якості протягом року; своєчасність і ритмічність завезення товарів при дотриманні графіка завезення; скорочення ланцюга просування товарів; оптимальний вибір постачальників і своєчасне укладання з ними договорів на поставку товарів [1].

Розрізняють такі види постачання підприємств ресторанного господарства: продовольче і матеріально-технічне.

Правильна організація продовольчого постачання - найважливіша умова задоволення попиту населення на продукцію ресторанного господарства.

Нормальна робота підприємств потребує безперебійного постачання матеріально-технічними засобами, устаткуванням, інвентарем, спецодягом, столовим посудом та ін. Від цього залежить виконання виробничої програми підприємства, якість блюд, культура обслуговування споживачів.

Для ефективної та ритмічної роботи підприємства необхідно організувати завезення товарів з різних джерел. Основними є підприємства-виробники товарів різних форм власності: державні підприємства харчової промисловості, акціонерні товариства, об'єднання, приватні фірми, які виготовляють продукти харчування. Великий внесок в організацію продуктового постачання вносять виробники сільськогосподарської продукції: колишні колгоспи, багато з яких пройшли реорганізацію в акціонерні товариства; фермерські господарства, приватні, які пропонують надлишки своєї продукції. Підприємства ресторанного господарства можуть закуповувати продукти на ринках, оптових ринках, у магазинах, у приватних осіб.

Багато видів продуктів надходять на підприємства через посередників - оптові фірми:

- оптові фірми і холодильники, які забезпечують м'ясом, маслом, рибними і гастрономічними продуктами;
- оптові фірми, які забезпечують бакалійною продукцією;
- оптові плодоовочеві склади.

Необхідність в послугах посередників виникає в тих випадках, коли необхідне накопичення продуктів і підприємство має умови, необхідні для зберігання. В цих випадках посередник повинен взяти на себе функції, пов'язані з просуванням товару від виробника до споживача.

При постачанні через торгові організації підприємства ресторанного господарства своєчасно укладають договори. Кількість необхідних продовольчих товарів визначається на основі даних про їх фактичне використання за попередній період з урахуванням змін, передбачених товарообігом і виробничою програмою в запланованому періоді.

У всіх випадках при визначенні асортименту товарів враховують сезонність, особливості попиту і обслуговування споживачів. Але найголовнішим в організації постачання є забезпечення безпеки продуктів харчування і попередження забруднення харчової сировини чужорідними хімічними речовинами і мікроорганізмами [2].

Відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів" і санітарних норм та правил товар повинен бути безпечним для здоров'я споживачів. Забороняється закладам ресторанного господарства використовувати:

- м'ясо всіх видів сільськогосподарських тварин без клейма та ветеринарного свідоцтва;
- сільськогосподарської птиці та яєць без ветеринарного свідоцтва, а також з неблагополучних по сальмонельозу господарств;
- консерви з порушенням герметичності, бомбажем;
- овочі і плоди з ознаками гниття;
- гриби солоні, мариновані, сушені без документа про якість;
- продукцію рослинництва без якісного посвідчення.

На підприємствах ресторанного господарства повинен формуватися список потенційних постачальників, який постійно оновлюється та доповнюється.

Цей перелік аналізується на підставі спеціальних критеріїв. Часто при виборі постачальників обмежуються ціною і якістю продукції, а також надійністю постачання.

До інших критеріїв, які беруть до уваги при виборі постачальника, відносять наступні:

- віддаленість постачальника від споживача;
- терміни виконання замовлень;
- організацію управління якістю у постачальника;
- фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність та ін.

При організації постачання слід враховувати і собівартість страв, що випускаються; придбання дорожчої сировини завжди має бути виправдане випуском продукції високої якості та попитом.

Кожне підприємство повинне підвищувати ефективність руху товару (рух матеріального потоку).

До основних критеріїв, за якими ресторатор обирає постачальника матеріально-технічних ресурсів, належать:

- сервісне обслуговування устаткування;
- ціна устаткування;
- гарантійне обслуговування;
- терміни доставки устаткування і умови оплати.

Головним завданням організації постачання повинна стати розробка ретельно зваженої пропозиції, яка б сприяла б досягненню найбільш ефективної роботи закладу ресторанного господарства, підвищенню його ринкової частки і отриманню переваг перед конкурентами.

#### **Список використаних джерел**

1. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник для ВУЗів. Видання 2-ге, перероб. і доп./ За заг.ред. проф. Н.О. П'ятницької. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 557 с.
2. Організація готельно-ресторанного обслуговування. Навчальний посібник/ Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 346 с.

# ОСНОВНІ ІДЕЇ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

**І.Г.Коваленко – Чукіна**

*кандидат історичних наук, викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Історичною основою розвитку демократичної держави та нації, становить формування громадського суспільства.

Ідеал громадського суспільства полягає у взаємовідносинах людини з політичним суспільством з державою.

Термін громадське суспільство означає суспільство з розвинутим економічно-правовими, політичними та культурними відносинами які не залежать від держави, але взаємодіють з нею.

Ідея громадянського суспільства починається з античності, зокрема, від Ціцерона, що першим зацікавився відмінністю власне громадянина від простих обивателів. Пізніше цю проблему розробляли Т. Гоббс, Дж. Локк, Ж-Ж. Руссо, Г. Гегель, К. Маркс, П. Новгородцев та багато інших. Концепція громадянського суспільства, яка почала формуватися на зорі нового часу, розвивалась і міцніла паралельно із розвитком суспільної реальності, яку вона позначала.

Найважливішою метою громадянського суспільства є обмеження владних функцій держави певними правовими рамками. Про це у свій час писав ще С.Франк, який підкреслював, що державна влада повинна бути необхідно обмежена наявністю громадянського суспільства, а діяльність цієї влади «ніколи не повинна переходити межі, у яких вона сумісна із самим громадянським суспільством і порушення яких загрожує самому буттю останнього.

На думку М.Вебера громадянське суспільство – це пізнавальна абстракція, ідеальний тип, дуже далекий від дійсності. Але сама ідея громадянського суспільства не позбавлена змісту. Її суть полягає в оптимальному сполученні трьох складових: влади, суспільства і людини.

Громадянське суспільство також неможливо створити, якщо в державі не реалізовано принцип верховенства права. Цей принцип означає, що жоден державний орган, посадова особа, громадська організація, жодна людина не звільняються від обов'язку підкорятися законові. Держава, підкоряючись юридичним нормам, стає одним із суб'єктів права рівноправною з іншими суб'єктами. Будь-яка спроба державного органа чи посадової особи вийти за межі права і поставити себе над людьми повинна розцінюватися як правопорушення. Верховенство права означає також, що держава не має права видавати закони, які суперечать так званому природному праву, і, разом з тим вона зобов'язана ухвалювати всі закони, що забезпечують природні права людини.

Структурно громадянське суспільство є підсистемою суспільства як цілого, яка, наближається до соціальної (соціетарної) сфери суспільного життя. У зародковому стані вона фактично присутня в кожному сучасному суспільстві.

Однак суспільства різняться її розмірами (вона може, як за тоталітаризму, прямувати до нуля, а може охоплювати основний простір людської життєдіяльності) та за її якістю: рівнем розвиненості, повноцінністю функціонування, системою цінностей.

Як підструктура суспільної системи, громадянське суспільство, у свою чергу, має складну внутрішню структуру, до якої входять компоненти інституційного плану і певний тип культури.

Інститутами громадянського суспільства є: добровільні громадські організації і громадські рухи, а також політичні партії на перших стадіях свого формування, поки вони ще не задіяні в механізмах здійснення влади; незалежні засоби масової інформації, які обслуговують громадські потреби та інтереси, формулюють і оприлюднюють громадську думку; громадська думка як соціальний інститут; у певному аспекті – вибори та референдуми, коли вони служать засобом формування і виявлення громадської думки та захисту групових інтересів; залежні від громадськості елементи судової і правоохоронної системи (як-то суди присяжних, народні міліцейські загони тощо).

Однією з головних функцій громадянського суспільства є забезпечення прав і свобод громадян. Це пов'язано з тим, що головною умовою існування, як громадянського суспільства, так і правової держави виступає особистість, її право на самореалізацію, на індивідуальність і особистісну свободу. Таким чином, пануюче положення в громадянському суспільстві відводиться індивіду, якому правова держава покликана надати можливість для задоволення його потреб і реалізації можливостей. Громадянське суспільство покликане захистити індивіда і забезпечити його правами людини, тоді як правова держава – правами громадянина.

В умовах громадянського суспільства можна виділити низку основних принципів, які характерні у ставленні до індивіда: усі члени суспільства рівні перед законом; усі члени суспільства мають рівні можливості для реалізації своїх цілей; чим більшої кількості індивідів стосується рішення, тим менше воно залежить від дій окремої особи; рішення загальної компетенції приймаються за участю всіх сторін; рішення про делегування влади приймаються з найбільшою демократичністю.

Існують такі різновиди громадянського суспільства як “демократичне”, “посередницьке” та “виборче громадянське суспільство”.

“Демократичне громадянське суспільство” вирізняється насамперед тим, що його суб'єкти наголошують на політичній участі та потенційній опозиційності громадських об'єднань до владних структур (функція противаги). Головною справою громадянських об'єднань тут є “прищеплення громадянам почуття політичної дієспроможності, здатності до розгляду політичних питань, а також схильності розглядати їх в ім'я загального добра.

“Посередницьке громадянське суспільство” розглядається як агент формування таких чеснот, як вихованість, “соціабельність”, здатність до солідарного вирішення проблем. Воно націлює громадян на соціальні зв'язки, принципи громадянськості, відкритості, товаришкості та відповідальності –

якості, які утримують плюралістичну ліберальну демократію разом (як це описано у Токвіля).

“Виборче громадянське суспільство” докладает зусиль до підвищення економічної ефективності і загального добробуту.

Громадянське суспільство вкрай необхідне для утвердження демократичного врядування, бо, як пише Дж. Кін, там, “де немає громадянського суспільства, не може бути взаємодії й обміну думками між громадянами, здатними публічно обирати свої ідентичності, шанувати свої обов’язки в рамках політично-правової структури, яка забезпечує мир між громадянами, добре функціонування уряду, соціальну справедливість та – перш за все – діє відповідно до принципу, що влада має бути підзвітна суспільству”.

Чим розвинутішим є громадянське суспільство, тим легше громадянам захищати свої інтереси, тим більшими є їхні можливості щодо самореалізації в різних сферах суспільного життя і тим меншою є небезпека узурпації політичної влади тими чи іншими її органами або окремими особами. Відстоюючи матеріальну і духовну незалежність людини від держави, домагаючись правової гарантії такої незалежності, захисту приватних і суспільних інтересів людей, громадянське суспільство активно сприяє процесам політичної демократизації, набуття державою ознак держави правової. Рівновага між громадянським суспільством і державою є важливим фактором стабільного демократичного розвитку, а порушення її веде до гіпертрофіївладних структур, відчуженості та політичного безсилля народу.

#### **Список використаної літератури**

1. Нижник Н.Р., Ситник Г.П. Безпека людини в умовах громадянського суспільства // Формування громадянського суспільства в Україні: стан, проблеми, перспективи: Зб. наук. пр. УАДУ / За заг. ред. В.І.Лугового, В.М.Князева. – К.: Вид-во УАДУ, 2001. – С. 138–166.
2. Шинкарук В. Громадянське суспільство, держава, ідеологія // Розбудова держави. – 1994. – № 5. – С. 53–56.
3. Ситник Г.П. Актуальні проблеми формування громадянського суспільства в контексті національної безпеки України // Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні: Матеріали наук.-практ. конф. / За заг. ред. В.І.Лугового, В.М.Князева. – К.: Вид-во УАДУ, 2001. – С. 187–192.
4. Кін Джон. Громадянське суспільство. Старі образи, нове бачення. – Київ: КІС; АНОД, 2000. – С. 116.
5. Закон України про основи національної безпеки України // Уряд. кур’єр. – 2003. – 30 лип.
6. Мельниченко В. Напрями і проблеми становлення громадянського суспільства в Україні // Концептуальні засади реформування політичної системи в Україні. Стан і перспективи розвитку політичних наук. – К., 2001. – С. 30–39.

## ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСТУПНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ

**Н.О. Комісаренко**

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Актуальна мовна політика передбачає високий рівень професійної підготовки майбутніх спеціалістів. Важливим компонентом цієї підготовки є оволодіння випускниками немовних факультетів іноземною мовою з метою усного та письмового, професійного і наукового спілкування, а також для самоосвіти, підвищення професійної і загальноосвітньої компетенції.

Потреба в спеціалістах із знанням іноземної мови у нашому суспільстві неухильно зростає. Іноземна мова перетворилась у засіб і умову міжнародної науково-технічної співпраці. Випускник вузу (в якій би галузі народного господарства, науки і культури він не працював) повинен вміти орієнтуватись в іноземній літературі по спеціальності знаходити і передавати потрібну інформацію, вести дискусію з актуальних проблем певної галузі науки, відстоювати принципові позиції в процесі спілкування з іноземними колегами. Вирішення даного завдання вимагає від викладачів іноземних мов суттєвої інтенсифікації всього навчального процесу.

Щоб забезпечити відповідність викладання іноземних мов сучасним вимогам, необхідно перш за все уточнити роль і місце іноземної мови в системі вузівського навчання. Іноземна мова, як будь-який інший предмет, повинна стати суттєвим фактором, необхідним для формування особистості, різнобічного її розвитку і повноцінної реалізації її можливостей у майбутньому самостійному житті.

Особливого значення набуває підвищення якості навчання у вузівській сфері, що в свою чергу охоплює такі проблеми, як неперервність, послідовність, наступність зміст програм, їх варіативність і диференційованість.

Чільне місце у розв'язанні цих завдань посідають принципи активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів. Це, перш за все, діяльність викладача, спрямована на вдосконалення змісту, форм, методів, засобів навчання з метою викликати зацікавленість, підвищити активність, творчість, самостійність студентів у засвоєнні знань, формуванні вмінь і навичок, використання їх на практиці. Успішна підготовка сучасного спеціаліста залежить від того, наскільки інтенсивна вся пізнавальна діяльність у вузі, а вона залежить від особистої ініціативи і свідомості студентів.

Важливу роль у вивченні іноземних мов відіграє мотивація, що, на нашу думку, передбачає:

- 1) чітке розуміння студентами мети свого навчання;
- 2) дотримання предметних зв'язків у навчальному процесі;
- 3) відбір змісту навчання у відповідності з пізнавальними потребами студентів;

4) забезпечення професійної направленості навчання.

Через ряд причин загальноосвітній рівень спеціалістів, які беруть участь у між народному науково-технічному спілкуванні, ще недостатній. Нас, викладачів, хвилює проблема якості знань з іноземної мови студентів - випускників немовних факультетів. Всім відомі взаємозалежність перекладача і науково-технічного працівника, матеріальні затрати, що пов'язані як з одержанням, так і з обробкою інформації. Йдеться про важливість практичного оволодіння іноземною мовою і в цілому - про особливу актуальність і значимість комплексного підходу до реалізації мети вивчення іноземної мови.

Якісне покращення підготовки спеціалістів різних галузей народного господарства з іноземної мови починається з вироблення чіткої науково і методично обґрунтованої програми. Побудова курсу по вивченню іноземної мови залежить перш за все від мети, співвіднесеної з кінцевим результатом або рівнем володіння мовою. Від вибору мети залежить вибір засобів і методів оволодіння навчальним матеріалом. Комунікативна мета навчання розглядається нами як інтегративна. Це означає навчати, даючи освіту, виховуючи та розвиваючи. Сучасне спеціальне замовлення таке, що воно, зумовлює варіативний підхід до мети навчання. Потрібно створювати нові багатогранні програми, де ядром буде програма базового рівня, тобто рівня державного стандарту. Виникає необхідність у розробці нових планів з інтенсивного навчання майбутніх спеціалістів у немовному вузі чи на немовних факультетах.

Перші спроби створення таких програм уже зроблені колективом кафедри української та іноземних мов, де на практиці існує деяка варіативність у вивченні іноземних мов. Кафедра організувала і успішно здійснює навчання студентів з хорошими знаннями і здібностями, студентів з поглибленою підготовкою з іноземної мови, виділивши їх в окремі реферативні групи.

Професійна спрямованість у вивченні іноземної мови починається на першому курсі і пов'язана з такими поняттями рівня володіння мовою як реальна комунікація та мовнорозумова діяльність. Приступивши до читання текстів із спеціальності, можна організувати професійно - ділове спілкування уже на початковому етапі навчання у вузі. Його форми заздалегідь розробляються викладачем у залежності від тексту та урахуванням обмежень, пов'язаних з недостатньою мовною концепцією студентів немовних вузів. На цьому, як відомо, продовжується розвиток рецептивних навичок читання з акцентом на ознайомлювальне та пошукове читання, що знаходить своє вираження у збільшенні норм позааудиторного читання та в суттєвій зміні самого характеру матеріалів. Передбачається вдосконалення техніки читання та аудіювання на основі загальнонаукових текстів і літератури по спеціальності широкого профілю. Одночасно з рецептивними вдосконалюються репродуктивні навички, а саме мовлення. На наступному етапі починається реферування текстів.

Нагромадження професійних знань, мовних і комунікативних засобів спілкування дозволяє перейти до складніших комунікативних завдань. На вищому рівні мовної підготовки (реферативні групи, аспіранти, здобувачі) іноземна мова виступає як засіб додаткової інформації з обраної спеціальності. На перший план виступає мовнорозумова діяльність слухача. При будь-якій



складності завдань людина повинна залишатись у сфері мислення цією мовою, бо перехід на рідну мову не прискорить і не полегшить здійснення розумових операцій. Науково-професійне спілкування організовується у вигляді захисту дипломних робіт іноземною мовою, ділових ігор, наукових конференцій.

Успішній реалізації професійної спрямованості, на нашу думку, сприятиме перш за все наступність у вивченні іноземної мови, чітка мета - вдосконалення навичок усного та письмового перекладу текстів за спеціальністю, подальший розвиток навичок усної мови. Досягнувши такого рівня, можна займатися наукою, працювати за кордоном.

Отже, не заперечуючи великого значення раціонального використання деяких прийомів інтенсивних методик викладання іноземних мов, слід особливу увагу звернути на забезпечення наступності у вивченні іноземної мови в середній і вищій школі, на забезпечення мотивації, зацікавленості, професійної орієнтації. Цілеспрямована розширена лінгвістична підготовка науково-технічних спеціалістів особливо раціональна сьогодні, коли державним завданням визнана інтеграція технічної і гуманітарної освіти.

## **РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЗАКАРПАТТЯ: КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНІ, ПРИРОДНІ, ЛАТЕНТНІ**

**М.В. Костюк**

*кандидат історичних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Гіперблок рекреаційно-туристичних ресурсів (РТР) складається з природних, природно-антропогенних, суспільно-історичних РТР, до складу яких входять архітектурно-історичні, біосоціальні, подієві РТР та трансресурсні об'єкти [1].

У даній статті акцентується увага на висвітленні «рекордних» аспектів Закарпаття в природній та суспільно-економічній сфері, а також латентних (прихованих) рекреаційно-туристичних ресурсів регіону. Останні нерідко мають суттєвий рекреаційно-туристичний потенціал, але фактично не залучаються до рекреаційного використання. Серед широкого кола джерел (монографії, путівники, енциклопедичні та довідкові видання) найбільш цікавими та інформаційними є роботи Г.О. Маценка, що використовуються автором у даній науковій розвідці [2-4].

Закарпатська область – регіон дійсно унікальних проявів у географічній, історичній та культурній царині України. Тут знаходяться: г. Говерла (Карпати, хребет Чорногора, 2061 м); Карпатський національний природний парк (букові праліси – об'єкт Всесвітнього надбання); національний природний парк («Синевир», с. Синевир, Міжгірський район); один із географічних центрів Європи (с. Ділове, Рахівський район); крайня західна точка України (м. Чоп); «Долина нарцисів» (м. Хуст, Хустський район); лікувальний комплекс на базі

солекопалень (глибина 200 м), соляні озера ( смт. Солотвино , Тячівський район); замок «Паланок», XIV-XVIII ст. (м. Мукачеве, Мукачівський район).

Закарпаття – це єдина область України, де сходяться кордони чотирьох держав (Польщі, Словаччини, Угорщини, Румунії). Всього в області налічується 415 територій та об'єктів природно-заповідного фонду [5].

Найбільш видатними епізодами на «рекордному» полі Закарпаття є: у блоці «Природа навколо нас» у номінації «Географічне положення» - крайня західна точка знаходиться біля м. Чоп; у номінації «Рельєф» – найвища гора України – Говерла та найбільші гірські вершини України – г. Бребенескул (2032 м), Петрос (2020 м), Ребра (2010 м), Попіван (1936 м), Брескул (1911 м); найвищий гірський хребет – Полонинський (середні висоти 1400-1500 м, максимальна – г. Стій, 1677 м); найбільше гірське озеро – Синевир («синє око»), площа - 0, 7 га, найбільша глибина – 24 м; печера «прозорих стін» - карстова печера, вкрита молочно-білим прозорим кальцитом із зеленкуватими натіками, які нагадують за формою казкові кам'яні квіти (с. Мала Уголька, Тячівський район); скелі з «ієрогліфами» (с. Середнє Водяне, Рахівський район). У номінації «Клімат» – найбільш «сніжне місце» (с. Руська Мокра, де стійкий сніговий покрив лежить в середньому 120 днів на рік) [4].

У блоці «Людина і суспільство» у номінації «Розміри і вага» - найменший серед українців – Мирон Павлик із Закарпаття (в 1989 р. у віці 18 р. його зріст становив 95 см) – актор, який виступає в аматорському колективі. У номінації «Спілкування» - в смт. Тур'ї Ремети на фасаді церкви в 1838 р. встановлений знак на честь одного з перших листонош Закарпаття [3; 6]. У номінації «Населення - найбільша частка сільського населення у Закарпатській області (близько 60%); м. Ужгород – найменший за населенням обласний центр (близько 150 тис. осіб).

У номінації «Архітектура і будівництво» - найвище розташована конструкція – 5-ти метрова мармурова стела, встановлена в 1996 р. на г. Говерла (на стелі розміщено державний прапор, тризуб, близько 30 медальйонів історичних міст України); найдовший тунель (довжина 1747 м, висота 974 м н. р. м.), побудований в 1887 р. в Карпатах на відрізьку Скотарське-Бескид залізничної магістралі Львів-Мукачеве) [3].

У блоці «Культура і мистецтво» у номінації «Музеї» - музей лісу (с. Усть-Чорна), де зібрано транспортні засоби від підвод до тракторів, розплідники молодих ялин, явора, бука, розколи дерев, знайдених після громовиць; музей лісу і сплаву – будівельні конструкції та механізми на колодах, скріплених велетенськими півметровими цвяхами – від реставровано на Чорній річці [2; 6].

Основні курортні місцевості – Солотвино, Хуст, Міжгір'я, Рахів, Ясиня, Мукачеве, Лумшори, Усть-Чорна, Берегове, Ужгород. В Закарпатті є мальовничі водоспади: Манявський, Скакало, Шипіт.

З метою популяризації регіональної духовної та історичної спадщини, активізації туристичного та краєзнавчого руху, виявлення неперевершених природних, історичних та культурних пам'яток, підвищення їх значення для українців в більшості регіонів України, в тому числі й на Закарпатті було

проведено конкурс туристичних пам'яток «Сім чудес області», що став логічним продовженням першої всеукраїнської акції «Сім чудес України». Його переможцями стали: озеро Синевир, долина нарцисів, г. Говерла, соляні печери та озера Солотвина, найдовша липова алея в Європі (м. Ужгород), географічний центр Європи (с. Ділове, Рахівський район, але питання про центр залишається спірним); мінеральна зона «Поляна» та сім архітектурних чудес Закарпаття: Мукачівський замок (XI ст.), Ужгородський замок (найстаріша фортеця Закарпаття, XI-XII ст.), Ужгородський Хресто-Воздвиженський кафедральний собор (XVI ст.), винні підвали в с. Середньому, Середнянський замок (XIII ст.), Невицький замок (XIV ст.), Горянська ротонда (м. Ужгород).

Серед найвизначніших архітектурно-містобудівних споруд переважає культова архітектура. Найбільш цінними об'єктами є: м. Ужгород: замок-фортеця - пам'ятка середньовічної військово-оборонної архітектури та м. Мукачеве: замок «Паланок», XIV-XVIII ст., який належав подільському князю Ф. Корятовичу.

До рекреаційно-туристичних об'єктів Закарпаття також належать: термальні басейни (сmt. Берегово), солоне озеро Кунігунда та соляні шахти (сmt. Солотвино), пам'ятник Великій повені (1998 р., м. Мукачеве), Успенська церква XVII ст. (с. Новоселиця, Тячівський район), ратуша, 1904 р. (м. Мукачеве), пам'ятник виноробу, 2011 р. – скульптор М. Колодко (м. Виноградів, Виноградівський район), музей «Колиба» (с. Ділове, Рахівський район), Канатна дорога (Міжгірський район) [6].

Закарпаття, як і будь-який регіон, містить також і приховані (парарекреаційні) ресурси: об'єкти, маловідомі факти, події або явища, про які іноді мовчать путівники та, які навряд чи є об'єктом обов'язкового показу під час відвідування туристами. Деякі з них: василіанський монастир святого Миколая, XVII ст. (с. Малий Березний, Великоберезнянський район); кузня-музей «Гамора», XIX ст. – єдина діюча водяна кузня в Європі (с. Лисичово, Іршавський район); Шенборнський замок, 1840 р. – колишній мисливський палац графів Шенборнів (с. Карпати, Мукачівський район); Середнянський замок, XII ст. – єдиний в Україні замок тамплієрів (сmt. Середнє, Ужгородський район); «долина нарцисів» - заповідний масив площею 250 га, розташований в урочищі Кіресі поблизу м. Хуста (схожі поля, але значно менші за площею зустрічаються в Альпах, Румунії, деяких Балканських країнах); пам'ятники та меморіальні дошки угорському поету, публіцисту, керівнику революційного повстання в Пешті під час революції 1848-1849 рр. Шандору Петефі (Берегове, Ужгород, Мукачеве). Місця, пов'язані з Ш. Петефі - одні з найбільш важливих гомогенних біосоціальних ресурсів України) [6].

Таким чином, Закарпаття має привабливі перспективи на національному, європейському та світовому туристичному ринку, адже основними напрямками розвитку національної рекреаційно-туристичної галузі є становлення туризму як високорентабельного сектору економіки України, створення ефективної системи для забезпечення потреб національного туризму, належних умов для ефективної діяльності туристичної сфери.

### Список використаних джерел

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
2. Маценко Г. О. Книга рекордів України. Культура і мистецтво. Спорт і розваги / Г. О. Маценко. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2002. – 80 с.
3. Маценко Г. О. Книга рекордів України. Людина і суспільство. У світі науки і техніки / Г. О. Маценко. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2002. – 112 с.
4. Маценко Г. О. Книга рекордів України. Природа навколо нас / Г. О. Маценко. – Тернопіль: Богдан, 2000. – 80 с.
5. Природно-заповідний фонд України загальнодержавного значення: Довідник. – К., 1998. – 240 с.
6. Україна в цікавих фактах: Книга рекордів України / Упорядник Г. О. Маценко. – Львів: Слово, 1992. – 160 с.

## ПОБУДОВА МОДЕЛІ ПРОЦЕСУ МОНІТОРИНГУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**І.О. Кузнецова**

*доктор економічних наук, професор*

*Одеський національний економічний університет*

**О.С. Балабаш**

*викладач*

*Одеський національний економічний університет*

Моніторинг стійкого розвитку підприємств нами розглядається як процес безперервного, систематичного збору інформації, щодо виявлення динаміки і тенденції його розвитку.

Процес моніторингу реалізується за допомогою визначеної послідовності операцій, тому доцільно відобразити сутність процесу моніторингу стійкого розвитку за допомогою моделювання.

На сьогодні дослідження особливостей моделювання процесів на підприємстві представлені в ряді робіт вітчизняних і зарубіжних науковців, а саме: Г. Буча, Дж. Рамбо, А. Джекобсона, Р. Франса, Е. Соулберга, В. І. Межуєва, Т. В. Бодненко та ін.

Аналіз наукової літератури за даною тематикою дозволяє стверджувати, що у якості інструменту моделювання, на сьогодні, може бути використаний широкий спектр різних технологій та стандартів моделювання. Їх переваги та недоліки наведено в таблиці.

**Переваги та недоліки технологій та стандартів (нотацій)  
моделювання**

Назва	Сутність	Переваги та недоліки
<b>Мова UML (Unified Modeling Language)</b>	<p>базується на побудові діаграм, що становлять статичну структуру процесів, а також діаграм, що характеризують фізичні аспекти функціонування системи</p>	<p><b>Переваги:</b> має широку область застосування; дозволяє описувати процеси як із структурної, так і поведінкової точок зору</p> <p><b>Недоліки:</b> притаманна переважаність,</p>
<b>VRPN-нотація</b>	<p>орієнтована як на технічних спеціалістів, так і на бізнес-користувачів. Мова використовує базовий набір інтуїтивно зрозумілих елементів, що дозволяють зрозуміти складні семантичні конструкції</p>	<p><b>Переваги:</b> можливість інтеграції з різними програмними рішеннями. Вони дозволяють збільшити гнучкість створюваних моделей бізнес-процесів.</p> <p><b>Недоліки:</b> незручні налаштування</p>
<b>Нотація EPC (Extended event driven process chain)</b>	<p>являє собою впорядковану послідовність процесів та функцій. Для кожної функції можуть бути визначені початкові та кінцеві події, учасники, виконавці, матеріальні та документальні потоки, що її супроводжують.</p>	<p><b>Переваги:</b> простота графічної нотації; дозволяє досягти узгодженості у графічних позначеннях і тлумаченні семантики множини загальних понять моделювання й програмування.</p> <p><b>Недоліки:</b> Неточність опису призводять до несумісності інструментів з приводу унікального трактування специфікацій.</p>
<b>Нотація SADT</b>	<p>Передбачає функціональне моделювання систем на базі структурного їх аналізу, декомпозиції.</p>	<p><b>Переваги:</b> – стандартизація описів, ієрархічний принцип (принцип декомпозиції)</p> <p><b>Недоліки:</b> неможливість використання для моделювання наскрізних процесів.</p>

Враховуючи вище зазначені переваги та недоліки розглянутих методологій - моделювання процесу моніторингу стійкого розвитку

підприємств пропонуємо здійснити у найбільш поширеній та пристосованій до моделювання процесів нотації IDEF0.

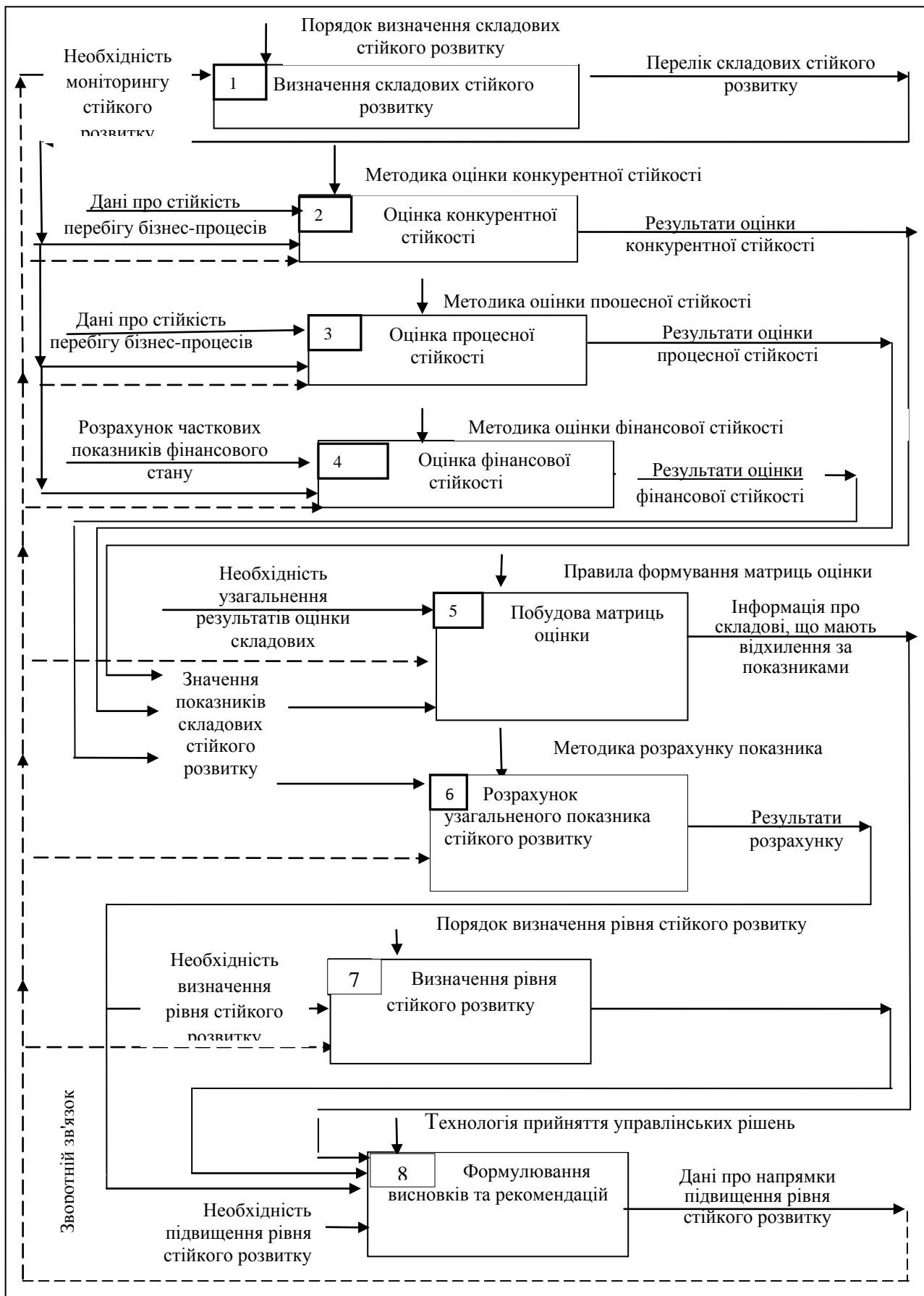
При розробці моделі важливим є представлення процесу моніторингу стійкого розвитку ХПП на узагальненому рівні, з конкретизацією входів, виходів, регламентуючих даних та задіяних в його виконанні ресурсів. Це можливо здійснити шляхом формування контекстної діаграми. Контекстна діаграма процесу моніторингу стійкого розвитку ХПП представлена на рисунку. Вона є діаграмою вищого рівня і відображає загальне призначення процесу.



**Рис.1. Контекстна діаграма процесу моніторингу стійкого розвитку підприємства**

Більш деталізовано розглянути процес та представити його у вигляді послідовності взаємопов'язаних операцій доцільно за допомогою декомпозиційної діаграми (рис. 2.).

**Висновки:** запропонована модель моніторингу стійкого розвитку підприємства дозволяє відобразити входи, виходи, управляючі, регламентуючі дані та задіяні в його виконанні ресурси і представляє процес моніторингу стійкого розвитку підприємства як послідовності взаємопов'язаних операцій.



**Рис. 2. Декомпозиційна діаграма моніторингу стійкого розвитку підприємства**

# ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧИЙ ПІДХІД ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»

**І.О. Кравчук**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Державний освітній стандарт в число цілей навчання іноземної мови на базовому рівні включає виховання у студентів позитивного ставлення до іноземної мови, культури, народу, що розмовляє цією мовою. Освіта засобами іноземної мови передбачає знання про культуру, історію, реалії і традиції країни, мова якої вивчається (лінгвокраїнознавство, країнознавство), включення студентів в діалог культур, знайомство з досягненнями національних культур в розвитку загальнолюдської культури, усвідомлення ролі рідної мови та культури в дзеркалі культури іншого народу.

Єдність мови і національної культури реалізується в ряді функцій: комунікативна функція - бути знаряддям передачі інформації від одного учасника акту комунікації іншому (ця функція при вивченні мови не може бути забезпечена, якщо в процесі навчання не будуть використані відомості про країну, оскільки саме вони нерідко визначають змістовний план як усної, так і писемної мови); культурологічна та накопичувальна. Лінгвокраїнознавство передбачає: засвоєння людиною, що виросла в одній національній культурі, істотних фактів, норм і цінностей іншої національної культури. Потрібно не тільки викласти студентові інформацію про країну, щоб він її запам'ятав, але й сформулювати в нього позитивне ставлення до народу - носія мови, адже вивчення мов починається з метою зближення народів, виховання толерантного ставлення до іноземної культури. Країнознавча інформація підлягає витягу з природних форм мови і з навчальних текстів і не має привноситися ззовні; країнознавчий аспект викладання реалізує в навчальному процесі філологічний спосіб вторинного пізнання дійсності.

Під час вивчення іноземної мови студентами туристичних галузей можна використовувати лінгвокраїнознавчий матеріал з таких сфер:

1) соціально-культурна сфера спілкування: запрошення на виставки, концерти, у музеї; програми екскурсій, турів, розваг під час літнього відпочинку; вхідні квитки на видовищні заходи, репродукції художніх творів; рекламні проспекти, довідники з ілюстраціями визначних пам'яток, карти-плани міст; програмки й афіші спектаклів, концертів, фестивалів, масових видовищ;

2) побутова сфера спілкування: предмети побуту; проспекти - реклами: готелів, кемпінгів, пралень, перукарень; схеми-плани усіх видів транспорту; проїзні квитки усіх видів транспорту; рахунки для оплати різних видів послуг.

3) торгово-комерційна сфера спілкування: рекламні проспекти різноманітних товарів; запрошення-реклами в ресторани, кафе, бари (із зазначенням різноманітних страв та послуг); меню замовлених страв, відомості про доставку їх додому, зазначення їхньої вартості; рецепти приготування національних страв; рахунки за покупки, обіди, вечері; талони для купівлі товарів.



4) спортивно-оздоровча сфера спілкування: реклама оздоровчих центрів, спортивних комплексів; афіші про масові спортивні заходи; рекламні проспекти різних лікувальних заходів і засобів.

5) сімейно-побутова сфера спілкування: листи, листівки, запрошення; візитні картки; бланки вітальних листівок у зв'язку з різними святами (народження, весілля, ювілей, хрестини) тощо.

Специфіка цих засобів полягає в тім, що вони забезпечують спілкування з живими, реальними предметами, стимулюють майже справжню комунікацію (ситуативне мовлення): студенти як би проживають усі події, грають визначені ролі, вирішують проблеми (купівлі, екскурсій, вибору навчального центра і професії, заповнення анкет, вибору меню і т.д.).

У рамках цього підходу студентів навчають розуміти чужу поведінку і взаємодіяти з представниками інших країн, які володіють відмінними цінностями. Самостійні дослідження та знання про культуру зарубіжних країн дозволяють по-іншому поглянути на власну та оцінити її з точки зору стороннього спостерігача.

Лінгвокраїнознавчий підхід – це спосіб ознайомлення студентів із сучасною дійсністю іншої країни за допомогою іноземної мови в процесі її вивчення. В ході реалізації вказаного підходу забезпечується розвиток і формування комунікативної компетенції майбутніх менеджерів сфери туризму в актах міжкультурної комунікації. Як результат такої роботи студент здобуває цілісну систему уявлень про національні звичаї, традиції, реалії іноземної країни, тобто отримує через мову додаткові відомості про культуру народу.

## **ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КОНТЕКСТІ**

**Л.О. Кустріч**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

З розвитком державності та ускладненням правової системи все більш виявляється тенденція посилення ролі публічних засад у суспільному житті. У багатьох країнах спостерігається загальна закономірність визнання загальнонаціональної значущості публічної сфери та ролі держави в суспільному прогресі.

Природна еволюція на підставі переважання існуючих тенденцій, факторів і конкурентних переваг протягом 10-15 років не приведе до економіки нової якості, до оновлення країни в цілому – чудес не буває [1]. Тобто, будь-яка держава може вийти на високий рівень і якість життя, не маючи явних природно-ресурсних й матеріальних переваг, завдяки професійному й демократичному врядуванню.

Модель державного управління, що була сформована в Українській державі за період незалежності, має суттєві недоліки, серед яких надмірна

централізація влади, відсутність реальної самостійності територіальних громад у вирішенні проблем місцевого значення, і вже не задовольняє потреб сучасного суспільства.

Вибір європейського вектору розвитку для України означає появу невідворотних змін у державному будівництві нашої країни і актуалізує значущість запровадження моделі управління, орієнтованої на забезпечення сталого розвитку держави і поліпшення якості життя людини.

Модель сучасної європейської держави була створена на базі публічного адміністрування [2].

Відповідно до глосарію ООН публічне адміністрування має два тісно пов'язаних значення: 1) цілісний державний апарат (політика, правила, процедури, системи, організаційні структури, персонал тощо), який фінансується з державного бюджету і відповідає за управління та координацію роботи виконавчої гілки влади, і його взаємодію з іншими зацікавленими сторонами в державі, суспільстві та зовнішньому середовищі; 2) управління і реалізація всього комплексу державних заходів, що пов'язані з виконанням законів, постанов і рішень уряду та управління, пов'язаних з наданням публічних послуг [3].

Згідно з енциклопедією державного управління, публічне адміністрування є різновидом управлінської діяльності інституцій публічної влади, завдяки якій держава та громадянське суспільство забезпечують самокерованість (самоврядність) усієї суспільної системи та її розвиток у певному, визначеному напрямку [4].

На думку деяких авторів публічне адміністрування полягає в централізованій організації виконання державної політики та програм, а також координації діяльності персоналу. Інші фахівці в галузі державного управління визначають, що публічне адміністрування пов'язане з втіленням у життя законів та інших норм, прийнятих законодавчими органами держави. Треті стверджують, що публічне адміністрування використовується в управлінській, політичній та правовій теорії і є процедурою у виконанні дій законодавчої, виконавчої та судової гілок влади з метою здійснення державного регулювання та надання послуг населенню [5].

До визначення публічного адміністрування існує два підходи.

У широкому сенсі під публічним адмініструванням розуміють всю систему адміністративних інститутів із ієрархією влади, за допомогою якої відповідальність за виконання державних рішень спускається зверху донизу. Тобто публічне адміністрування – це скоординовані групові дії з питань державних справ, які: пов'язані із трьома гілками влади (законодавчою, виконавчою і судовою); мають важливе значення у формуванні державної політики; є частиною політичного процесу; значно відрізняються від адміністрування у приватному секторі; пов'язані із багатьма чисельними приватними групами та індивідами, які працюють у різних компаніях та громадах.

У вузькому розумінні публічне адміністрування пов'язане із виконавчою гілкою влади і розглядається як: професійна діяльність державних службовців,

яка включає всі види діяльності, спрямовані на реалізацію рішень уряду; вивчення, розробку та впровадження напрямів урядової політики [6].

Американські вчені Д. Шуман та Дік В. Олуф стверджують, що публічне адміністрування, його поняття та роль з часом змінюються [7].

На сучасному етапі розвитку Української держави система публічного адміністрування потребує удосконалення з метою налагодження взаємодії інститутів публічної адміністрації з громадянами і надання їм якісних управлінських послуг в економічній, правовій, соціально-культурній та інших сферах.

Термін «публічна адміністрація» вперше зазначається в документах Європейського Союзу [8].

До складу публічної адміністрації входять органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування. Чинна система органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування не відповідає принципам демократії та європейським стандартам.

Такими базовими принципами є:

- верховенство права як основа прав і свобод людини і громадянина, справедливості та гуманізму у публічній діяльності;
- законність як підґрунтя публічної адміністрації відповідно до повноважень та у порядку, визначених законом;
- відкритість як доступність для громадян інформації про діяльність та рішення публічної адміністрації;
- процедурна справедливість, яка гарантує зважене та неупереджене застосування права, поваги до людини, захисту її честі та гідності;
- пропорційність як вимога щодо обмеження адміністративних дій метою, яку необхідно досягти, а також обов'язку публічної адміністрації зважати на наслідки своїх рішень, дій та бездіяльності;
- підконтрольність як обов'язковий внутрішній та зовнішній, у тому числі судовий, контроль за діяльністю публічної адміністрації;
- відповідальність як обов'язок кожного адміністративного органу публічно відповідати за свої дії та прийняті рішення перед особою та суспільством.

Інструментом підвищення ефективності взаємодії органів публічної влади з громадськістю є застосування конкретних критеріїв оцінки результативності діяльності органів державного управління. Вони демонструють, наскільки результативно працює орган місцевої влади, за якими напрямами та в якому обсязі він використав наявні фінансові ресурси. Завдяки цим критеріям громадськість має можливість контролювати діяльність влади.

Таким чином публічне адміністрування впроваджує демократичні цінності, сприяє досягненню європейських стандартів щодо забезпечення права людини на належне врядування, що є необхідною умовою європейської інтеграції України.

#### **Список використаних джерел**

1. Полунеев Ю. Технология экономического прорыва / Ю. Полунеев // Зеркало недели. – 2006. – № 41.

2. Оболенський О. Ю. Провісники нового публічного управління / О. Ю. Оболенський // Розвиток публічного адміністрування на засадах менеджменту: європейський контекст: матеріали наук.-практ. конф., м. Дніпропетровськ, 15-16 трав. 2009 р. / за заг. ред. С. М. Серьогіна. – Дніпропетр.: ДРІДУ НАДУ, 2009. – 310 с.
3. Глосарій Програми розвитку публічного адміністрування ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unpan.org/DPADM/ProductsServices/Glossary/tabid/1395/language/en-US/Default.aspx>.
4. Енциклопедія державного управління. У 8 т. – Т. 8: Публічне врядування / наук.-ред. кол.: В. С. Загорський [та ін.] – Львів: ЛРІДУ, НАДУ, 2011. – 712 с.
5. Босак О.З. Публічне управління як нова модель управління у державному секторі / О.З. Босак // Державне управління: теорія та практика: Електронне наукове фахове видання [Електронний ресурс]. – 2010. – № 2. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10bozuds.pdf>.
6. Зарубіжний досвід публічного адміністрування: метод. рек. / за заг. ред. Н М Мельтюхової. – К.: НАДУ, 2010. – 28 с.
7. Shuman David, Dick W. Olufs. Public Administration in the US. – 2nd ed., 1993.
8. Білозерська Т. О. Реформування публічної адміністрації в Україні як крок до європейської інтеграції [Електронний ресурс] / Т. О. Білозерська // Форум права. – 2007. – № 2. – С. 11–19. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ejournals/FP/2007-2/07btodei.pdf>.

## **КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ**

**О.В. Лазарєв**

*кандидат педагогічних наук, ст. викладач  
Уманський національний університет садівництва*

Інтенсивність змін у суспільному житті України у перші десятиліття ХХІ ст., пов'язана з глобалізацією світової економіки, її загальною інформатизацією, а також інтеграцією до європейської спільноти, зумовлює нові, більш жорсткі вимоги до професійної компетентності фахівців і, зокрема, майбутніх фахівців аграрного профілю.

Одним із важливих напрямів інтенсифікації загальних процесів розвитку є вдосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців на засадах компетентнісного підходу шляхом більш ґрунтовного оволодіння ними комунікативної складової професійної освіти, що становить основу навчання за фахом [1].

Практика переконує, що майбутній фахівець аграрного профілю буде

конкурентоспроможним на сучасному ринку праці, не лише володіючи ґрунтовними фаховими знаннями і вміннями, а й за умови готовності до професійної комунікації та реалізації власної мовленнєвої стратегії [2]. Тому важливою складовою його професійної підготовки є формування професійної комунікативної компетентності.

Удосконалення означеного процесу на засадах компетентнісного підходу сьогодні є одним із важливих напрямів сучасної професійної освіти, адже воно пов'язане з формуванням у студентів компетенцій, які базуються на навчально-пізнавальних уміннях і навичках оперувати елементами професійного спілкування, фаховими поняттями та професійними назвами, підвищенням пізнавальних і творчих здібностей студентів у процесі професійної підготовки.

На шляху вирішення загальних питань професійної підготовки майбутніх фахівців у вищих аграрних навчальних закладах у напрямі формування професійної комунікативної компетентності на засадах компетентнісного підходу виявлено наявність суперечностей між:

- потребою суспільства в комунікативно компетентних фахівцях-аграріях та реальним станом готовності випускників класичних аграрних університетів до здійснення професійної діяльності;

- вимогами до якості професійної освіти з позиції компетентнісного підходу та недостатнім рівнем сформованості професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю;

- необхідністю формування у майбутніх фахівців аграрного профілю професійної комунікативної компетентності та недостатнім теоретичним, методичним та практичним забезпеченням ефективності цього процесу на засадах компетентнісного підходу.

Насамперед, згідно аналізу тенденцій розвитку вищої аграрної освіти, дослідження теоретичних аспектів підготовки фахівців-аграрників у психолого-педагогічній, лінгвістичній, соціологічній літературі визначено, що особливості професійної підготовки фахівців агропромислового комплексу як складної системи дидактичного впливу на особистість потребують розвитку професійних та комунікативних компетентностей з урахуванням особливостей фахового і ділового мовлення [3]. На сучасному етапі розвитку національної системи аграрної освіти компетентнісний підхід визначено загальною стратегією професійної підготовки майбутніх фахівців аграрного профілю.

Спираючись на аналіз досліджень з проблеми формування професійної комунікативної компетентності майбутніх аграріїв, з'ясовано, що слід цілеспрямовано формувати таку компетентність у майбутніх фахівців аграрного профілю, оскільки це набута властивість, яка розвивається у процесі подальшої професійної діяльності.

Визначено, що професійна комунікативна компетентність майбутнього фахівця аграрного профілю – це інтегративна якість, яка проявляється в готовності та здатності майбутнього фахівця до фахової комунікації і базується на знаннях, уміннях, досвіді встановлення ділових контактів та реалізації професійної комунікативної стратегії [4]. Встановлено, що сукупність зв'язків між елементами професійної комунікативної компетентності як системи розглядається в межах

взаємопов'язаних компонентів – особистісного, когнітивного і діяльнісного, які є структурою професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю.

Уточнено критерії сформованості професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю, які розглядаються як сукупність ознак, що дає підстави зробити висновок про рівень прояву досліджуваної компетентності та оцінити ефективність процесу її формування. Виокремлено мотиваційний, пізнавальний та прагматичний критерії сформованості професійної комунікативної компетентності з відповідними показниками (обсяг, якість та дієвість знань професійних комунікативних елементів, професійних назв і фахових понять; наявність внутрішніх мотивів їх засвоєння; наявність пізнавально-комунікативних потреб; бажання підвищувати культурно-інтелектуальний рівень; практична діяльність, спрямована на виконання професійно-комунікативних завдань; творча активність майбутнього фахівця аграрного профілю тощо). З'ясовано, що реалізація окремих показників означених критеріїв під час підготовки майбутніх фахівців у вищих аграрних закладах освіти представлена неоднаково, що дало можливість виділити рівні сформованості професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю: низький, середній, достатній, високий [5].

Обґрунтовано педагогічні умови успішного формування професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю: системна і постійна мотивація ґрунтового оволодіння майбутніми фахівцями аграрного профілю професійними комунікативними елементами; цілеспрямований відбір та оптимізація змісту навчального матеріалу з метою оволодіння майбутніми фахівцями аграрного профілю професійними назвами та фаховими поняттями шляхом логічного структурування; реалізація системи методів і форм навчання, спрямованих на поетапне оволодіння майбутніми фахівцями аграрного профілю структурними компонентами професійної комунікативної компетентності; сформованість готовності викладачів аграрних ВНЗ до формування професійної комунікативної компетентності студентів.

Для реалізації педагогічних умов нами було використано традиційні та інноваційні методи роботи зі студентами під час проведення занять. З метою удосконалення процесу формування професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю розроблено та впроваджено систему творчих та комунікативних вправ і професійно-орієнтованих завдань в умовах індивідуальної, групової та фронтальної роботи студентів [6].

На нашу думку, спеціально організована робота з викладачами сприяла б підвищенню інтересу до формування професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю та дала б поштовх до систематичного, дидактично адекватного впровадження у процес підготовки майбутніх аграріїв обґрунтованих педагогічних умов.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми формування професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю на засадах компетентнісного підходу. Подальшого вивчення потребує питання адаптації розробленої моделі відповідно до специфіки інших напрямів

підготовки фахівців аграрної сфери діяльності та визначення ролі самоосвіти у процесі формування їх професійної комунікативної компетентності.

#### **Список використаних джерел**

1. Лазарев О. В. До питання застосування компетентнісного підходу у підготовці фахівця-аграрія / О. В. Лазарев // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» : зб. наук. праць. – Переяслав-Хмельницький, 2013. – Вип. 28. – Том I. – С. 168–174.
2. Лазарев О. В. Критерії, показники та рівні сформованості професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю / О. В. Лазарев // Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини / [гол. ред.: М. Т. Мартинюк]. – Умань : ФОП Жовтий О. О., 2014. – Ч. 1. – С. 210–216.
3. Лазарев О. В. Професійна підготовка майбутніх фахівців аграрного профілю на засадах компетентнісного підходу / О. В. Лазарев // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології / гол. ред. А. А. Сбруева. – Суми : Вид-во СумДНУ імені А. С. Макаренка, 2014. – № 1(35). – С. 209–218.
4. Мельничук Д. Вища аграрна освіта: нові підходи / Д. Мельничук Аграрна наука і освіта. – 2004. – Том 5. – № 3 – 4. – С. 5 – 19.
5. Мирось В. Про шляхи реорганізації ВНЗ України аграрного профілю / В. Мирось // Інформаційний вісник АН ВШ України. – 2006. – Вип. 48, № 2. – С.43 – 49.
6. Нагаєв В. М. Дидактичні основи формування творчої особистості аграрного менеджера в умовах Болонського процесу : [монографія] / В. М. Нагаєв. – Харків : Харківський національний аграрний ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2006. – 528 с.

## **СУТНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Л.М. Малюга**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Процеси глобалізації, інтеграції, інтелектуалізації та інформатизації, що особливо активізувалися на початку ХХІ ст., вимагають принципово нових підходів до забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. На даний час в Україні набуває розвитку нова економічна модель, зорієнтована на побудову суспільства знань. Одним із першочергових завдань її втілення є створення режиму найбільшого сприяння пріоритетним напрямам інноваційного розвитку, що становить основу високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва.

Нині рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств залишається низьким, а частка України на світовому високотехнологічному ринку коливається в межах 0,05-0,1%. З цих причин управління трансфером технологій на вітчизняних підприємствах набуває особливої актуальності. Саме трансфер інноваційних технологій дозволить прискорити технологічний розвиток підприємств. Впровадження та комерціалізація конкурентоспроможних передових технологій, ефективний технологічний обмін розширить можливості високотехнологічного експорту та імпорту, сприятиме налагодженню техніко-економічного співробітництва між Україною та зарубіжними державами, запровадженню єдиних високих стандартів економічного розвитку.

Проблеми забезпечення ефективного трансферу технологій як невід'ємної складової інноваційної діяльності знайшли своє відображення у працях багатьох вітчизняних науковців-економістів, таких як А. Амоша, О. Андросова, Г. Андрощук, Л. Антонюк, Ю. Бажал, Ю. Капіца.

Тенденції світового технологічного розвитку та ефективні підходи до реалізації технологічного трансферу в університетах, на підприємствах були предметом особливої уваги провідних зарубіжних вчених: Д. Бенкета, М. Кондо, Б. Санто, Н. Фонштейна, Д. Форда, Й. Шумпетера [1, 2, 3].

Технологічний трансфер можна розглядати як складне економічне поняття, пов'язане із неоднозначним визначенням та застосуванням двох важливих термінів: «технологія» і «трансфер». Залежно від їх трактування та різноманітності комбінацій змінюється і зміст трансферу технологій.

Поняття «технологія» змінювалося відповідно до етапів суспільного розвитку. Можна виділити декілька підходів до визначення змісту технології. Перший, виробничий або технічний підхід, розглядає технологію з точки зору її корисності виключно для виробничого використання. Прихильники ж другого – структурного підходу – роблять акцент на структурних елементах поняття.

Отже, в основу технології покладено знання, але ці поняття не є ідентичними. Тільки тоді, коли знання втілені на практиці, ми можемо говорити про їхнє перетворення у технологію. Тому, як зазначає В. Мухопад, головна відмінність технології від інформації про неї полягає у практичній значущості: технологія – це комплекс науково-технічних знань та виробничого досвіду, необхідного для застосування в будь-якому виробничому процесі; а інформація передбачає лише передачу загальних відомостей про технологію в такому обсязі, якого недостатньо для практичного застосування [4].

Рух технологій відбувається завдяки такому процесу як технологічний трансфер. Можна виділити два напрями дослідження економічного змісту трансферу технологій, які доповнюють один одного. Перший – зосереджує увагу на міжнародному технологічному обміні; другий напрямок – внутрішній – розглядає сутність трансферу технологій на рівні окремих підприємств, установ, а також їх підрозділів.

Загалом, трансфер технологій – це організований процес реалізації і/або залучення новітніх систематизованих знань, досвіду, інструментів та методів, розроблених однією стороною технологічної угоди, іншій з метою їх



комерціалізації/впровадження та підвищення рівня технологічного розвитку учасників.

Найточнішу характеристику здійснення процесу трансферу технологій, на наш погляд, подає І. Френкель, який виділяє такі чотири етапи трансферу:

- ідентифікація необхідності трансферу – досліджуються всі фактори доцільності економічної заміни існуючої технології;

- оцінювання технології – аналізується доступність, доцільність технологій, які розробляються, можливість адаптації до існуючих умов виробництва;

- планування передачі технології – включає фінансове, маркетингове планування, визначення форм передачі знань, планування ресурсів, які забезпечать найбільш ефективний спосіб впровадження нової технології;

- здійснення трансферу технології – оцінювання та вибір найбільш ефективного способу впровадження технології, розвиток можливостей для її подальшого вдосконалення [5].

У свою чергу реалізація трансферу технологій пов'язана з визначенням способу передачі та отримання технологій. Можна виділити три основні типи каналів поширення технологій:

1. Загальні або неформальні канали: передача технології здійснюється ненавмисно, а трансфер з економічної точки зору має некомерційний характер і передбачає отримання нових знань шляхом спільного проведення досліджень та обміну їх результатами.

2. Канали інжинірингу, що охоплюють широку сукупність видів технічної діяльності, спрямованих на підвищення ефективності інвестицій, мінімізацію витрат на реалізацію проектів різного призначення. Інжиніринг припускає надання на основі договору комплексу інженерно-технічних послуг, пов'язаних з дослідженнями, проектуванням, будівництвом, введенням в експлуатацію, розробкою нових технологічних процесів на підприємстві замовника, удосконаленням наявних виробничих процесів аж до впровадження технології у виробництво. Часто використовуються як супровід до інших способів трансферу технологій.

3. Заплановані (формальні комерційні) канали – технологічний трансфер здійснюється цілеспрямовано і на комерційній основі. Включає способи трансферу, що передбачають:

- передачу інформації: передання прав, укладання ліцензійних угод, надання ноу-хау та технічного досвіду, франчайзинг, створення малих інноваційних компаній;

- передачу готового для використання обладнання, виробничих комплексів: купівля-продаж основних фондів, готових виробництв («під ключ»), торгівля високотехнологічною продукцією, лізинг, придбання або поглинання інноваційних компаній;

- кооперацію при здійсненні технологічного обміну: прями іноземні інвестиції, спільні підприємства, стратегічні альянси, створення венчурних підприємств, субконтрактинг (аутсорсинг), укладання компенсаційних угод.

Кожен зі способів трансферу має свої переваги і недоліки, тому оптимальним варіантом є їх комбінація, наприклад, неформальних та комерційних способів.

#### **Список використаних джерел**

1. Гончаренко А.П. Трансфер українських технологій / А.П. Гончаренко, І.П. Воронькова, Л.Х. Каретнікова, Г.Л. Кушнір // НТІ. – 2004. – № 1. – С.53–54.
2. Кам'янська О.В. Розробка технологічної стратегії промислових підприємств / О. В. Кам'янська // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Випуск 4. – Київ, 2007. – С. 326 – 330.
3. Международная передача технологий: правовое регулирование / Под ред. М. М. Богуславского. – М. : Наука, 1985. – 280 с.
4. Мухопад В.И. Сквозь барьеры протекционизма / Мухопад В.И.– М.: Мысль, 1988. – 145 с.
5. Frankel E.G. Management of technological change. Dordrecht: Kluver Academic Publishers, 1990.

### **БЛАГОДІЙНІСТЬ І МЕЦЕНАЦТВО ЯК ЧИННИКИ СТВОРЕННЯ ВІДПОВІДНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ЇХ ІСТОРИЧНИЙ ШЛЯХ ВИНИКНЕННЯ**

**Л.В. Машковська**

*кандидат юридичних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Важко знайти людину, яка хоч раз, в своєму житті не допомогла би своєму ближньому, товаришу або просто не знайомій людині. Благодійність та меценатство, а простіше кажучи, безоплатна допомога ближньому, в тій чи іншій формі існує при будь-якому політичному ладі і в будь-яких соціально-культурних спільнотах. Як відомо, рівень розвитку благодійництва залежить від ступеня загального соціально-економічного розвитку країни. Чим вище рівень добробуту населення, чим сильніший і стійкіший бізнессектор, тим більше умов для становлення і розвитку благодійної діяльності.

Історичний шлях виникнення меценатства і благодійності як чинників створення відповідних некомерційних суб'єктів господарювання пов'язаний, перш за все, із виникненням та діяльністю церкви і релігійних організацій. Історія повчає, що всякий народ, на якому шаблі розвитку його культура не стояла б, має певну релігію. Вона, на думку Ю. Федоріва, служить йому для пояснення містерії життя, навколишніх сил природи та встановлення певного порядку співжиття між людьми [1].

До XV ст. церква зуміла поширити християнство не тільки в містах, а й на віддалені сільські території. Усі, хто відносив себе до церкви, визнавалися християнською общиною. Ознаки організації помітні в тому, що парафіяни

означеного храму обирали відповідальну особу парафії. Відповідальна особа парафії або церковний староста відали церковним майном, брали участь у земельних тяжбах, розпоряджалися скарбницею громади, купували церковний господарський інвентар, вели церковну документацію, що свідчить про наявність характерних ознак юридичної особи. Уявляється, що подальший розвиток та поширення церковних начал і є праобразом сучасних релігійних організацій.

Меценатство також є підґрунтям виникнення та розвитку благодійної діяльності. Перші його витoki пов'язані зі сферою освіти в Україні та мають багаті історичні традиції. Хрестоматійною стала діяльність К. Острозького, засновника шкіл у Турові (1572), Володимирі-Волинському (1577); Д. Апостола, який протегував Глухівській співацькій школі; П. Могили, у житті якого Київська колегія та справа освіти були найвищим сенсом; І. Мазепи, який турбувався про стан освіти, науки, мистецтва; О. та І. Безбородьків, на кошти яких у Ніжині була відкрита Гімназія вищих наук тощо [2].

На межі XVIII–XIX ст. відзначається особливе піднесення меценатства. Освіта являла із цих позицій благодатний ґрунт, де ідея престижності суспільної користі знаходила своє втілення. На кінець XIX ст. не останню роль в активному благодійному фінансуванні освіти відіграли буржуазно-демократичні віяння, що пропагували необхідність доступності навчання для всіх верств населення. Створюється мережа недільних шкіл та парафіяльних училищ, що утримувались за рахунок добровільних пожертв.

Окрім надання матеріальної підтримки загальноосвітнім школам, меценати також спонсорували музичні та художні класи. Починаючи з кінця 60-х років XIX ст., художні школи відкриваються одна за одною не тільки в губернських, але й у повітових містах. Іноді вони користувалися державною підтримкою, та, як правило, надзвичайно мізерною й додатковою від приватних дотацій. Але згодом провінційні художні школи відіграють дедалі більшу роль у художньому житті і головним чином у культурному розвитку України. Найчастіше такі школи організувалися й велися одним художником на приватній основі [3].

Також треба звернути увагу на роль земств – органів місцевого самоврядування, які дуже часто виступали посередником між меценатами і навчальними закладами. Великі землевласники давали найбільший фінансовий внесок у земства, які потім перерозподіляли кошти, спрямовували їх частину на підтримку освіти. «Земства організували різного типу школи, чотирирічні, професійні та технічні гімназії, курси українознавства та підвищення освіти учителів» [4]. Добродій К.Л. Розумовський подарував Козелецькому повітовому земству Чернігівської губернії 8000 руб. на школу, на посвячення якої повинен був приїхати з-за кордону, оскільки постійно мешкав в Австрії [5].

Слід погодитися з думкою про те, що кошти меценатів давали можливість ліквідувати дефіцит державного фінансування системи освіти, принесли досить відчутну користь розвитку початкової, професійної та вищої освіти на території України.

Але незважаючи на значні благодійні внески в освіту, масштаби цієї допомоги все ж таки відставали від потреб незаможних категорій населення. З іншого боку, інвестиції української буржуазії в освітянську справу сприяли розширенню легальних форм опору імперській ідеологічній машині, розвитку приватної ініціативи, добровільної діяльності, незалежної від держави [6].

Таким чином, на підставі вищезазначеного, можливо зробити висновки про таке: практично всі види некомерційної діяльності мають свою досить тривалу історію; насамперед виникнення та правові засади зазначеної діяльності тісно пов'язані з такими її видами як благодійництво та меценатство та все ж таки її витoki беруть свій початок із виникнення та поширення релігії, церкви та перших релігійних об'єднань. Також слід зазначити, що об'єктами некомерційної діяльності і в давнину, і сьогодні є освіта, наука й мистецтво. Виникнення та створення благодійних організацій як відповідних некомерційних суб'єктів господарювання завжди супроводжувалося їх вміщенням у систему економічних відносин держави. Вони виступали необхідним соціальним інститутом, що сприяли ефективному розвитку економічних відносин, поширенню впливу регіонів на світовий ринок, захисту торгово-промислових економічних інтересів, сприяли економічному розвитку держави, оздоровленню міжнародних торговельних зв'язків.

#### **Список використаних джерел**

1. Федорів Ю. Історія Церкви в Україні / Ю. Федорів. – Торонто : Б. в., 1967. – 362 с.
2. Лазечко П. Меценати української культури / П. Лазечко, Л. Лазечко // Дзвін. – 2003. – № 2. – С. 116-130.
3. Молева Н. М. Русская художественная школа второй половины XIX-начала XX века / Н. М. Молева, Э. М. Белютин. – М. : Искусство, 1967. – 389 с.
4. Верига В. Нариси з історії України (к. XVIII – п. XX ст.) / В. Верига. – Л. : Світ, 1996. – 448 с.
5. Коцюбинський М. М. Твори : в 7-ми томах / М. М. Коцюбинський. – К. : Наукова думка, 1973. – Т. 7 : Листи (1910-1913). – К. : Наукова думка, 1973. – 311 с.
6. Суровцева І. Ю. Меценатство в Україні другої половини XIX початку XX ст.: підтримка освіти / І. Ю. Суровцева // Грани. – 2006. – № 1 (45). – С. 12-18.

## **ДІЛОВІ КОМУНІКАТИВНІ ІГРИ У НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ**

**Г.В. Мельник**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Темп сучасного життя глобального суспільства потребує великої кількості фахівців, які практично володіють однією чи навіть кількома іноземними мовами. За останні десятиріччя саме англійська мова набула ознак

міжнародної по всьому світу. Вивчення та обмін передовим досвідом у будь-якій сфері діяльності сьогодні вже неможливо уявити без досконалого володіння англійською мовою.

Основною метою вивчення англійської мови у нелінгвістичному ВНЗ є формування в студентів комунікативної професійної компетентності. Професійне спілкування передбачає не тільки вільне володіння англійською мовою в межах можливих соціальних контактів, але й вільне володіння професійно-орієнтованою термінологією, навичками правильно і точно робити переклад, мати достатні знання для опрацювання англійської літератури за фахом.

Необхідні умови для спілкування в межах ситуації забезпечують ділові ігри. Гра – це одночасно мовленнєва, навчальна та ігрова діяльність. Ділова гра є ефективним методом навчання, який успішно використовується у процесі викладання іноземної мови та забезпечує багато позитивних аспектів інтерактивного спілкування, створює можливість вільного спілкування студентів у дружній, невимушеній атмосфері, яка спонукає до ініціативного говоріння. Завдяки вище згаданому ігри знижують напруження під час спілкування та додають елемент конкурентоспроможності, що заохочує студентів до активності під час заняття [1].

Обов'язковим елементом ділової гри є вирішення проблемної ситуації. Такі проблемні ситуації мають бути достатньо складними, але доступними для розв'язання і мають на меті спонукати до виконання завдань та пошуку способів їх вирішення. Як показують методичні і психолого-педагогічні дослідження, впровадження ділових комунікативних ігор відкриває широкі можливості для інтенсифікації та оптимізації навчального процесу. Ділова гра розвиває комунікативні здібності, толерантність, вміння працювати у малих групах, самостійність мислення. Під час ділової гри моделюються ситуації, наближені до реальних умов професійної діяльності.

Основні види ділових ігор:

- імітація прийняття управлінських рішень у виробничих ситуаціях шляхом гри за заданими правилами;
- взаємодія людей у процесі досягнення ними професійних цілей;
- ділова гра з різними, нерідко протилежними інтересами її учасників і необхідністю прийняття рішення.

Ділова гра ґрунтується на пошуку відповіді на поставлену проблему, забезпечуючи у такий спосіб максимальну активність комунікативної діяльності студентів. Під час гри студенти засвоюють такі елементи спілкування, як вміння розпочати бесіду, підтримувати її, переривати співрозмовника, ставити уточнюючі запитання.

Вимогою до ігрової ситуації є актуальність даної ситуації, для її розв'язання студентів потрібні базові знання, як професійні, так і лінгвістичні, розвинена уява та творчі здібності.

На практичних заняттях, що передують діловій грі, необхідно застосовувати різноманітні лексичні, граматичні та інші види ігор з метою підготовки студентів до власне ділової гри, зняття психологічного і мовного бар'єрів, створення відповідної атмосфери на занятті.

Підготовчий етап в аудиторії включає вступну бесіду, введення або повторення лексичного матеріалу та ознайомлення з ситуацією. Підготовка поза аудиторією передбачає читання текстів, статей за темою проблемної ситуації, виконання лексичних і граматичних вправ.

У діловій грі діяльність обох сторін студент-викладач спрямована на досягнення певних цілей. Для викладача мета гри – сформулювати і розвинути мовленнєві навички і вміння студентів. Для студента ігрова діяльність зводиться до одержання знань і професійних навичок. У ході гри викладач виконує роль модератора, спостерігаючи за учасниками і фіксуючи помилки, не перериваючи студентів з метою їх виправлення. Після проведення ділової гри необхідним елементом є виконання певних завдань, спрямованих на виправлення типових помилок [2]. Гра є також і діагностичним інструментом для викладача, оскільки дозволяє виявити рівень засвоєння матеріалу, найскладніші моменти і як результат – вжити необхідних заходів для їх усунення. Критерії оцінювання ділової гри включають професійну компетентність, ефективність сумісної діяльності, повноцінність використання гри та якість зіграних ролей, реалізацію творчого підходу до вирішення поставлених проблем та формування професійних іншомовних мовленнєвих навичок та вмінь [3].

Отже, ділова гра належить до активних методів навчання, які забезпечують активну творчу діяльність студента, створюють умови для підвищеної мотивації та емоційності, розвивають критичне мислення. Ділова гра як форма проблемного навчання є потужним засобом зацікавлення в професійній діяльності та умовою продовження студентами процесу самостійного пізнання поза межами ВНЗ.

#### **Список використаних джерел**

1. Іщенко Л. Й. Ділова гра як становище становлення професійної мовної компетенції/ Л. Й. Іщенко // Вісник Національного університету оборони України. – 2011 . – № 2 (21) С. 39–42
2. [http://www.esp-world.info/Articles\\_33/Doc/TBLT\\_Dorathy.pdf](http://www.esp-world.info/Articles_33/Doc/TBLT_Dorathy.pdf)
3. Луценко Г. М. Ділова гра у вивченні іноземної мови / Г. М. Луценко // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. – С. 56–58.

# УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДП ДГ «ХРИСТИНІВСЬКЕ» ХРИСТИНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**І.С. Мельниченко**  
*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

Проблема використання методів регламентації операційної діяльності в сільськогосподарських підприємствах нині набуває особливої актуальності. Управління в аграрній сфері все більше вимагає сучасних, науково-обґрунтованих методів управління, які поступово замінюють більш поширені інтуїтивні методи. Одним з яких є делегування повноважень.

Ефективно організувати трудовий процес можна за умови неухильного дотримання певних принципів та правил, найважливішими з них є пропорційність, узгодженість, рівномірність, безперервність та наявність запасу ресурсів. Реалізувати ці принципи в управлінні аграрним виробництвом дозволяє метод проектування та регламентація трудових процесів. Регламентація трудового процесу передбачає аналіз його складу, структури елементів і послідовності їх виконання. Як основний елемент трудового процесу виділяється виробнича операція, яка виконується одним чи групою робітників на одному робочому місці і включає всі її дії з виконання одиниці заданої роботи за незмінного предмету праці. Тому одним із важливих етапів регламентації трудових процесів є вміння керівництва правильно та ефективно делегувати свої повноваження на менеджерів нижчого рівня, що дозволить керівництву звернути увагу на більш важливі та складніші ділянки застосування своїх сил.

Проблема удосконалення регламентації операційної діяльності є сферою наукових інтересів таких вітчизняних і закордонних вчених як Г. Гант, П. Економі, М. Мескон, В. Маслоу, Б. Нельсон, В. Рудльєв, Г. Саймон, Ф. Тейлор, О. Уайт, Л. Федулової, А. Фойль, Ф. Хміль, та ін. Однак, залишається актуальним впровадження в практику методів регламентації операційної діяльності шляхом делегування повноважень в управлінні аграрним виробництвом, у тому числі і в об'єкті дослідження, яким обрано ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.

Під регламентацією управлінської діяльності ми розуміємо процес встановлення регламентів, або сукупності правил, положень, інструкцій тощо, які визначають порядок діяльності організації, її структурних підрозділів, або окремих працівників.

Одним із напрямків удосконалення регламентації операційної діяльності ДП ДГ «Христинівське», на нашу думку, є організація ефективною та скоординованою роботи всіх структурних підрозділів та побудови дієвої системи делегування повноважень.

Поняття «делегування повноважень» відображає статику процесу передавання керівником частини своєї роботи або повноважень, необхідних для

її виконання, підлеглому, який приймає на себе відповідальність за її виконання. За допомогою делегування повноважень встановлюються формальні відносини та посадові зв'язки працівників в організації. Саме вони слугують основою для упорядкування спільної діяльності підрозділів і забезпечують можливості координувати роботу організації.

Нами проведено аналіз особистої роботи керівника ДП ДГ «Христинівське» шляхом фотохронометражу його робочого дня (табл.).

**Таблиця**

**Зміст праці керівника ДП ДГ «Христинівське»**

Операції	Тривалість операції норматив		Тривалість операції факт	
	хв.	%.	хв.	%
1. Проведення нарад з головами підрозділів та головними спеціалістами	20	4	30	6
2. Робота зі секретарем	20	4	30	6
3. Читання кореспонденції	20	4	30	6
4. Прийом працівників в кабінеті	45	9	60	14
5. Підписання договорів з постачальниками і покупцями	35	5	45	9
6. Відвідування виробничих підрозділів	60	13	40	8
7. Аналіз звітів менеджерів	40	8	30	6
8. Щоденний перегляд поточної інформації про стан галузі	10	2	20	4
9. Аналіз фінансової діяльності	110	23	85	19
10. Доведення рекомендацій до відомих менеджерів	20	4	30	6
11. Пересування	55	11	45	9
12. Інструктаж	20	4	10	2
13. Втрати	25	5	25	5
Сума	480	100	480	100
Перерва на обід	60	-	60	-

Як свідчить дані таблиці директор ДП ДГ «Христинівське» перевантажений поточною роботою (робота з наказами, розпорядженнями, вирішенням проблем з високою кадровою текучкою, спілкуванням з замовниками). Так, ось робота з секретарем, читання кореспонденції проведення нарад перевищує на 2% від нормативу, це призводить до того, що керівник більше втрачає свій час на роботу, яку він може делегувати на своїх підлеглих, а цей час приділити стратегії розвитку підприємства та аналізам фінансової діяльності. З таблиці видно, що керівник на 25 хв. менше приділяє часу аналізам фінансової звітності, це може в подальшому призвести до зниження економічних показників підприємства.

Існуючу систему управління пропонується вдосконалити шляхом надання більших повноважень керівникам нижчої ланки і усунення обов'язкового дотримання ієрархії, що сповільнює виконання робіт – наприклад, надати можливість завідувачу тваринницькою фермою за допомогою безпосередньої горизонтальної співпраці з бригадиром тракторної бригади виконувати необхідні роботи на фермі без обов'язкового узгодження з директором



господарства, тобто, частину повноважень керівництва делегувати керівникам нижчих рівнів.

В результаті дослідження, встановлено, що керівник проводить організацію й удосконалення нормування та оплати праці з метою на підвищення її продуктивності, що є, на нашу думку, роботою головного економіста і повинно входити в його обов'язки. Крім того, вважаємо, що для економії часу керівнику необхідно уникати імпульсивних вчинків і не відволікатися на регулярні проблеми, які пов'язані з організацією сплати податків, комунальних платежів, оплати рахунків за малоцінні та швидкозношувані предмети праці і можуть потребувати нових дій. Ці повноваження можна делегувати головному бухгалтеру підприємства і щомісячно контролювати відповідну діяльність.

Багато часу директор ДП ДГ «Христинівське» втрачає на другорядні та епізодичні справи (наприклад, читання поточної кореспонденції, обхід робочих місць, інструктажі тощо). На нашу думку, керівник повинен читати тільки найголовніші новини, все інше можна передати секретареві, проведення інструктажів доцільно делегувати головному інженеру, а частину проблем, пов'язаних із забезпечення безперебійного виробничого процесу – начальникам відділків.

Отже, якщо керівник буде дотримуватись всіх правил делегування повноважень, це допоможе йому розгрузити свій робочий день від поточних справ, і приділити свою увагу планам підприємства на розвиток, пошуку та розширенню ринків збуту, проведенню інструктажів, також з'явиться час на саморозвиток керівника. Це все буде сприяти розвитку і збільшенню прибутку для підприємства.

## **НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ НА РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ**

**О.П. Метулинський**  
*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

В сучасних умовах зерновий ринок України розвивається безсистемно, що дає підстави вважати виробництво зерна ризикованим у фінансово-економічному плані. Найбільш нестабільною залишається ланка виробництва зерна, яка під впливом ряду чинників пропонує обсяги виробництва із варіацією від 20 до 50 млн. тонн в рік. Дослідження показують також неорганізованість та нерегульованість даного ринку, недостатню системність та неузгодженість законодавства України, відсутність розвиненої логістичної системи, брак диверсифікації та монополізації каналів збуту збіжжя і ін. Це при тому, що зерно є стратегічним продуктом, від якого залежить на лише продовольча безпека країни, але й формування рівноваги на світовому ринку зерна.

Тому об'єктивною передумовою ефективного функціонування ринку зерна є ефективність та прогнозованість його державного регулювання. А стратегічний підхід до державного регулювання зернового ринку та вдосконалення законодавчої та нормативно-правової баз можуть істотно покращити результативність всіх суб'єктів даного ринку.

На даному етапі розвитку суспільства нерегульованого ринку у світі не існує. Кожна країна спрямовує свої зусилля на те, щоб розробити такі заходи корекції ринкового механізму, які, зберігаючи його позитивні якості, дозволили б звести до мінімуму властиві йому руйнівні сили. Державне регулювання економікою – це ефективна компенсація негативних дій ринкового механізму, недопущення небажаних соціально-економічних наслідків. Досвід країн з розвинутою економікою стверджує, що державне регулювання є невід'ємною частиною сучасного ринку: держава через різні важелі впливає на процес саморегуляції попиту і пропозиції в інтересах сільськогосподарських товаровиробників і країни загалом. Можна виділити такі напрями державної підтримки сільськогосподарського виробництва: цінова політика, оподаткування, бюджетна підтримка, кредитне забезпечення, митно-тарифне регулювання, сприяння розвитку страхування, гарантії Уряду щодо інвестування зарубіжними установами, забезпечення доходності вітчизняних товаровиробників галузі, еквівалентності міжгалузевих відносин, формування рівних умов конкуренції з виробниками інших країн і ін. [1].

Зерновий ринок – складова агропродовольчого ринку, найбільш соціально важливого ринку країни. Останнє зумовлює його чутливість до політичних впливів, насамперед, загроз застосування адміністративних методів регулювання. Відповідно до Закону України „Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року” (від 24.06.2004 р. № 1877-IV) пріоритетом державної аграрної політики є гарантування продовольчої безпеки держави, а саме: забезпечення населення життєво необхідними продуктами харчування з власних джерел і доступність їх всім громадянам країни в обсягах

Балансове і цінове регулювання здійснюються на сьогодні переважно адміністративними механізмами – через обмеження експорту зернових (заборони, квоти, ліцензії), обмеження рентабельності виробництва борошна першого та другого ґатунку, хліба та хлібобулочних виробів з нього.

У свою чергу, застосування адміністративних механізмів регулювання ще більше викривлює ринкову ситуацію на зерновому ринку – призводить до зменшення прибутків і зростання втрат учасників ринку, поглиблення нерівномірності у розподілі прибутків, стимулює чергові провали ринку, які знову врегульовуються адміністративними методами. Зокрема, неузгоджені з учасниками ринку і несподівані для них заходи по обмеженню експорту зерна зашкодили репутації країни на світових зернових ринках, адже найбільшими експортерами українського зерна є європейські, американські і російські компанії. У довгостроковій перспективі українським експортерам доведеться відновлювати втрачені позиції на світових ринках, а державі – втрачену довіру учасників ринку [2, 3].

Державне регулювання ринку зерна – це система економічних, фінансових, юридично-правових, організаційних і соціальних заходів, здійснюваних державою з метою забезпечення ефективного і стабільного розвитку ринку зерна та повного забезпечення населення якісними продуктами переробки зерна за прийнятними цінами.

Державна політика щодо розвитку ринку зерна визначається відповідно до Закону України „Про зерно та ринок зерна в Україні” № 37-IV від 04.07.2002 року [4]. Цей Закон спрямований на створення правових, економічних та організаційних умов конкурентоспроможного виробництва і формування ринку зерна для забезпечення внутрішніх потреб держави у продовольчому, насіннєвому та фуражному зерні, нарощування його експортного потенціалу.

Державне регулювання економіки має бути збалансованим, не замінити ринковий механізм, а лише доповнювати його в межах дії економічних і правових законів за допомогою перевірених світовою практикою економічних і правових важелів, як ціни і тарифи, відсотки, податки, кредити, цінні папери, амортизаційна політика, пільги, державне замовлення і контракт, резерви, субсидії, субвенції, державне мито.

Так, важливим напрямом державного регулювання є поєднання принципів вільного формування цін з економічним регулюванням їх державою, що повинно забезпечити ціновий паритет між зерновиробниками, постачальниками ресурсів, переробниками, трейдерами, продавцями. У нинішній ситуації у найгіршому стані знаходиться зерновиробник, для якого витрати виробництва нестримно зростають, ціни низькі, ефективність знижується, а отже, втрачається економічний інтерес до виробництва зерна. Тобто, нинішнє регулювання зводиться до зниження цін споживачів не враховуючи потреб зерно виробників не тільки для розширеного відтворення, а й для простого. Досвід розвинених країн свідчить про розроблені механізми ціноутворення на зерно, які б не тільки захищали споживачів, а й забезпечували б певний рівень прибутковості виробникам.

Враховуючи беззаперечну роль зерна у забезпеченні продовольчої безпеки країни потрібно гармонійно поєднувати механізм вільного ринку із методами державного регулювання на основі економічних, фінансових, юридично-правових, організаційних і соціальних заходів.

#### **Список використаних джерел**

1. Могильний О. М. Державне регулювання аграрного виробництва в період трансформації економіки / О.М. Могильний // – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 430 с.
2. Кирилов Ю.Є. Удосконалення державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на ринку зерна / Ю.Є. Кирилов // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції „Наука і освіта - 2005”. Том 92. – Економіка АПК. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 28.
3. Михайлов Ю.З. Матеріали п'ятої міжнародної конференції „Зерно Причорномор'я – 2008”: Україна напередодні значних подій / Ю.З. Михайлов // Пропозиція. – 2008. – №5. – С. 46.
4. Закон України „Про зерно та ринок зерна в Україні” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002, № 35, ст. 258 ) (Із змінами, внесеними згідно із Законами №

1713-IV ( 1713-15 ) від 12.05.2004, ВВР, 2004, № 33-34, ст. 403, № 2611-IV ( 2611-15 ) від 31.05.2005, ВВР, 2005, № 26, ст. 351).

## **ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ**

**Л.В. Мовчан**

*кандидат педагогічних наук, ст. викладач  
Уманський національний університет садівництва*

Новий етап науково-технічної революції, повсюдне впровадження автоматизації, комп'ютерної техніки і нових систем зв'язку на фоні поширення ринкових відносин в нашій країні здійснює різнобічний вплив на сферу праці. На роль і значення людини в суспільному виробництві.

В умовах переходу до ринкових відносин головним завданням освіти є підготовка кваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців з високим рівнем професійних знань, умінь та навичок, виховання соціально активних членів суспільства, формування в них наукового світогляду, творчого мислення, високих духовних якостей, національної свідомості.

Найважливіше значення освіти та професійної підготовки у розвитку людських ресурсів, визнання їх високими цінностями людини та суспільства обумовило прийняття Міжнародною організацією праці у 1975р. Конвенції про розвиток людських ресурсів. Формування ринкових відносин, становлення в Україні демократичної держави зумовлюють зміну цільових настанов професійної освіти: не забезпечення потреб держави у спеціалістах різних професій і рівнів кваліфікації, а задоволення різноманітних освітніх потреб особистості заради її розвитку і самореалізації, а також для забезпечення її конкурентоспроможності на ринку праці.

Згідно із Законом України «Про освіту», метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості – найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування національно свідомих громадян, зростання їхнього інтелектуального, творчого та культурного рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими працівниками.

Вища освіта в сучасну пору стає більш масовою і перестає бути засобом підготовки фахівців для різних сфер життєдіяльності, адже перехід суспільства від індустріальних технологій до інформаційного виробництва можливий лише за умови високого рівня розвитку. Відповідно, одним із стратегічних завдань вищої аграрної освіти є розширення доступу до її одержання. Це передбачає збільшення ліцензованого обсягу та контингенту студентів; розширення в аграрних ВНЗ спектру спеціальностей і спеціалізацій; створення університетських центрів; запровадження ступеневої системи освіти; введення дистанційної освіти; квотування прийому сільської молоді; кредитування

навчання студентів. Аналіз контингенту аграрних вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації свідчить, що низька платоспроможність сільського населення, значно нижчий рівень підготовки сільських школярів порівняно з міським та ускладнення демографічної ситуації на території України не сприяють розширенню можливостей сільської молоді здобувати вищу освіту.

Таким чином стратегічними напрямками розвитку аграрної освіти у сучасний період повинні стати: досягнення збалансованості між попитом і пропозицією на ринку праці; розширення можливостей доступу сільської молоді для здобуття вищої освіти; запровадження системи безперервної освіти; постійна робота з науково-педагогічними працівниками; суттєве поліпшення науково-методичного забезпечення; збереження і зміцнення навчально-матеріальної бази аграрних вищих навчальних закладів [1].

У зв'язку з цим концептуальні основи і державні пріоритети розвитку освіти в Україні розглядаються передусім з позицій її ролі й місця в забезпеченні життєдіяльності суспільства, безпосереднього взаємозв'язку зі сферою праці. З цією метою ведеться активна системна робота зі створення умов для визначення освітніх проблем розвитку країни та її регіонів у контексті політичного бачення і ухвалення рішень на державному рівні, розв'язання із залученням сфери освіти проблем, що виникають на ринку праці, надання системі освіти більшої гнучкості й ширших можливостей для одержання громадянами професійної підготовки.

При цьому значною мірою враховується об'єктивний вплив загальних для сучасної цивілізації тенденцій розвитку. Перша тенденція — посилення глобалізації економіки, взаємозв'язку й взаємозалежності держав світу. Глибинні процеси цієї ситуації обумовлені розвитком науки, технологій, виробництва, що приводить до формування загального світового економічного і планетарного інформаційного простору, до інтенсивного обміну результатами матеріальної й духовної діяльності. Друга — розширення умов для індивідуального розвитку особистості, її самореалізації у світі.

Дефіцит у освічених спеціалістах — одна з проблем, з вирішенням якої теоретики і практики пов'язують в нашому суспільстві надію на успішне засвоєння сучасної технології господарювання, оволодіння цивілізованими нормами організації економіки. Сучасний світ вимагає нової філософії освіти, зміни парадигми педагогічного мислення, практичної зорієнтованості, оскільки конкурентоспроможність в умовах формування економіки знань значною мірою визначається конкурентоспроможністю у сфері науки і освіти. Сьогодні ми живемо в інших організаційно-економічних та соціально-психологічних умовах і відповідно нам вкрай необхідні такі якості, як підприємництво, ділова ініціатива, схильність до розумного ризику. Новий ритм життя нікого не страхує від невдач, стресів, хвилювань. У зв'язку з цим гостро постає питання про самовдосконалення, переорієнтацію мислення, про формування у нових умовах вмінь і навичок оцінювати свою власну діяльність, поведінку, свій розвиток, визначати перспективи росту. Професійні якості і психологічні властивості самі по собі не розвиваються і не формуються тільки тому, що змінилася економічна і морально-психологічна ситуація. Як свідчить

історичний досвід, ринок – це ефективний механізм економічних відносин, функціонування якого стимулює ріст ділової, підприємницької, організаторської активності людей.

Український науковець В. Свистун стверджує, що «фахівець аграрної освіти XXI ст. – це професіонал найвищого рівня підготовки до діяльності в аграрній галузі, творча особистість, досвідчений керівник та управлінець, який уміє проектувати, прогнозувати, моделювати, планувати та цілеспрямовано організовувати свою професійну діяльність і діяльність підлеглих, оцінювати всі можливі ймовірні варіанти в її розвитку, здатний реалізувати свій особистісний, інтелектуальний і професійний потенціал у цій діяльності, спроможний прорахувати складні ситуації, що виникають в умовах ринкового господарювання, та знайти оптимальні шляхи їх подолання» [2].

Для системи освіти особливого значення набуває проблема професійного становлення менеджерів. Нові запити, вимагають наукового аналізу особистісних і професійних якостей керівника, мотивів управлінської діяльності тощо. Сучасний керівник повинен вміти впливати на ефективність використання всіх природних і суспільних ресурсів, здійснювати перспективне планування, яке враховує цілі суспільного розвитку, підвищувати культуру праці. Ринкова економіка вимагає від керівника нового покоління здатності керувати собою, мати чіткі особисті цілі, організаторські здібності, постійно займатися саморозвитком, розвивати навички з рішення проблем, творчого підходу, здатності впливати на оточуючих, формувати і розвивати трудовий колектив.

Варто зазначити, що рівень професійної компетентності керівника значною мірою впливає на підвищення конкурентоспроможності та привабливості освітніх послуг. У зв'язку з цим пріоритетними завданнями перед сферою освіти є розвиток людського потенціалу, забезпечення нового рівня якості підготовки спеціалістів, формування високоосвіченої особистості.

Підсумовуючи сказане, погоджуємось з С. Біланом, вважаючи, що системі аграрної освіти в умовах формування нової економіки в агропромисловому комплексі та реалізації стратегічної мети сучасної кадрової політики відводиться особливе місце щодо підготовки якісно нового кадрового потенціалу АПК. Тому за останні роки аграрними навчальними закладами України розроблено новий механізм підготовки кадрів для аграрної сфери: зроблено спробу співпраці з кадровими службами місцевих управлінь сільського господарства та, відповідно до замовлення, формування обсягів прийому студентів; відкрито нові спеціальності та спеціалізації; розроблено нові навчальні програми для всіх спеціальностей [3].

#### **Список використаних джерел**

1. Сергієнко І. А. Становлення вищої аграрної освіти в Україні (XIX – поч. XXст.) / І. А. Сергієнко // Науковий вісник Національного аграрного університету. – 2000. – Вип. 30. – С. 353 – 361.
2. Білан С. О. Аграрна освіта в Україні: історичний аспект (90-ті роки XX – поч. XXI ст.) : дис. канд. історичних наук : 07.00.01 / Сергій Олексійович Білан. – К., 2005. – 229 с.

3. Свистун В. І. Підготовка майбутніх фахівців аграрної галузі до управлінської діяльності : Монографія / В. І. Свистун. – К. : Наук.-метод. центр аграрної освіти, 2006. – 343 с.

## **ВПЛИВ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ПОКАЗНИКИ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**А.В. Мовчанюк**  
*аспірант*

*Уманський національний університет садівництва*

Виробництво молока і молочних продуктів майже у всьому світі є предметом особливої уваги держави та підсиленого державного регулювання, адже молоко та молочні продукти є цінними й корисними продуктами харчування, які містять необхідні компоненти для забезпечення нормального обміну речовин людини.

Як показує аналіз, в країнах Європи із значним обсягом виробництва молока завжди існувала і існує значна підтримка його з боку держави та захист від іноземної конкуренції. Державне регулювання, як правило, спрямоване на покращення селекційної роботи, підтримку цін виробників молока, квотування імпорту певних груп продуктів, стимулювання експорту.

Через відсутність послідовної державної політики аграрного сектора та безпосередньо молочної галузі в Україні виробництво молока залишається якщо не збитковим, то з мінімальним розміром рентабельності.

В умовах зростання конкуренції, яка є невід'ємним чинником розвитку ринкової економіки, перед сільськогосподарськими товаровиробниками постає досить актуальне питання перегляду формування механізму виробничих витрат на сільськогосподарську продукцію, зокрема молоко та молокопродукти.

Вивчення проблем формування виробничих витрат в умовах різних форм господарювання та напрямків їх реалізації знайшли відображення у наукових працях: В. Андрійчука, З. Березівського, М. Дем'яненка, М. Маліка, П. Саблука, С. Цал-Цалко, О.Шпичака та інших.

За допомогою цілеспрямованого вивчення явищ, процесів та проведення аналізу впливу різних факторів, які взаємодіють між явищами, надасть можливість провести дослідження виробництва з метою впровадження корисних та ефективних елементів у діяльність господарюючого суб'єкта для отримання ефекту.

Протягом 1990-2014 років питома вага виробництва молока за категоріями господарств Черкаської області зазнала значних змін, із співвідношення 82,6% по сільськогосподарських підприємствах та 17,4 % у господарствах населення у 1990 році до 54% : 46% у 2014 році [2]. Зменшення

виробництва молока у суспільному секторі в 2 рази та високий рівень концентрації виробництва у приватному секторі не дозволяє забезпечувати переробні підприємства якісним молоком. Молокопереробні підприємства приймають молоко від населення в основному II гатунком, так як дане молоко не в повній мірі відповідає санітарно-бактеріологічним нормам ДСТУ на молоко 3662-97, а отже і відповідно ціна порівняно із прийнятим молоком від великотоварних підприємств менша на 30- 40 %.

Цінова політика на молочну продукцію та відсутність механізованої організації праці з утримання корів стають основними чинниками із скорочення поголів'я корів у господарствах населення. Так, у Черкаській області щорічно відзначається зменшення поголів'я корів у селянських домогосподарствах в середньому в межах 1 тисячі голів. В свою чергу, сільськогосподарські підприємства, які здійснюють виробничу діяльність у Черкаській області, не вбачають у своїх пріоритетних планах розвитку сільськогосподарського виробництва розвиток молочного скотарства, перш за все, у зв'язку із великим терміном окупності капіталовкладень, більше 7-8 років, та значних фінансових ресурсів, які необхідно спрямовувати на облаштування виробничих потужностей галузі. Станом на 01.01.2015 року із 456 підприємств лише 170, або 37,3% від загальної кількості, утримують молочне поголів'я корів [1].

Аналіз групування господарств за чисельністю утримуваних корів свідчить, що основу молочного товарного виробництва Черкаської області становлять сільськогосподарські підприємства де утримується від 100 до 200 голів корів, а це 62 господарства або 36,5% із загальної кількості господарств, у яких функціонує молочне скотарство. Досить велика частка підприємств – 25,9%, у яких утримується до 100 голів молочного стада. Великотоварні молочні комплекси із поголів'ям корів більше 400 голів становлять лише 12,9% у структурі сільськогосподарських підприємств з веденням молочного скотарства.

Для забезпечення внутрішнього ринку якісними та доступними для широкого кола споживачів молоком і молокопродуктами стратегічним завданням держави має стати відродження молочного скотарства, особливо великих товарних ферм і комплексів.

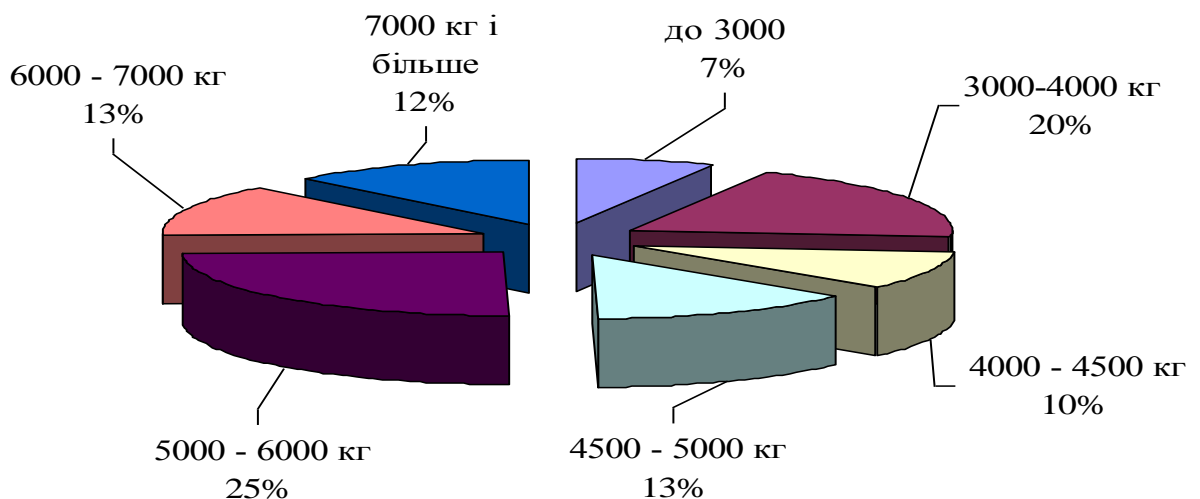
Виробничі витрати, як один із суттєвих факторів, що впливають на показники ефективності, є індикатором діяльності виробництва та основним фактором при формуванні прибутку.

На формування виробничих витрат в молочному скотарстві значно впливає технічно–організаційний рівень процесу виробництва, а саме масштаб виробництва, тобто виробничі потужності, форма технологічного процесу – вид і тип виробництва [2].

Молочне скотарство, як об'єкт управління – це складна відкрита система, що включає організовану множину структурних елементів (персонал, поголів'я, матеріально технічні ресурси тощо). Основним чинником ефективності молочного скотарства є рівень продуктивності корів, який в повній мірі залежить від правильного підбору порід тварин, збалансованої годівлі худоби і системи її утримання.



За останні роки надій на корову по господарствах Черкаської області з кожним роком збільшувався і за 2014 рік в середньому даний показник склав 5941 кг, що 5% більше в порівнянні із надоями 2013 року (5 місце серед регіонів України). При детальному аналізі рівня продуктивності корів, слід відзначити, що із 170 господарств у 50% підприємств надоя молока перевищують 5000 кг, залишається значно велика частка господарств - 20% із рівнем продуктивності молочного стада від 3000 кг до 4000 кг молока від однієї корови.



**Рис. Групування сільськогосподарських підприємств Черкаської області за рівнем надоя молока від корови за 2014 рік (кг)**

Продуктивність молочної череди в повній мірі залежить від правильного підбору порід тварин, збалансованої годівлі й ефективної системи утримання худоби. Способи і системи утримання великої рогатої худоби значною мірою визначають ефективність виробництва в галузі, адже вони нерозривно пов'язані з визначенням машин та обладнання для комплексної механізації і організації виробничих процесів і в цілому визначають форми організації виробництва, продуктивність праці та інші економічні показники.

Досягти високих результатів роботи у виробництві продукції неможливо без якісного управління витратами на дане виробництво, тому процес формування виробничими витратами становить економічний зміст будь-якої діяльності виробництва. Основними елементами управління виробничими витратами є прогнозування й планування, нормування витрат, облік і калькулювання, аналіз і контроль за собівартістю. Побудова раціональної системи обліку та контролю витрат із забезпеченням їх оперативного управління сприятиме підвищенню ефективності виробництва продукції молочного скотарства [3].

Отже, в умовах ринкової економіки діє чіткий механізм ефективності функціонування виробничих витрат, який визначається взаємодією між ціною та рівнем витрат. Для сільського господарства і зокрема, галузі молочного

скотарства дія ринкового механізму функціонування виробничих витрат має свої особливості, так як не завжди ціна на продукцію перевищує понесені виробничі витрати.

Механізм управління виробничими витратами, а саме планування технології виробництва, та регулювання затрат ресурсів з метою їх мінімізації сприятиме ефективності господарювання.

Для забезпечення виробництва визначених мінімальної і повної потреби населення України у продуктах молочного харчування потрібно вирішити питання: підвищення рівня інтенсифікації, концентрації і спеціалізації виробництва галузі молочного скотарства; застосування прогресивних технологій, що сприятиме зростанню продуктивності тварин; підвищення продуктивності праці і зниження собівартості продукції.

#### **Список використаних джерел**

1. Шпикуляк О.Г. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах / О.Г. Шпикуляк, Ю.П. Воскобійник, О.В. Овсянніков та ін.; за ред. О.Г. Шпикуляка. - К.: ННЦ ІАЕ, 2007. - 294 с.
2. Статистичний збірник „Сільське господарство Черкащини” за 2014 рік / за ред. В.П. Приймак. - Черкаси: Головне управління статистики у Черкаській області, 2015. - 252 с.
3. Дем’янченко С.І. Менеджмент виробничих витрат у сільському господарстві. Підручник / С.І. Дем’янченко. – К.: КНЕУ, 1998. – 264 с.

## **СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ**

**Д.В. Нагернюк**

*кандидат економічних наук, ст. викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Для України підписання Угоди про асоціацію з ЄС і відкриття європейського ринку є безумовно важливим і необхідним для забезпечення її подальшої інтеграції у глобальний економічний простір, зокрема відкриваються нові можливості та перспективи у розширенні такого важливого напрямку сільського розвитку як сільський зелений туризм.

Важливим питанням є ідентифікація сільського туризму та його визначення на законодавчому рівні. Необхідно законодавчо закріпити усталені визначення базових положень і термінів (сільський, аграрний, зелений туризм, зайнятість у сфері сільського туризму, агротуристична оселя), чітко розмежувати поняття підприємницької і підсобної діяльності в сфері сільського туризму, забезпечити закріплення певних пільг та преференцій (сплата податків, оплата комунальних послуг, електроенергія тощо) і встановлення ефективних регуляторів, запровадження яких сприятиме активізації його розвитку. Складність у визначенні породжується тією обставиною, що це

багатогранна, міжсекторальна діяльність, яка зародилась і є більш поширеною на урбаністичних територіях. У сільській місцевості туристична діяльність набуває принципово інших ознак і є дієвим механізмом розвитку села, тобто важелем політики сільського розвитку.

Перешкодою на шляху розповсюдження ідеї сільського зеленого туризму є відсутність інформаційно-консультаційного забезпечення селян. Досить часто сільський туризм ототожнюють з високо прибутковим бізнесом. Проте туристичні послуги у сфері сільського зеленого туризму не обов'язково належать до підприємницької діяльності. Стаття 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» [1] визначає використання майна садиби, зокрема, для надання послуг у сфері сільського зеленого туризму, як діяльність, що не є підприємницькою.

Така діяльність може здійснюватися без створення юридичної особи в рамках особистого селянського господарства індивідуально або з залученням інших членів родини, які спільно проживають. Ці послуги можуть включати також реалізацію надлишків власної сільськогосподарської продукції, що також не потребує реєстрації як підприємців.

Важливими є питання пропагування та просування в Україні самої ідеї сільського зеленого туризму в цілому. Насамперед повинні бути активізовані місцеві органи влади щодо підтримки сільського зеленого туризму, які мають зрозуміти, що зелений туризм – це додаткові гроші й поліпшення інфраструктури району [2]. Відповідно вони повинні забезпечувати: розвиток обслуговуючої інфраструктури, забезпечення дорожньо-транспортним зв'язком; сприяння ініціативам щодо позначення велосипедних та пішохідних маршрутів, впорядкування пляжних місць; допомога в організації регіональних ярмарок, виставок; проведення навчальних семінарів, тренінгів; допомога з інформаційним забезпеченням цього виду підприємницької діяльності (реклама, друкування брошур про туристичний потенціал регіону та його окремих районів, адрес агротуристичних господарств тощо); сертифікація садиб. Реалізація відповідних заходів дасть змогу отримати необхідні знання з сільського зеленого туризму всім тим, хто вже розпочав цю справу або має бажання та можливості її розпочати.

Розвиток сільського зеленого туризму передбачає потенційні вигоди для сільських районів. Туризм виступає важливим джерелом робочих місць для сільських громад, особливо для тих, які знаходяться в демо- чи агродепресивних та економічно відсталих районах; вирішує демографічну проблему: молодь залишається на селі завдяки наявності цікавої та перспективної роботи; створює додатковий дохід для членів сільських громад з використанням власних можливостей та ресурсів селянського господарства; підтримує відродження та збереження традиційної культури, мистецтв та ремесел; зберігає екологічний стан та привабливість довкілля через зниження техногенного виробничого впливу на природні ресурси.

Отже, спрямування сільського зеленого туризму позиціонується як стійкий вид туризму, який в змозі сприяти рішенню багатьох комплексних проблем. Розвиток сільського зеленого туризму варто розглядати не як суто

комерційну діяльність, а як соціально-економічне явище, яке відроджує село, зберігає його традиційні цінності та сільські громади.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003 № 742-IV – ВВР, 2003, № 29, ст. 232 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/742-15>
2. Кудла Н.Е. Роль органів місцевого самоврядування у розвитку агротуристичного руху / Н.Е. Кудла // Економіка АПК. – 2006. – №2. – С. 30 – 34

## **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

**В.О. Непочатенко**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Інновації й інноваційна діяльність традиційно представляються як напрямок науково-технічного прогресу і як процес, пов'язаний із впровадженням результатів наукових досліджень і розробок у практику. Однак зміст поняття «інновація» більш широкий. Сфера інновацій багатогранна, вона не тільки охоплює практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, але й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає як явний фактор зміни, як результат діяльності, втілений у новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги і нові підходи до задоволення соціальних потреб [1].

Інноваційний процес в готельній індустрії досить специфічний. Він отримує своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і ступінь задоволеності клієнта, а з іншого боку, завдяки прийняттю спільних рішень туристськими організаціями, органами управління галуззю в регіоні, органами місцевого самоврядування і громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з гостинністю. Тільки така взаємодія всіх елементів інноваційного процесу може привести до появи істотного ефекту, вираженого в якості розвитку галузі [2].

Інноваційний процес являє собою сукупність процедур і засобів, за допомогою яких наукове відкриття, ідея перетворюються в соціальне, у тому числі, освітнє нововведення. Таким чином, діяльність, що забезпечує перетворення ідей у нововведення, а також формує систему керування цим процесом, і є інноваційна діяльність. Нововведення при такому підході розуміється як результат інновації, а інноваційний процес містить у собі, принаймні, три етапи: генерування ідеї (у певному випадку - наукове відкриття), розробка ідеї в прикладному аспекті, реалізація нововведення в практиці.

Відокремимо чотири види інновацій, що мають місце в готельному бізнесі. Це продуктові, маркетингові, ресурсні та організаційні.

Продуктові інновації спрямовані на створення нових послуг та впровадження нових технологій обслуговування:

- застосування сучасних клінінгових технологій (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія);
- встановлення енергозберігаючих технологій (автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води);
- використання екологічних матеріалів (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями);
- аромотехнологія тощо.

Маркетингові інновації пов'язані з появою технологій дистрибуції в електронних системах бронювання, що дозволяють в режимі on-line керувати процесом бронювання.

Ресурсні інновації передбачають застосування електронної системи управління готелем та системи планування ресурсів підприємства.

Організаційні інновації пов'язані з розвитком готельного підприємства в системі та структурі управління: новітні методики навчання персоналу, купівля готельної франшизи, створення власної готельної мережі тощо.

В економічній літературі виділяють шість типів інноваційних стратегій підприємства: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна, стратегія «ніші».

Наступальна стратегія пов'язана з прагненням підприємства досягти технічного й ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових товарів та послуг. Така стратегія передбачає постійну орієнтацію підприємства на світові досягнення науки й техніки, наявність наукових розробок, що фінансуються та здійснюються самим підприємством, швидке реагування та пристосування до нових технологічних можливостей.

Захисна стратегія спрямована на утримання конкурентної позиції підприємства на існуючих ринках. Даної стратегії дотримується більшість підприємств, які уникають надмірного ризику. Вони прагнуть рухатися на крок позаду від «новаторів» та впроваджують інновації, лише заздалегідь впевнившись у їх перспективності.

Імітаційна стратегія використовується підприємствами, які не є піонерами у випуску на ринок тих або інших нововведень, але долучилися до їх виробництва, придбавши у фірми-піонера ліцензію. Деколи імітація може відбуватися й без дозволу фірм-лідерів, тобто піратським способом.

Залежна стратегія відзначається тим, що характер інноваційних змін на підприємстві залежить від політики інших фірм, які виступають як основні у коопераційних технологічних зв'язках. «Залежні» підприємства не роблять самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані з вимогами, що висуває до неї провідне підприємство.

Стратегія «ніші» є реакцією керівництва на зовнішні сигнали ринку чи інституційного середовища. Інноваційна діяльність тут полягає у пошуку інформації щодо можливостей знаходження особливих ніш на існуючих ринках

товарів та послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб.

Традиційна стратегія передбачає вдосконалення форм обслуговування існуючої продукції, тому їй також притаманні риси інноваційної поведінки. Виробництво товарів стає традиційним внаслідок закріплення за ним певних інноваційних форм на тривалий період його «життєвого циклу». Тому, якщо підприємство на підставі ретельного аналізу ринкової ситуації та стану конкурентів цілком впевнено у сталості ринку та споживчих перевагах своєї продукції, воно може свідомо дотримуватися традиційної стратегії.

Саме традиційну інноваційну стратегію розвитку обирає переважна більшість вітчизняних готельних підприємств, намагаючись постійно вдосконалювати якість обслуговування.

В умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.

#### **Список використаних джерел**

1. Новіков В.С. Інновації в туризмі: посібник для студ. висщ. навч. закладів / В.С. Новіков. - М: Академія, 2007. -208 с.
2. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму та готельного господарства: навч. посіб / С.А. Севастьянова. - М: КНОРУС, 2007. - 256 с.

## **ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Л.М. Нещадим**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

У ринкових умовах виробники аграрної продукції намагаються стати повноправними учасниками зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств агропромислового комплексу України в сучасних умовах доводить необхідність суттєвої трансформації системи економічних відносин, яка охоплює виробництво, рух, експорт аграрної продукції. Однак ефективність здійснення ЗЕД регіональними аграрними підприємствами неможлива без створення відповідної

інфраструктури, яка забезпечить вільний рух агропромислової продукції, с-г сировини та засобів виробництва від експортерів, імпортерів до споживачів.

З ліквідацією державної системи контрактації сільськогосподарської продукції стара інфраструктура зовнішньоекономічної діяльності виявилася неспроможною забезпечити ефективне функціонування аграрних товаровиробників. З'явилося багато комерційних посередницьких структур, які не мали відповідної матеріально-технічної бази і купували та експортували продукцію за непрозорими схемами, що призвело до значної тінізації даного виду діяльності. Потрібна була спеціальна ринкова інфраструктура для здійснення прозорих процедур експорту продукції, у тому числі посередницьким комерційним структурам, а також розгалужена заготівельно-збутова мережа, зорієнтована на велику кількість продавців і покупців та різних товарних партій продукції.

Часткове розв'язання проблемних питань формування інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності відбулося у червні 2000р. із виданням Указу Президента України "Про першочергові заходи щодо формування і функціонування аграрного ринку". В Указі було порушено два основні завдання: створення ринкової інфраструктури, форм і механізмів організованої оптової торгівлі та спрямування товаропотоків сільськогосподарської продукції, у тому числі експортних, через прозорі процедури аграрного ринку.

Сучасна інфраструктура зовнішньоекономічної діяльності в Україні знаходиться в стадії формування відповідно до розвитку аграрних відносин у країні. Характерною особливістю становлення інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах є те, що в ній виникло багато посередницьких структур – партнерів агропідприємств, однак назвати їх інституціями інфраструктури можна лише умовно. Такі посередницькі фірми не забезпечують прийнятну ціну для виробників, при цьому маючи на цій посередницькій операції значний зиск, а агровиробники втрачають значну частину прибутку.

Необхідність подальшого формування та функціонування інфраструктури ЗЕД аграрних підприємств продиктована викликами глобалізації. Сьогодні більшість вітчизняних експортерів агропродукції потребують підтримки, суть якої полягає у кооперації зусиль сільськогосподарських виробників для одержання необхідної інформації, заготівлі, переробки і збуту своєї продукції, отримання кредитів на придбання сучасної техніки, застосування нових технологій у рослинництві та тваринництві.

Проблемними питаннями щодо підвищення ефективності управління ЗЕД аграрних підприємств на регіональному рівні залишаються:

- відсутність конкурентного ринку збуту с-г продукції особистих селянських та фермерських господарств, яка становить понад 80 % виробництва;

- відсутність цільових програм, що фінансуються з місцевих та державного бюджетів для закупівлі обладнання, техніки та причіпного знаряддя, що дало б можливість діяти і розвиватися новоствореним аграрним підприємствам, які надають послуги;

- недостатня забезпеченість обладнанням заготівельно-збутових та переробних підприємств області, сервісні кооперативи потребують оновлення існуючої матеріальної бази, яка сформована за рахунок зношеної с-г техніки, що часто виходить з ладу та потребує ремонту;

- обмежений доступ до кредитних ресурсів у зв'язку з відсутністю достатньої застави.

Формування інфраструктури ЗЕД містить у собі створення комплексної багаторівневої системи, мета якої - сприяти зростанню експортного потенціалу і, на цій основі, задовольнити інтереси експортерів-товаровиробників. Розвиток комплексної інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності припускає поетапне вирішення вищезазначених проблем, розвиток єдиного інформаційного, маркетингового, матеріально-технічного середовища для здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Інфраструктура ЗЕД повинна генерувати цінові сигнали як результат взаємодії попиту та пропозиції [1].

Поряд з іншими проблемами вітчизняних сільгоспвиробників тривалий час відсутня інфраструктура цивілізованих оптових с-г ринків, на яких селяни могли б з вигодою продавати вирощений врожай, що помітно гальмує динаміку розвитку ЗЕД [2, 3]. Збутові проблеми вітчизняного сільгоспвиробника можна було б вирішити шляхом створення розгалуженої мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції (далі – ОРСП) [4].

Так, при номінально великій кількості ринків, що реалізують дрібним оптом сільгосппродукцію (350 ринків), оптова інфраструктура ЗЕД в Україні практично відсутня (винятком можна вважати оптові ринки с-г продукції: ринок худоби (м. Жашків Черкаська обл.), “Шувар” (м. Львів), “Копань” (м. Херсон), “Чарівник” (Київська обл.). Цьому є кілька пояснень: неврегульованість земельного законодавства й відсутність дешевої землі поруч із великими містами для організації ОРСП; необхідність вкладення великих інвестицій і тривалий строк окупності (близько 10 років); неврегульованість адміністрування ринкових зборів (місцеві влади можуть встановити високий ринковий збір, що зменшить ефективність роботи) [4].

Створення системи таких ринків в областях дозволить вивести 20 – 30% с-г продукції, вирощеної дрібно- і середньотоварними господарствами, з тіньового на прозорий ринок, забезпечить відкриті торги між виробниками і їх споживачами і формування справедливих до обох сторін цін. Крім того, ОРСП сприятимуть [2]:

- удосконаленню процесу реалізації продукції, більш ефективному використанню каналів збуту, протистоянню несправедливій конкуренції, задоволенню потреб споживачів щодо якості та кількості продукції;

- розширенню послуг збуту с-г продукції для товаровиробників;

- підвищенню ефективності галузі сільського господарства та переробних підприємств.

Отже, дана проблематика актуальна в умовах євроінтеграційних устремлінь України, тому що оптові сільгоспринки можуть зіграти провідну роль у реалізації продукції сільського господарства в європейські країни [2, 3]. Проблема для вітчизняних сільгоспвиробників полягає в тому, що в



Європейському Союзу діють чіткі вимоги щодо стандартизації якості продукції. І попри те, що в Україні виробляється екологічно чиста с-г продукція, що відзначають потенційні Європейські покупці, вона не стандартизована, тому не має виходу на європейський ринок.

#### **Список використаної літератури:**

1. Майстро С. Формування та напрями державного регулювання розвитку інфраструктури аграрного ринку [Електронний ресурс] / С. Майстро. – Режим доступу: [www.nbuuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2007-2/doc/2/08.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2007-2/doc/2/08.pdf) – С.4
2. Сайт державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ>
3. Кількість бірж [Електронний ресурс] //Сайт головного управління статистики у Черкаській області. – Режим доступу: [http://www.stat.cherkassy.ua/?p=stat\\_inform](http://www.stat.cherkassy.ua/?p=stat_inform)
4. Механізм біржової і торгівлі продукцією АПК – елемент ринкової інфраструктури /За ред. О.М. Шпичака. – К.: ІАЕ УААН, 2014. – 86 с

## **ІНВЕСТИЦІЙНІ РЕСУРСИ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ВІДТВОРЮВАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**І.М. Новак**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Нинішні трансформаційні процеси економічної системи України направлені на формування оптимального середовища функціонування господарських суб'єктів, що буде адекватним умовам господарювання провідних країн світу. Це вимагає активізації відтворювальних процесів реального сектору економіки та залучення додаткових фінансових ресурсів. Саме інвестиційна діяльність стає основою даного процесу і надає можливість швидко усунути диспропорції, що впливають на розвиток народного господарства. Більш чітко визначення даного процесу надав Є.А. Стефанович: «це комплекс заходів держави, фізичних та юридичних осіб, спрямований на ефективне розміщення ресурсів з метою отримання очікуваного ефекту (результату)»[1]. При цьому, на думку автора ефектом повинен бути не лише прибуток як економічна категорія, а й як соціальна, що відображається у відтворенні інфраструктури, покращенні соціальних стандартів життя тощо.

У той же час, несприятливі економічні та політичні умови негативно впливають на інвестиційний клімат та погіршують позиції країни у світових рейтингах. Так, за показником глобального індексу конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму Україна у 2014 р. посіла 84 місце серед 148 країн, проти 82 – у 2013 р. та 73 – у 2012 р. За індексом технологічного розвитку динаміка також є від'ємною – у 2014 р. 95 місце, проти 81 місця у 2013 р. Україну відносять до групи транзитивних країн, які конкурують за

допомогою низькотехнологічних засобів виробництва та мають низький рівень продуктивності праці. Індекс інноваційності вітчизняної економіки щороку погіршується якщо у 2013 р. країна займала 73 місце, то у 2014 р. – 93 серед 148 країн[2]. Це пов'язано перш за все з тим, що економіка має низьку насиченість новітніми технологіями, а обсяг і якість інвестицій, що виступають важливим джерелом трансферу технологій, не відповідає потребі.

Слід відзначити, що економічне зростання, як свідчить світова практика, забезпечується капіталовкладеннями на рівні 25-30% від ВВП. На жаль нинішні тенденції інвестування в країні не відповідають визначеному рівню (таблиця).

Таблиця

**Показники інвестування економіки України\***

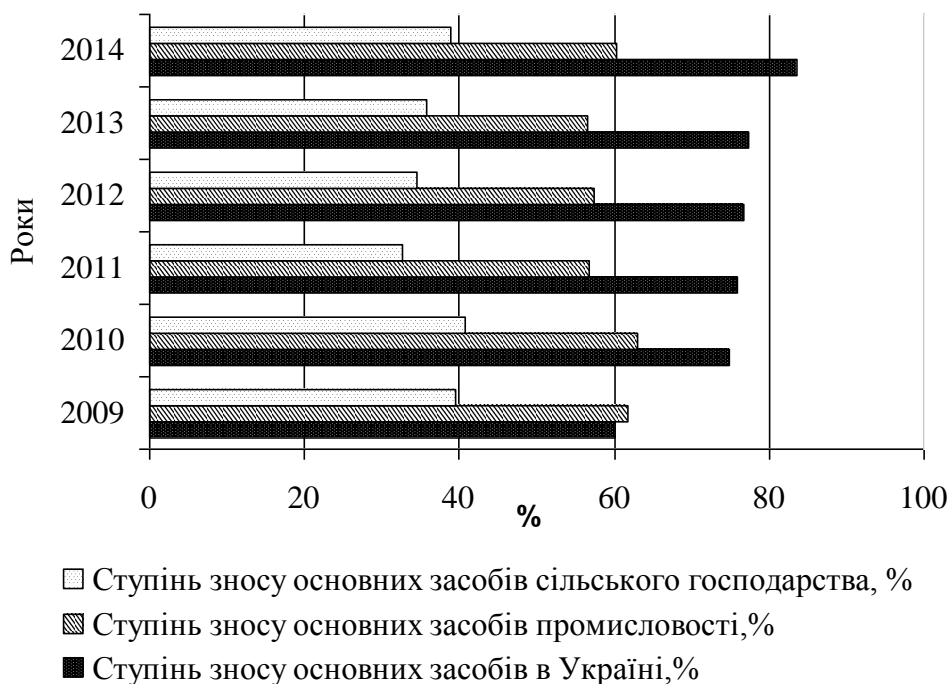
Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013р.	2014 р.
ВВП у фактичних цінах, млн. грн.	1082569	1316600	1408889	1454931	1566728
Темпи зростання до попереднього року у порівняльних цінах (%)	118,5	121,6	107,0	103,3	107,7
Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах, млн. грн	171091,9	238174,6	263727,7	247891,6	204061,7
Темпи зростання до попереднього року у порівняльних цінах (%)	99,4	139,2	108,3	88,9	75,9
Інвестиції в основний капітал до ВВП, у %	15,8	18,1	18,7	17,0	13,0
Річний приріст ПІІ у загальному обсязі інвестицій	11,8	11,7	9,5	6,2	-19,5
Прямі іноземні інвестицій до ВВП, у %	4,7	4,3	4,7	2,4	0,3

\* За даними Державного комітету статистики України за 2010-2014 рр.

Дані наведені в таблиці вказують на те, що інвестиційна ситуація в країні не забезпечує необхідний рівень капіталу для економічного зростання та щороку погіршується. Адже, в Україні у 2014 р. внутрішні капіталовкладення становили 13,0% від ВВП, зовнішні – 0,3% від ВВП, найкращі показники за досліджуваний період були у 2012 р., а саме – 18,7% та 4,7% від ВВП. Отже, дефіцит інвестиційних ресурсів в Україні у 2012 р. становив 1,6% від ВВП (або 22542,2 млн. грн) та 11,7% від ВВП у 2014 р. (183307,1 млн. грн) за світовими стандартами.

Так як інвестиціям належить головна роль у відновленні і зростанні виробничих ресурсів, а також і застосуванні інноваційних технологій, то

відповідно, їх скорочення має протилежне значення і наслідки. Динаміка стану основних засобів в Україні та провідних галузях наведена на рисунку.



**Рис. Динаміка стану основних засобів в Україні\***

\* За даними Державного комітету статистики України за 2009-2014 рр.

Дані рисунку підтверджують рейтинги Всесвітнього економічного форуму за якими Україна за рівнем технологічного розвитку має від’ємну динаміку, адже ступінь зносу основних засобів у 2014 р. становив 83,5% по країні, проти 60,0% у 2009 р. Найгірша ситуація з оновленням основних засобів у промисловості – вона коливається в межах 60–65%, у сільському господарстві на рівні 38–40% відповідно. Все це вказує, що за досліджуваний період не відбулося залучення потрібних додаткових фінансових ресурсів, а отже і відтворювальних процесів у реальному секторі економіки. Проведені заходи інвестиційної політики не мали реального результату.

Отже, особливістю інвестиційної діяльності в Україні є і те, що вона відбувається за умов економічної та політичної кризи, зростання дефіциту фінансових ресурсів та цілої низки, пов’язаних з цим, соціально-економічних проблем. Крім того, інвестиційний процес є одним з найбільш складних та ризикованих видів фінансово-економічної діяльності. Його результати мають безпосередній вплив на ефективність соціально-економічних перетворень як на макроекономічному, так і на мікроекономічному рівні господарювання. Капітал потрібен для приведення галузевої структури народного господарства у відповідність до вимог ринкової економіки, фінансової та економічної стабілізації, створення нової системи, спроможної стимулювати економічне зростання. Враховуючи, що інвестиції є потужним фактором розвитку економіки, потрібно приділяти особливу увагу питанням та проблемам інвестиційної діяльності в Україні при формуванні інвестиційної політики держави.

### Список використаних джерел

1. Стефанович Є.А. Інвестиційна діяльність як економічне явище / Є.А. Стефанович // Економіка та держава. – 2010. – № 11. – С.60–64.
2. The Global Competitiveness Report 2013-2014: Full Data Edition. – Geneva: World Economic Forum, 2012. – Р. 15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2013-14.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf)

## ПСИХОЛОГІЯ ЖІНКИ-ЛІДЕРА

**Л.А. Осадча**

*кандидат психологічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Психологією лідерства цікавляться давно. Лідер - це перш за все людина, на поведінку якого орієнтовані члени групи; саме він задає тон і деякий стандарт поведінки, визначаючи цілі і завдання групи.

У наш час лідерами, керівниками стають не лише чоловіки, як переважно було раніше, але і жінки. Жінки ламають стереотипи, властиві лідерам, керівникам, приносять в ділове життя нові риси і зміни. Тому метою нашої статті є дослідження психологічних особливостей жінки-керівника.

Сходження по сходах успіху виявилось справою важкою і небезпечною. Ділова жінка повинна постійно доводити собі і іншим, що займається саме своєю справою.

Але у жінки є ряд переваг, реалізувавши які, вона може стати успішним керівником. Жінка-лідер володіє тоншим соціальним інтелектом, вона тонше відчуває нюанси стосунків, у тому числі і відношення до себе. Правда, її більше, ніж чоловіків, підстерігає небезпека підкоритись впливу своїх емоцій. А істеричність і лідерство - це речі несумісні.

Жінка володіє більшою контактністю і практичністю мислення. Якщо чоловік схильний будувати довгострокові плани, розраховувати на довгострокову перспективу, то жінка віддає перевагу конкретно гарантованому результату, "тут і зараз". Жінка краще за чоловіка контролює свої і чужі помилки; вона, як правило, краще формулює свої думки і виражає ідеї. Відмічено, що вона менше, ніж чоловіки реагує на залицяння і сексуальні домагання в ділових стосунках. Вона чітко розрізняє справу і розваги.

Слово ділової жінки відрізняється емоційністю, їй не властива суха лаконічна мова. У скрутні хвилини будь-якій жінці необхідно виговоритися, зберігати в глибині свої переживання їй не властиво. Піддавшись настрою, жінка може дати волю словам і відчуттям. Який би пост керівника не займала жінка, вона завжди внесе з собою особисті переживання, емоційне забарвлення подій, глибоке сприйняття міжособових стосунків.

У ділової жінки, в порівнянні з чоловіком, при доведенні початого до кінця є своєрідна перевага - вона уміє вчасно зупинитися. Чоловік зазвичай

неухильно прагне до мети. Всяка зупинка зачіпає його самолюбивість. Постійно налягаючи на справу, він швидко видихається. У жінки дещо інша тактика: якщо справа не йде, вона зупиняється, поволі нагромаджуючи сили і знаходячи ефективніші засоби для "настання". Питання про гнучку тактику, досягши результатів - один з ключових в процесі керівництва.

У ділової жінки з добре розвиненим відчуттям інтуїції свої фірмові методи. Керівник-жінка на роботі і удома може бути досконало різною. Знаходячись біля фінансового керма будинку, вона може бути типовою розтратницею, в той же час, відповідаючи за фінанси за службовим обов'язком, вона відповідає типовому образу фінансиста - не давати грошей, коли вони потрібні, і пропонувати, коли вони не потрібні.

Жінки-керівники мають вищий рейтинг по 19 з 25 категорій в порівнянні з жінками-виконавцями. Ці дані наводяться на підставі дослідження більше 19000 співробітників 100 великих і малих підприємств (опит ERIQ). Чоловіки-робітники поважають жінок-начальників навіть більше і ставлять їх вище за начальників-чоловіків по 23 з 25 категорій.

Жінки добре виконують свою роботу. Дослідження показують, що жінки-керівники повсюдно проявляють себе особами яскравими, сильними, гнучкими, стійкими, прямими і здатними працювати багато годин підряд. Крім того, вони самодостатні і упевнені в собі, їм не потрібний зовнішній контроль.

Жінки можуть грати в команді. Жінки-керівники приблизно на 5% більш, ніж керівники-чоловіки, схильні вислуховувати думку підлеглих. Що стосується лояльності по відношенню до підлеглих, то результати досліджень показали, що 29% жінок і 22% чоловіків вважають, що жінки-начальники лояльніші до своїх підлеглих. (60% жінок і 59% чоловіків вважають, що керівники обох половин в цьому рівні).

Жінки здатні впоратися і з сім'єю, і з роботою. Переважна більшість - 94% з 100 працюючих матерів, в яких діти знаходилися удома, вважають, що вони добре справляються з обома роботами. Як це їм вдається? 39% вважають, що вони є дуже організованими людьми, 21% вважають, що їм в цьому допомагає чоловік. Психологи згодні з тим, що хоча жінки і отримують меншу плату за рівну з чоловіками працю, робота для них важлива сама по собі, просто для самоповаги. Насправді, працююча жінка з дітьми менш схильна до ризику депресії, чим непрацююча.

Найбільш значимим мотивом трудової діяльності у жінок виявився мотив матеріальний, хоча і з відтінком психологічним: їм подобається мати свій заробіток і бути незалежними.

На другому місці - мотив морально-етичного плану: вони працюють, тому що завдяки роботі відчують себе потрібними людьми і не уявляють своє життя без роботи.

На третьому місці - мотиви, які можна назвати "компенсаторними": завдяки роботі жінки не відчують себе самотніми; на роботі вони забувають про домашні і особисті нелади, неприємності.

Жінки дуже пізно наважуються робити кар'єру. Часто лише через десять років роботи на фірмі вони наважуються зайняти вище положення, але для запланованої кар'єри це надто пізно!

Більшість жінок дуже пасивні. Замість того, щоб щось зробити самим, вони дозволяють подіям йти своєю чергою. Жінки вважають, що вирішальним чинником професійного успіху є їх самореалізація. В результаті такої "егоцентричності" вони перестають цікавитися істотнішими речами в своєму оточенні, такими, скажімо, як система стосунків і інформаційних каналів на підприємстві, що виникають на неофіційному рівні. Вони не визнають і не сприймають яких-небудь взаємних лояльних стосунків, залежностей стосунків типу "ти - мені, я - тобі", взаємної корисності, протекцій, що виникають між співробітниками і завжди рахуються до певної міри в своїй діяльності з чоловіками.

Отже, конкретний вибір життєвої дороги жінка робить сама, відповідно до своїх особистих якостей, переваг, смаків, обставин життя, але можливість такого вибору сильно залежать від того, яку економічну і моральну підтримку надасть їй держава і суспільство на кожній з вибраних нею доріг.

#### **Список використаних джерел**

1. Комарів Е.І.: Жінка-керівник / Комарів Е.І. – К. Вища школа, 2002. – 189с.
2. Крічевський Р.Л.: Якщо Ви – керівник / Крічевський Р.Л. – К. Дніпропетровськ 2003.– 245с.

## **ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ**

**І.В.Охріменко**

*доктор економічних наук, професор  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права*

Вихідним методологічним положенням дослідження аграрного ринку виступає визнання його провідної ролі у розв'язанні фундаментальних завдань соціально-економічного розвитку країни. За таких умов надзвичайно важливо детально проаналізувати хід та результати аграрних перетворень в Україні, виявити недоліки та зробити правильні висновки для їх усунення та недопущення в майбутньому. Для цього потрібен макроекономічний аналіз аграрного ринку України як соціально важливої складової її національної економіки.

Формування аграрного ринку в системному розумінні означає його організацію, тобто створення цілісної системи аграрного ринку із необхідних складових частин. Їх можна виділяти за багатьма ознаками, найважливішими серед яких є: характер участі у формуванні системи; продуктова; рольова.

За першою ознакою у складі системи аграрного ринку в цілому необхідно виділити системоутворюючий елемент та підсистеми. Системоутворюючий елемент - це одна з підсистем, яка крім власних завдань виконує ще й завдання

системоутворюючої ланки. Системоутворюючий елемент сучасного аграрного ринку - платоспроможний попит. За другою ознакою аграрний ринок країни як цілісний об'єкт управління необхідно структурувати на окремі продуктові ринки (сектори), на яких предметом купівлі-продажу виступають один або кілька продуктів з однаковими маркетинговими властивостями. Рольові ознаки застосовуються, перш за все, до окремо взятого продуктового ринку. Основних рольових ознак дві: форма торгівлі (оптова, роздрібна); побудова продуктового ринку - атомістична або біполярна.

Окремо слід розглянути взаємозв'язок аграрного ринку з його державним регулюванням. Воно ніби перебуває поза ринком і до його складу не має ніякого відношення. Проте така оцінка надто поверхова. Адже важелі державного регулювання застосовуються для нормалізації стану аграрного ринку, стабілізації його параметрів у соціально доцільних межах. Це завдання може вирішуватись і самим ринком, але ринкові механізми іноді не спрацьовують і тоді включаються важелі державного регулювання. Крім того, вплив на ринок здійснюється за допомогою переважно ринкових інструментів - цін та обсягів продаж. З цих позицій державне регулювання можна розглядати як гарант того, що ринкове саморегулювання не даватиме "відмов", працюватиме надійно і буде забезпечувати його функціонування в інтересах всього суспільства. Тому рекомендується вважати державне регулювання аграрного ринку однією з його рольових складових.

В теоретичному плані слід звернути особливу увагу і на територіальну ознаку класифікації складових аграрного ринку. В сучасній економічній літературі та господарській практиці часто вживається термін "регіональний ринок" чи навіть аграрний ринок окремої адміністративної області як територіальної одиниці. Спостерігаються численні спроби регіоналізації навіть ринків окремих видів сільськогосподарської продукції: молока, цукрових буряків і т.п. На нашу думку, регіоналізація аграрного ринку, виділення регіональних його складових як суто територіальних теоретично неправомірне. Ринок - відкрита система, яка обмінюється з навколишнім середовищем речовиною, енергією та інформацією. Навіть виділення внутрішнього та зовнішнього аграрного ринку є досить умовним. Глобалізація економіки є одночасно і глобалізацією ринку. Територіальні межі країн та адміністративних одиниць всередині них можуть перетворитись на перешкоду на шляху руху товарів лише завдяки штучним заходам позаекономічної природи, тобто адміністративним. Реальна світова практика розвивається в діаметрально протилежному напрямі - формуванні міждержавних союзів (ЄС, ЄП і т.д.). Адже фундаментальною властивістю ринку є конкуренція - рушійна сила ринкової економічної системи. Створити регіональний ринок - значить замкнути, ізолювати обмінні процеси рамками окремої території і цими ж рамками обмежити конкурентні відносини. Отже, територіальна класифікація, регіоналізація аграрного ринку є неправомірною в теоретичному і недоцільною в практичному плані. Об'єктом аналізу можуть виступати не територіальні регіони, а лише територіальні особливості виробництва чи збуту продукції.

Другий етап аналізу - аналіз функціонування аграрного ринку. Змістом цього етапу є визначення повноти виконання ринком своїх функцій. Ефективність функціонування аграрного ринку залежить саме від цього. Термін "функції ринку" означає перелік завдань, які він виконує та цілей, що за його допомогою досягаються. Виходячи з наведеного розуміння функцій аграрного ринку та їх тлумачення у спеціальній літературі рекомендується наступний їх перелік: соціальна, виявлення ринкових цін, стимулююча, селективна, координаційно-управлінська.

Соціальна функція аграрного ринку є найважливішою і її доцільно розглядати як результативну. Аграрний ринок повинен забезпечувати населення належною кількістю продуктів харчування та промислових товарів сільськогосподарського походження, продовольством та предметами першої необхідності - одягом та взуттям. Важливим є також можливість придбання товарів за доступними цінами.

Змістом другої - виявлення ринкових цін - є генерація ринкових цін на сільськогосподарську продукцію та продовольство як цін, що складаються виключно під впливом попиту та пропозиції, врівноважених ринкових цін. Це завдання покладається на ринкову інфраструктуру. Вона є функціональною підсистемою аграрного ринку, його функціональною складовою і відображає особливості здійснення обмінних операцій, торгівлі сільськогосподарською продукцією та продовольством. Одночасно з генерацією ринкових цін вона має виконувати і техніко-економічне завдання сприяння так званому товаропросуванню, тобто переміщенню товарних мас від виробника до споживача. Фізична ринкова інфраструктура включає систему підприємств різних організаційно-правових форм, що виступають ареною фізичної взаємодії покупців та продавців, попиту та пропозиції. В залежності від конкретних особливостей окремих товарів як предметів обміну використовуються такі елементи ринкової інфраструктури: товарні біржі, ф'ючерсні біржі, оптово-продовольчі ринки, ярмарки, аукціони, міські ринки, магазини, ларьки, палатки. Ближчим часом дістане розвиток електронна торгівля з використанням спеціалізованих інформаційних систем як елементів ринкової інфраструктури.

Стимулююча означає заохочення виробництва потрібних споживачеві товарів. Інша форма її прояву - визначення ступеню суспільної необхідності та значимості вироблених товарів.

Селективна функція виконується за допомогою конкуренції. Суть її в тому, що за рахунок дії об'єктивних економічних законів (попиту та пропозиції) конкурентними важелями ринок здійснює відбір найбільш ефективних операторів з боку пропозиції. Витримати конкуренцію зможе лише той, хто запропонує споживачеві більш вдале поєднання ціни та якості.

Координаційно-управлінська функція означає забезпечення дотримання суто ринковими важелями бажаних пропорцій в обсягах виробництва та збуту сільськогосподарської продукції та продовольства в рамках агропромислового комплексу країни з урахуванням зовнішньоекономічних зв'язків. У вичерпно повному обсязі аграрний ринок цю функцію не виконує і тому доповнюється державним регулюванням.



### Список використаних джерел

1. Азаренков Г.Ф. Економічний аналіз / Азаренков Г.Ф., Петряєва З.Ф., Хмеленко Г.Г. - Х.: ХДЕУ, 2003. – 208 с.
2. Аналіз і оцінка ефективності функціонування підприємницьких структур / [ред. О.М. Люткевич]. – Л.: ЛБК, 1997. – 32 с.
3. Аналіз, оцінка та моніторинг якості і ефективності роботи підприємства / [ред. О.Г.Топольницький]. - К., 2003. – 44 с.
4. Барабаш Н.С. Аналіз господарської діяльності. - К.: КНТЕУ, 2005. – 396 с.
5. Аналіз господарсько-фінансової діяльності виробничих підприємств / [ред. Т.О. Герасименко]. - Л.: ЛКА, 2003. – 31 с.
6. Аналіз вигід і витрат / [ред. О.Кілієвич]. - К.: Основи, 1999. – 175 с.
7. SWOT-аналіз - основа формування маркетингових стратегій підприємства / [ред. Л.В. Балабанова]. - Донецьк, 2001. – 180 с.

## ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ МОДАЛЬНИХ ЧАСТОК НА ЗАНЯТТЯХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

**М.В. Паєвська**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

У лінгвістиці, починаючи з 70-х рр., спостерігається зростання інтересу до часток як до об'єкта дослідження. Багато в чому це пов'язано з розвитком комунікативного підходу до дослідження мови, згідно з яким мова розглядається насамперед як засіб спілкування між людьми. Особлива увага приділяється модальним часткам, які відрізняються багатоплановістю семантики і різноманітністю виконуваних функцій у висловлюванні.

Питання, пов'язані з вивченням модальних часток німецької мови, відносяться до ряду настільки складних проблем, що їх рішення не залежить від кількості присвячених їм праць, а вимагає постійного і глибокого аналізу з урахуванням сучасних лінгвістичних напрямків не тільки загальнотеоретичного комунікативного плану, але й прикладного характеру.

У носіїв мови процес вибору і вживання в мові модальних часток автоматизований і завжди ситуаційно обумовлений. Для тих, хто вивчає німецьку мову як іноземну, дана проблема представляє певні труднощі. Адекватне володіння навичками німецької розмовної мови передбачає правильне вживання мовцем модальних часток. З цього випливає, що при викладанні німецької мови необхідно приділяти належну увагу цьому функціональному класу слів.

Доцільно виділити проблеми, вирішення яких буде сприяти адекватному сприйняттю студентами німецької розмовної мови, її повному розумінню й умінню правильно говорити, використовуючи модальні частки.

Основною проблемою у вивченні модальних часток на заняттях з німецької мови як іноземної виступає питання про можливість і доцільність їх вивчення носіями мови (студентами немовного ВНЗ) і питання про те, яким шляхом модальні частки можуть бути вивчені. Питання доцільності вивчення часток на заняттях з іноземної мови виникло тому, що більшість дослідників не визнавали наявності у модальних часток лексичного значення, що пов'язано з неможливістю перекласти їх на інші мови. Але в українській мові налічується велика кількість модальних часток, у зв'язку з чим майже кожен модальну частку німецької мови виявляється можливим перекласти: *Sie haben doch keine Angst vor ihm?* – *Ви ж не боїтеся його?*

Необхідно також зауважити, що модальні частки в німецькій мові мають високу частотність актуалізації в усному, особливо в діалогічному, мовленні і несуть значне комунікативне навантаження. Проблема невживання модальних часток носіями мови є ознакою відсутності мовної та комунікативної компетенції. Свідченням тому є так звані «Holzdeutsch» - «дерев'яна німецька» іноземців, позбавлена не тільки природної виразності, а й багатьох прагматичних нюансів, від яких залежить успішність комунікації.

К. Хеггелунд [1] справедливо вказує на те, що носії німецької мови (навіть діти) автоматично вживають в діалогах модальні частки. Проте процеси оволодіння рідною мовою та іноземною на заняттях зовсім різні. Тут слід, насамперед, дотримуватися контрастивного підходу, коли засвоєння іноземної мови відбувається на основі рідної. Тому при вивченні німецьких модальних часток спочатку студентами повинні бути з'ясовані всі типи модальних часток рідної мови, їх класифікація, значення, функції. Наприклад, німецьким модально-обмежувальним часткам (*ja, bloss, nur*) відповідають українські обмежувально-вказівні (*тільки, лише, хоч, хоч би, виключно*): *Lass uns bloß nicht mit deinen Problemen!* – *От тільки не треба залишати нас з твоїми проблемами!*

Іншою проблемою у вивченні німецьких модальних часток студентами є проблема неправильного їх вживання [2]. Вирішення цієї дидактичної проблеми є можливим завдяки правильно підібраним принципам:

– значення модальних часток слід описувати на матеріалі висловлювань з певною ілюстративною функцією, і тільки після з'ясування їх значень можна переходити до узагальнення - до опису семантичного інваріанта частки. *Was machst du denn hier? Du bist doch verheiratet und solltest zu Hause sitzen!* — *Що ти тут робиш? Ти ж одружена і маєш сидіти вдома!* (*Doch* у стверджувальному реченні завжди вказує на явне чи можливе протиріччя між позиціями мовця і його співрозмовника).

– матеріал для вивчення часток повинен бути підібраний таким чином, щоб аналізовані висловлювання не містили, крім описуваної частки, інших засобів з «модусною» семантикою [3]: *«Leidige Geschäfte!» Die Mallebré schüttelte mißbilligend die schwarzen Wasserwellen. «Sie sind doch hier, um sich zu erholen» (E. Kästner "Drei Männer im Schnee")*. Підкреслені слова в наведеному прикладі є зайвими при вивченні семантичного значення частки *doch*, оскільки роблять очевидним її негативний відтінок.

– для з'ясування значення модальної частки у висловлюванні з конкретною ілокутивною функцією, слід розглядати те смислове прирощення, яке додається до ілокутивної семантики висловлювання без даної частки;

a) - *Es klopft an der Tür. Das ist Afra* (ствердження).

b) - *Es klopft an der Tür. Das ist wohl Afra* (припущення).

Наступною проблемою при вивченні модальних часток є особливе інтонаційне оформлення речень з частками, оскільки інтонація в даних реченнях відіграє велику роль і впливає на сприйняття і розуміння фрази.

a) *Karl ist doch gekommen.* (наголошений *doch* є прислівником);

b) *Karl ist doch gekommen?* (ненаголошений *doch* є модальною часткою і відповідно перекладається). Отже, якщо наголосом підкреслюється лексема *doch*, то ми маємо справу не з часткою, а з прислівником або з іншою частиною мови.

Формуванню правильного інтонаційного оформлення речень можуть сприяти перегляди німецьких навчальних фільмів і прослуховування аудіо-записів носіїв мови. Студентам можна порадити частіше використовувати сучасні засоби масової інформації для постійного закріплення того, що було вивчено під час занять. До речі, використання письмових ЗМІ, таких як німецькі газети і журнали (наприклад, *"Die Welt"*, *"Die Zeit"*, *"Focus"*, *"Spiegel"*, *"Bild"* та ін.), також є корисним при вивченні модальних часток, які активно використовуються в німецькій пресі.

Останньою, на наш погляд, особливо суттєвою проблемою, яка виникає при вивченні німецьких модальних часток в діалогічному мовленні, є відсутність необхідного спілкування студентів з носіями мови. Однією з можливостей вирішення даної проблеми є використання технологій інтерактивного навчання. Інтерактивна педагогічна взаємодія характеризується високим ступенем інтенсивності спілкування його учасників, а отже можливістю використання часток у мікродіалогах, бесідах, рольових іграх тощо. Завдання викладача тут полягає, насамперед, у виборі цікавої для студентів теми. Наприклад, студентам спеціальності «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» можуть бути запропоновані рольові ігри *«Im Reisebüro»*, *«Die Ticketreservierung»*, *«Am Flughafen»*, *«Im Hotel»*; діалоги: *Gast und Kellnerin*, *Rezeptionist und Anrufer*, *Fremdenführer und Tourist*, *Reisebüroassistent und Kunde*; дискусії, інтерв'ю, «круглі столи» на теми *«Pauschalreise oder Camping-Urlaub»*, *«Rucksacktour: pro und contra»*, *«Mit dem Reisebus oder mit dem Flugzeug»* тощо. За умов доброзичливого ставлення і толерантного спілкування студенти непомітно входять в свої ролі починають проявляти емоції, такі як подив, радість, наполегливе прохання, бажання наполягти на своїй точці зору, цікавість, занепокоєння, обурення і багато інших почуттів, що можуть бути висловлені шляхом використання різних модальних часток.

Отже, необхідно відзначити, що в процесі викладання німецької мови модальним часткам повинно бути приділено особливе місце. Це пояснюється тим, що без спеціального їх розгляду та вивчення (однієї лише поверхневої їх констатації явно недостатньо) неможливо зрозуміти їх лексичне значення, функцію і ситуації, в яких вони досить широко представлені.

Все це і визначило розгляд модальних часток як однієї з основних проблем у навчанні німецької мови.

#### **Список використаних джерел**

1. Heggelund K.T. Zur Bedeutung der deutschen Modalpartikeln in Gesprächen unter Berücksichtigung der Sprechaktentheorie und der DaF- Perspektive // Linguistik Online 9. – № 2. – 2001. S. 1–22.

2. Кобозева И. М. Проблемы описания частиц в исследованиях 80-х годов // Прагматика и семантика. М.: ИНИОН, 1991.– С. 147–176.

8. Колесников А.А. Проблемы употребления немецких модальных частиц студентами-экономистами на занятиях по устной речи// Лингводидактические проблемы обучения иностранным языкам. Межвузовский сборник научных статей. - Белгород: БелГУ, 2003. –Вып. 2. –С. 129–131.

## **ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**І.М. Пампуха**

*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

Сучасний етап розвитку економіки України пропонує якісно нові аспекти вимог до управління конкурентоспроможністю підприємств. Умови формування ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби на ринку, підвищенням рівня комерційного ризику, важким фінансовим станом більшості підприємств, що потребують пошуку нових альтернативних способів розвитку підприємств та забезпечення їхнього ефективного функціонування. Для вирішення даного питання виникає необхідність в удосконаленні управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом використання сучасних принципів менеджменту, маркетингової справи, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності.

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

Необхідність управління конкурентоспроможністю підприємств обумовлюється, насамперед, швидкими змінами зовнішнього середовища, виникненням важко передбачуваних економічних і фінансових ситуацій [2]. На наш погляд, саме ефективна система управління конкурентоспроможністю забезпечить стійке положення підприємства на ринку, стабільне підвищення його конкурентних переваг у швидких і мінливих умовах зовнішнього середовища.

Під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміють аспекти виконання загальних функцій управління, що визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів. У даній сфері діяльності суб'єкта господарювання реалізуються за допомогою таких засобів: як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності [3].

Управління витратами – складова система управлінського обліку. С. Ф. Голов розглядає управління витратами як принципово нову систему, яка дає змогу чітко відстежувати, аналізувати й контролювати витрати підприємства [4]. Т. П. Карпова вважає, що управління витратами включає такі елементи: планування, нормування, облік, калькулювання, економічний аналіз, контроль, регулювання та прогнозування витрат [5].

За сучасних умов, коли Україна виходить на міжнародні товарні ринки, питання конкурентоспроможності особливо актуальні та своєчасні. Для того, щоб чітко та правильно сформулювати заходи покращення управління якістю продукції, необхідно мати стійку базу для планування.

Такою організаційно-технічною основою в галузі сільськогосподарського виробництва є покращення якості продукції:

- результати аналізу якості продукції, в процесі якого встановлюються фактичний рівень якості, ступінь відповідності якісних характеристик виробів вимогам національного господарства, населення країни і умовам експорту;
- досягнення науки і техніки;
- результати оцінки рівня якості продукції;
- основні показники якості, що відповідають кращим аналогам вітчизняних та закордонних зразків продукції [6].

Важливим етапом на підприємстві під час процесу формування шляхів удосконалення управління якістю продукції є планування. Такий процес виконується поетапно:

- розробка та впровадження нових високоефективних технологічних процесів і видів продукції;
- збалансування підвищення показників технічного рівня і якості найважливіших видів харчових продуктів і попереджуюча стандартизація сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, якість яких впливає на техніко-економічні характеристики продукції харчової промисловості;
- збільшення питомої ваги виробництва продукції високої якості у загальному обсязі продукції, включаючи продукцію покращеної якості, що користується підвищеним попитом;
- розвиток найбільш ефективних видів продукції, використання яких забезпечує економію витрат суспільної праці;
- своєчасна заміна, зняття з виробництва продукції, що не користується попитом;
- підвищення показників технічного рівня і якості продукції, що випускається [7].

Формування фінансової стратегії підприємства є доволі важким і

трудомістким процесом, оскільки потребує значних витрат часу, праці та виконання комплексних розрахунків. Важливим у здійсненні цього процесу є врахування таких чинників:

- орієнтації фінансової стратегії на загальну стратегію розвитку підприємства на ринку;
- рівня законодавчого та нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності;
- економічної й політичної ситуації в країні;
- типу ринкової позиції підприємства, оскільки вибір фінансової стратегії залежить від маркетингової політики суб'єкта господарювання;
- ресурсного забезпечення підприємства;
- галузевої належності суб'єкта господарювання;
- фінансового стану та конкурентних переваг існуючих і потенційних підприємств-конкурентів, надійності постачальників та покупців;
- рівня ризику фінансової діяльності, що викликається інфляційними коливаннями, різкими стрибками курсу валют, ризиками неплатежів, ймовірністю настання фінансової кризи тощо;
- кон'юнктури товарного і фінансового ринків та її зміни [8].

Підвищення якості продукції має базуватися на основі розробки комплексної, взаємопов'язаної системи технічних, організаційних, економічних і соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва та споживання продукції.

Висока конкурентоспроможність підприємства – результат низької собівартості продукції, високого ступеню диференціації товарів, раціонального сегментування ринку, застосування інновацій, швидкого реагування на потреби ринку. До них також відносяться більш високий рівень продуктивності праці, кваліфікації персоналу, якість і технічний рівень продукції, стратегічне мислення на різних рівнях управління діяльністю будь-якої компанії, що функціонує на ринку.

Варто зауважити, що зміст конкурентної боротьби полягає в завоюванні конкретних споживачів, що користуються послугами конкурентів, а не в діях проти підприємств-суперників. Але, щоб виграти в конкурентній боротьбі, потрібно мати визначену перевагу на ринку, вміти створити фактори переваги над конкурентами у сфері споживчих характеристик товару і засобів його просування на ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Галіцин В. К. Моделі і методи оцінки інвестиційних проектів / В. К. Галіцин, О. П. Суслів, Ю. О. Кубрушко. – К.: КНЕУ, 2011. – 166 с.
2. Донець Л. І. Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства / Л. І. Донець, А. А. Донець // [Електронний ресурс] [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/bmnef/2012\\_1\\_2/15.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/bmnef/2012_1_2/15.pdf)
3. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.
4. Голов С. Ф. Управлінський облік / С. Ф. Голов. – К.: Лібра, 2003. – 704 с.

5. Карпова Т. П. Управленческий учет. / Т. П. Карпова. – М.: Аудит-ЮНИТИ, 1998. – 350 с.
6. Кальцев В. Ф. Проблема оценки экономической целесообразности инвестиций в качество продукции / В. Ф. Мальцев // Вісник СДАУ. – Науково-методичний журнал. Серія „Економіка та менеджмент”, 2005. – Вип. 2. – С. 213.
7. Апілат О. В. Підвищення якості послуг в туризмі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.07.05 „Економіка торгівлі та послуг” / О. В. Апілат – Харків, 2001. – С. 16.
8. Горицкая Н. Финансовая стратегия: управление финансами / Н. Горицкая // Финансовый директор. – 2005. – № 11. – С. 17.

## СФЕРА ГОСТИННОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ЇЇ ФАХІВЦІВ

**Н.В. Парубок**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Успіх підприємства залежить від роботи його колективу та командної роботи. Чи задоволеними будуть гості залежить від поведінки персоналу, вміння вчасно та непомітно для самого гостя виконати будь-яке його прохання. З огляду на це актуальним в наш час є виховання та підтримання високої професійної культури на підприємствах індустрії гостинності.

Актуальність даної теми на сьогоднішній день постає дуже гостро, адже майже на кожному підприємстві сфери гостинності існує проблема професійної культури пов'язана з питанням якості надання послуг, досягненням високого рівня обслуговування та етичністю працівників сфери гостинності. Проблема перш за все виникає тому, що фахівець не розуміє специфіки роботи в сфері обслуговування. Фахівці сфери гостинності повинні розуміти, що гостинність – це якість обслуговування, що базується на рівні підготовки фахівця, навчання, досвіді і внутрішній культурі. Саме поведінка персоналу, рівень його професіоналізму має великий вплив на отримання прибутку підприємства сфери гостинності [1].

Професійна культура – це сукупність вмінь працівника, його персональних та професійних якостей. На підприємствах індустрії гостинності не можна розмежовувати ці два поняття, оскільки гідний фахівець повинен поєднувати в собі такі якості як: висока культура, привітність, швидка реакція, порядність, новаторство, здоров'я, гарна пам'ять, презентабельність, творчість, рівень кваліфікації, продуктивність та якість праці, вміння спілкуватися, трудова дисципліна, оперативність виконання функціональних обов'язків, знання іноземних умов. Працівники підприємств гостинності повинні володіти основами професійної етики, правилами міжнародних етичних норм, забезпечувати високу організованість праці та дисципліни тощо [2].

Професійна культура готельного працівника містить в собі всі елементи зовнішньої і внутрішньої культури людини, а саме: правила стосунків і звертання, уміння правильно виражати свої думки, дотримуватися мовного етикету. Культурі обслуговування потрібно приділяти постійну увагу, ні в якому разі це не повинно бути тенденцією тимчасовості та винятковості [3].

Особистісні характеристики кожного працівника важко піддаються змінам та коригуванню. Елсворт Статлер, один з найвідоміших представників готельного бізнесу звертав увагу на необхідність простоти, ефективності та контролю у роботі. Він підкреслював, що в роботі немає важливих та другорядних питань. Він писав: «Приймайте на роботу лише добропорядних людей, щиросердних та ввічливих, котрі часто та охоче посміхаються. Уникайте людей, котрі не вміють приховувати свій поганий настрій, і від людей, котрі поводяться так, ніби щодня знаходяться під тягарем постійних турбот і почувають себе незручно» [4].

Елсворт Статлер першим сказав, що клієнт завжди правий, задоволення потреб клієнтів було для нього найголовнішим: «Обов'язком хорошого готелю є задоволення потреб клієнтів. Дайте зрозуміти кожному, що за свої гроші він отримує обслуговування найвищої якості, ніж він отримував раніше в інших готелях»[4].

Будь-який працівник готелю повинен вірити, що його власна якість обслуговування, яку очікує від нього клієнт, є найважливішою задачею в роботі. Успіх або невдача всієї системи обслуговування сконцентровані в моменті взаємодії обслуговуючого персоналу з клієнтом, і особливо важливо справити позитивне враження.

Якщо працівники порушують свою професійну етику, переступають моральність, забувають про свої професійні норми, то як результат, створення негативного іміджу підприємства, зневага з боку клієнтів.

Для успішного розв'язання нагальних проблем розвитку сфери гостинності потрібно активно формувати кадровий потенціал, кваліфіковано підготувати працівників, створювати відповідно до потреб ринку нові спеціальності у сфері туризму. Туризм не може розвиватися без професіоналів, зайнятих у ньому.

Професійна культура в сфері обслуговування має певні відмінності від професійної культури фахівців інших галузей, оскільки, насамперед спрямована на обслуговування споживачів та задоволення їх потреб. Професійна культура, це не рамки в які себе ставить працівник починаючи роботу на підприємстві гостинності, а можливість коригування своїх якостей в кращу сторону [2].

Постійне підвищення культури обслуговування – це витрати, довгостроковий внесок, заснований на забезпеченні розширення сегмента споживачів готельних послуг шляхом задоволення їхніх потреб. Це твердження засноване на дослідженні, результати якого свідчать, що витрати на залучення нового споживача в п'ять разів більші витрат на те, щоб утримати постійного споживача за допомогою пропозиції якісного обслуговування.



Усі всесвітньо відомі готельні ланцюги славляться своїми високими стандартами обслуговування, адже їх персонал володіє всіма навиками обслуговування та високими професійними навичками. Проте не завжди працівники приходять на підприємство з набутими бездоганними якостями, котрі б дозволяли їм вільно спілкуватися з гостями та допомагати їм у вирішенні всіх важливих питань. В будь-якому випадку персонал проходить певну підготовку на підприємстві. Система навчання нового персоналу та підтримки достатнього рівня професійних навиків решти працівників має бути побудована досить ретельно[5]. Допомагає в підтримці високої професійної культури персоналу готелю систематичне проведення тренінгів. Тренінгові кампанії, як правило, повинні проводитися для вирішення конкретних, чітко сформованих питань, або ж при виникненні певних ситуацій, вирішення яких потребує негайного втручання та коригування. Особливо ефективними є проведення тренінгів під час навчання нового персоналу. Ці програми дають можливість ознайомити персонал з умовами, в яких йому потрібно буде працювати. Відомі такі ситуації, коли саме навчання персоналу дозволяло вирішувати проблемні питання, які виникали на підприємстві. Прикладом може послужити київський готель «Національний», де розроблені чіткі правила поведінки персоналу, правила обслуговування, що дозволяє персоналу створити дійсно родинну атмосферу в готелі й цим самим посприяти бажанню гостей знову повертатися в цей готель [6].

Отже, професійна культура – це збірне поняття, котре включає в себе культуру спілкування, культуру поведінки, культуру обслуговування, корпоративну культуру, бездоганний зовнішній вигляд. Визначення професійної культури дозволяє повністю розкрити особистість працівника, його можливості. Професійна культура – це не рамки в які себе ставить працівник починаючи роботу на підприємстві гостинності, а можливість коригування своїх якостей в кращу сторону.

#### **Список використаних джерел**

1. Федцов В.Г. Культура сервиса: Учебно-практическое пособие. – М.: «Издательство ПРИОР», 2000.
2. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері тур бізнесу: Навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2006.
3. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. – К.: Київ: Нац. торг.-екон. ун-т, 2006.
4. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания: учебник/ Ю.Ф. Волков. – Ростов н/Д: Феникс, 2005.
5. Короленко М. Работа людей для людей // Гостиничный & ресторанный бизнес. – 2006. – №4.
6. Персонал в «национальном» стиле // Гостиничный & ресторанный бизнес. – 2006. – № 3

## ЕТНОЗБЕРІГАЮЧА ФУНКЦІЯ УКРАЇНОЗНАВСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ В ПОДОЛАННІ КОМПЛЕКСУ МАЛОРОСІЙСТВА

**І.С. Пахольчук**

*кандидат історичних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Другий рік на теренах України триває війна – Київська Русь протистоїть московському імперіалізму, котрому необачливо дали можливість відродитися, створивши загрозу не лише для Центральної й Східної Європи, а й для всієї євроатлантичної цивілізації. «Нинішня Росія, - за переконанням директора Національного інституту стратегічних досліджень Володимира Горбуліна, - виявилася негідною отриманого (від розпаду СРСР) спадку і неспроможною використати його на користь собі, ані на користь іншим» [1].

Майдан став першою битвою у війні з російським імперіалізмом та його місцевими колаборантами. Битвою переможною. Проте злоба й ненависть відкрито вихлюпнулися на Україну зі сходу й півночі, зруйнувавши надії українців на мир, злагоду та європейську перспективу.

Сьогодні миролюбна Україна в нерівній боротьбі з російським агресором та його п'ятою колоною ціною великої крові кращих своїх синів і дочок боронить Богом визначене право на власний історичний шлях, на свою долю, на свою ідентичність. Цієї крові могло б і не бути, якби не наша ганебна історична хвороба – малоросійство, рецепт одужання від якого у 30-ті роки ХХ століття запропонував росіянин Микола Фітільов (Хвильовий): «Геть від Москви!». Письменник розумів, що психологічна залежність від Москви обертається політичною залежністю – малоросійством. На жаль, аж до початку російської агресії в Україну 2014 року цього не розуміли ні наші урядовці, ні широкі суспільні верстви. Як і того, що бути малоросом – ганебно!

Відтак, в числі пріоритетних завдань, зумовлених російською агресією в Україну, постала необхідність організації цілеспрямованого етнокультурного виховання молодого покоління, формування у його середовищі суб'єктивної позиції як носія етнокультури.

В реалізації цих завдань важлива роль відводиться вищій школі, насамперед її ідеологічному підрозділу – кафедрам суспільствознавчих дисциплін.

Від результативності викладання і засвоєння студентами українознавчих дисциплін покликаних до виконання етнозберігаючої функції, залежить їх рівень самоусвідомлення себе національною спільнотою. І, якщо й сьогодні, на жаль, значна частина нашого суспільства в силу історичних причин ще не усвідомлює цієї істини, то це прекрасно розумів Іван Франко, коли в «Одвертому листі до галицької української молоді» найбільшим пріоритетом перед інтелігенцією ставив «величезну дієву задачу – витворити з величезної етнічної маси українського народу українську націю, суцільний культурний організм, здібний до самостійного культурного й політичного життя»[2].

Тривалий час, а значною мірою й досі, реалізації цих завдань якраз і перешкоджало так зване малоросійство, яке Євген Маланюк влучно охарактеризував як «національне каліцтво».

Наша історія до 1654 року не знала малоросів і Малоросії – і перше й друге, як зазначає Анатолій Шевченко, - «плід звихнутих на великодержавництві ідеологів Московського царства» [3].

У нас була Мала Русь – так ще називалася Галицько-Волинська держава, щоб не плутати її з Великою (Київською) Руссю. Великою Руссю називали Українську державу Богдана Хмельницького. Жителі обох держав звалися русичами чи русинами – пращурами сучасних українців. Ганебну історію Малоросії започаткував Петро I, приватизувавши нашу назву Русь і проголосивши у 1722 р. Російську імперію. В офіційних паперах Російської імперії Україну стали називати Малоросією, а її жителів – малоросами.

Імперія підтримувала малоросійство як запоруку політичного і культурного провінціалізму, поступово вихолощуючи з нього рештки національних цінностей. І хоч у межах власне малоросійства національно свідоме українство намагалося подолати його, воно й сьогодні ще виявляється напрочуд живучим, особливо в культурному та психологічному аспектах. Настільки живучим і загрозливим, що, на переконання Анатолія Шевченка, - «або ми нарешті вб'ємо в собі малороса, або він зведе зі світу всю нашу націю» [3].

Цю істину як ніхто інший розуміють російські шовіністи. Зруйнованість етнокультурних та національних ідентифікаційних пластів свідомості українського суспільства призвела до штучного утворення у значної частини населення так званої «розколотої свідомості», «подвійної ідентичності» поміж українською та російською або, пізніше, російсько-радянською [4]

Такий стан, на думку багатьох вчених, є не чим іншим, як кризою ідентичності. Ідеологам «єдиної і неделимої», а сьогодні - «русского міра», так вдалося переробити свідомість пересічних українців, що вони інерційно, незалежно від фактів та всупереч їм, аж до останніх днів бачать в агресорі «друга» і «брата». Не дивлячись навіть на те, що сьогодні більше 80% росіян за даними соціологічних опитувань підтримують напад своєї держави на Україну та анексію Криму [5]. Тобто понад 80% російського народу об'єктивно є ворогом українців.

Метою проголошеної Путіним в найгірших традиціях малоросійства безжальної психологічної війни, зазначає Юрій Щербак, -є «дискредитація української держави, самої ідеї нашої самостійності, приниження народу, прищеплення йому почуття хохляцької меншовартості та історично-національної амнезії, зневаги до нашої мови та духовних цінностей, внесення вірусів розбрату, сум'яття й розколу серед різних груп громадян великої європейської країни» [6]. Кінцева мета – розчленування України на Новоросію, південно-західний край тощо в «духовних скрепах» «русского міра».

Важливу роль у розвінчуванні облудливих і деструктивних стереотипів «русского міра», а відтак очищенні ментального поля в координатах якого і відбувається формування української національної, а віднедавна і європейської

ідентичності покликана виконати історична наука. В умовах агресії Російської Федерації та руйнівних дезінформаційних атак «русского міра» посилене студювання власної історії та формування україноцентричної історичної пам'яті, необхідне як ніколи.

Німецький філософ Йоганн Гердер ще наприкінці ХУІІ століття, коли вже була ліквідована Гетьманщина і Запорізька Січ, пророкував: «Україна стане колись новою Елладою!». А таки стане! І станеться це тоді, коли, як наголошує Анатолій Шевченко, ми нарешті вб'ємо в собі це ганебне явище – малорос [3]. До цього нас закликає Небесна Сотня, до цього кличе священна пам'ять співвітчизників полеглих в боротьбі з московськими зайдами та їх попихачами – малоросами в минулому і в наш час.

#### **Список використаних джерел**

1. Горбулін В. П. Україна і Росія: Дев'ятий вал чи китайська стіна / В.П. Горбулін, О. С. Власюк, С. В. Кононенко. –К.: НІСД, 2015.
2. Франко Іван. Одкритий лист до галицької молодезі / Іван Франко // Збір. тв.: В 50 т. – К.: Наукова думка, 1986. – Т. 45. – С. 401-405.
3. Шевченко А. Убиймо в собі малороса! / А. Шевченко // Літературна Україна. – 2009, 26 листопада.
4. Палій Г. Становлення єдиної національної ідентичності в Україні / Г. Палій // Політичний менеджмент. – 2005. № 2 (11). – С. 38-52.
5. Лосев І. Найбільша малоросійська ілюзія / І. Лосев // Український тиждень. – 2014 - № 30 (350). – С. 42- 46.
6. Щербак Ю. Королівство кривих дзеркал / Ю. Щербак // Літературна Україна. – 2013, 25 квітня.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Д.О. Передрій**

*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

Вміння працювати на ринку, концентрувати зусилля на збуті продукції є однією з ключових ланок діяльності виробників сільськогосподарської продукції.

Проблема збуту сільськогосподарської продукції не є новою, її вивченню достатньо уваги приділено в працях В. Бойка, В. Губського, М. Ільчука, П. Саблука, Г. Черевка та інших авторів. Існують питання реалізації сільськогосподарської продукції, які потребують подальшого опрацювання. Ці питання стосуються продукції тваринництва. Саме в цій сфері, з одного боку, спостерігається найбільший спад виробництва та найнижчі рівні споживання продукції стосовно рекомендованих норм, а з другого - найбільш ускладнені

відносини між виробниками сільськогосподарської продукції та її покупцями, оскільки більшість цієї продукції споживається у переробленому вигляді. Тому обґрунтування систему збуту тваринницької продукції її виробниками та рекомендації щодо її формування і поліпшення функціонування є достатньо актуальними.

Одним із елементів, який визначає збутову політику підприємства, є якість запропонованої на ринок продукції. Якість продукції характеризує собою сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення, а також відповідно до державних стандартів.

Сучасна система збуту виражається в вигляді переробних підприємств стосовно сільськогосподарських виробників, зокрема щодо ціни та інших параметрів реалізації продукції. За існуючої системи взаєморозрахунків виробники сировини виступають часто кредиторами переробних підприємств.

Особливості організації системи збуту продукції залежать передусім від ситуації на ринку, зокрема від сили та співвідношення попиту та пропозиції. Характерною особливістю сучасного вітчизняного ринку є недостатність попиту на продукцію, зумовлена низькою платоспроможністю населення, що змушує господарства бути більш вишукуваними в організації збуту продукції. Ще однією особливістю є насичення вітчизняного ринку імпортною сільськогосподарською продукцією, незважаючи на різні обмеження [1].

Виробники сільськогосподарської продукції реалізують її за різними каналами: оптовій торгівлі, населенню через систему громадського харчування, через власні магазини, інші пункти продажу, та на ринку.

Відзначимо, що оптова торгівля є не тільки способом збуту продукції, а й важливою формою організації ринку. Саме тут формуються внутрішні ціни на сільськогосподарську продукцію, що є орієнтиром для інших каналів збуту.

На оптовому аграрному ринку функціонує дві групи його учасників: продавці і покупці. Основними продавцями виступають сільськогосподарські підприємства та їх об'єднання, основними покупцями є великі оптові компанії, дрібні оптовики, які скуповують продукцію з метою її подальшого перепродажу, а також переробні підприємства. Останнім часом в організації оптового ринку велику роль відіграють товарні біржі [2].

Особливістю збутової політики є те, що саме завдяки їй формується конкурентне середовище серед виробників. Передусім це пов'язано з локалізацією збуту продукції. Очевидним є те, що продукція на місцевих і регіональних ринках реалізується за значно нижчими цінами порівняно з продукцією, реалізованою на центральних ринках. Саме тут і проявляються конкурентні переваги тієї чи іншої продукції [3].

Ефективність збутової сфери залежатиме, насамперед, від організації інфраструктури ринку, зокрема бірж, оптових ринків, аукціонів, роздрібною торгівлі. Такі інституції ринку, на жаль, в Україні розвинуті недостатньо, особливо, якщо вести мову про біржі та оптові ринки.

У ланцюгу “виробник - споживач” у найгірших економічних умовах перебувають ті ланки, які знаходяться на початку цього ланцюга, тобто найдалі

від кінцевого споживача. Це змушує виробників змінювати систему збуту сировини на більш-менш готову продукцію. Саме тому виробники сільськогосподарської продукції і організують власну переробку або створюють фірмові магазини [4].

Важливою інстанцією роздрібного ринку можуть бути фірмові магазини у великих містах та промислових центрах.

Важливим елементом організації цивілізованого ринку є формування відповідної його інфраструктури. Основними формами такої інфраструктури виступають: біржі, оптові ринки, торгові доми, аукціони, ярмарки, міські ринки, пункти дрібногуртової та роздрібно торгівлі.

Важливим елементом організації збуту продукції кожного виробника, незалежно від галузі, розмірів чи організаційно-правової форми господарювання, є стан ринкової інфраструктури.

Інфраструктуру ринку на сучасному етапі слід розглядати передусім як упорядкування системи аукціонної та біржової торгівлі, що дає змогу створити дієздатний оптовий аграрний ринок за принципом попиту і пропозиції; це також нова система укладання угод між сільськогосподарськими товаровиробниками і заготівельниками, переробними та іншими підприємствами, організаціями, юридичними і фізичними особами [5].

Важливе значення для організації збуту продукції має створення відповідних умов транспортування та зберігання продукції. Розвиток транспортного сполучення, застосування сучасних методів зберігання продукції сприяють розширенню ринків її збуту, усуненню сезонних коливань, реалізації в найбільш оптимальні з погляду виробника терміни. Водночас це є важливою передумовою для організації сільськогосподарського виробництва там, де це є найбільш вигідно як для конкретного виробника, так і для суспільства загалом.

Зазначимо, що різне призначення сільськогосподарської продукції передбачає використання не одного, а декількох каналів реалізації і збуту продукції. Сільськогосподарські виробники можуть користуватися прямими і непрямими каналами реалізації. До прямих каналів належать такі, в яких вироблена продукція збувається споживачам без посередників. Споживачами продукції в цьому випадку можуть бути як індивідуальні споживачі продукції, так і переробні підприємства, для яких вироблена продукція виступає як сировина.

У непрямих каналах продукція від виробника до кінцевого споживача надходить з допомогою посередників. При цьому залежно від співпраці між виробником та посередником може змінюватися право власності на продукцію або передаватися право власності.

Використання прямого чи непрямого каналу реалізації має свої вигоди і недоліки, пов'язані, передусім, з витратами, ресурсними можливостями підприємства, особливостями комунікації з ринком і т.д.[6].

Таким чином, становлення ефективної системи збуту, яка б забезпечувала швидкий рух товарної продукції від виробника до споживача, потребує в нових умовах формування адекватних закупівельно-збутових організацій, здійснення

комплексу заходів щодо розвитку різноманітних організаційних форм заготівлі і реалізації, формування конкурентного середовища і комерційних відносин.

#### **Список використаних джерел**

1. Красноручський О. О. Розвиток маркетингу на ринку агро продовольчої продукції України : [монографія] / О.О. Красноручський, Ю.І. Данько - Х. : Міськдрук, 2009. - 262 с.
2. Гладій М. В. Формування оптового ринку в Україні / М. В. Гладій. - К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2007. - 580 с.
3. Солтис М. В. Вдосконалення співпраці переробних підприємств з сільськогосподарськими виробниками на ринку м'яса і м'ясних продуктів / М. В. Солтис, І. Б. Смолинець // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. - 2010. - Т. 12, № 1(43). - С. 538-541.
4. Основи аграрного підприємства / [М. Й. Малік, В. В. Зіновчук, О. Луценко та ін.] ; за ред. М. Й. Маліка. - К. : Ін-т аграр. екон., 2001. - 582 с.
5. Михасюк І. Аграрний сектор АПК. Проблеми і шляхи вирішення / І. Михасюк, Є. Майовець. - Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2001. - 228 с.-
6. Солтис М.В. Закономірності та тенденції формування каналів збуту тваринницької продукції / М. В. Солтис // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. - 2008. - Т. 10, № 1 (36), ч. 1. - С. 412-416.

## **МОТИВАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ ЖІНОК НА РИНКУ ПРАЦІ**

**Н.О. Петренко**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Розвиток аграрного сектору економіки в ринкових умовах є досить складним та багатогранним процесом, який потребує комплексного вирішення соціальних та економічних проблем, оскільки проведення в сільськогосподарському виробництві економічних перетворень вплинуло в першу чергу на таку найбільш уразливу частину сільського населення, як жінки.

Уже досить тривалий час жінки мають менше можливостей (хоча за ст. 23 Конституції вони мають рівні з чоловіками права на працю, вільний розвиток і самореалізацію своєї особистості) проявляти свої професійні знання і здібності на виробництві відповідно до умов і видів праці, враховуючи необхідність додатково поєднувати функції материнства і виховання дітей. Все це потребує створення гігієнічно безпечних умов праці з одночасним урахуванням особливостей їх організму та оцінки шкідливих факторів трудового процесу і виробничого середовища [1].

Встановлено, що ринкова модель використання праці і конституційні права дозволяють вільно розвиватися жіночій творчій ініціативі, самостійності і незалежності у виборі форм і сфер зайнятості, але в складних умовах ринкових відносин жінки виявляються менш конкурентоспроможними і мало захищеними на ринку праці. Саме тому питання формування ефективної системи мотивації тісно пов'язане з проблемами відтворення жіночих трудових ресурсів, вихованням дітей, зайнятістю і використанням праці жінок, а тому до цих пір не втрачає своєї актуальності.

Значних досягнень у дослідженні питань сучасних теорій мотивації праці, зайнятості, розвитку і використання трудових ресурсів, становища жінки на ринку праці досягли у своїх численних роботах українські науковці: Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, А.М. Колот, Г.І. Купалова, М.Й. Малік, В.В. Онікієнко, М.В. Семикіна, Л.П. Червінська, К.І. Якуба та інші.

Зайнятість жінок представляє собою систему соціально-економічних відносин, пов'язаних із забезпеченням їх робочими місцями та участю в суспільно-корисній діяльності [2]. Зайнятість жіночого населення пов'язана із задоволенням особистих і суспільних потреб, оскільки забезпечує дохід у вигляді заробітної плати, додаткових виплат і грошової допомоги. На нашу думку, під зайнятістю слід розуміти сукупність соціально-економічних відносин, які забезпечують можливість прикладання праці в різних сферах господарської діяльності і виконують функції, пов'язані з відтворенням робочої сили жінок на всіх рівнях організації суспільної праці і виробництва.

Мотивація зайнятості жінок відображає необхідність у їхній самореалізації та задоволенні матеріальних і духовних потреб через дохід, який вони отримують за свою вкладену працю, а тому вона залежить від спрямованості і характеру ринкових перетворень [1].

Жіноче безробіття є одним з найбільш поширених видів безробіття, яке виникає за рахунок меншої конкурентоздатності жінок на ринку праці. У цей же час жінки несуть на собі більший, ніж чоловіки, соціальний вантаж (декретні відпустки, лікарняні по догляду за дітьми, відвідування дітей дошкільних закладів, навчання і виховання дітей та ін.), хоча за принципом справедливості чоловіки і жінки повинні мати рівний доступ до виконуваної роботи за наймом і при веденні домашнього господарства.

Відокремлення проблеми жіночого безробіття у сільській місцевості Черкаської області викликане тим, що його рівень серед жінок (2,6%), як правило, вищий в порівнянні з чоловіками (2,3%) і його середнім значенням по області (2,1%). Чисельність жінок, що звертаються до Державної служби зайнятості, щорічно зростає, але не всі безробітні користуються послугами цієї установи.

Важливим показником, що характеризує конкурентоспроможність жінок на ринку праці, є тривалість безробіття. У 2014 р. найбільший рівень (28,9%) тривалості зареєстрованого безробіття у Черкаській області був терміном до одного місяця, трьох місяців – 29,1%, до шести місяців – 19,5%, а найменший – понад один рік – 4%. В цей же час за результатами вибіркового опитування, проведеного на сільськогосподарських підприємствах Черкаської області у



весняно-літній період 2014 р., 23,4% сільських жінок відмітили, що тривалість їхнього безробіття триває майже рік, 31,5% - не працюють два роки, тоді як у 42,7% жінок тривалість безробіття складає до трьох років і більше, а 2,4% селянок не працюють за сімейними обставинами.

Такий період є занадто довгим, а тому жінка, яка залишається без роботи тривалий період, втрачає трудові навички у тому роді діяльності, де вона могла найкраще проявити свої здібності. Ускладнюється процес її адаптації (вимагає підвищення рівня кваліфікації для опанування роботи на нових робочих місцях) до нових умов зайнятості, що в кінцевому підсумку призводить до зниження рівня конкурентоспроможності. А тому для покращення особистих перспектив і підвищення рівня своєї конкурентоспроможності працівницям слід шукати можливі варіанти розширення меж своєї праці (відкриття власного бізнесу, суміщення сфер трудової діяльності, професійні переміщення в галузях) і якісного її виконання.

Слід зазначити, що українські і закордонні вчені зосереджують свою увагу саме на проблемах працевлаштування і використання праці сільських жінок, які складають досить велику частину суспільства, але їхні права значно менше захищені. Жінкам набагато складніше влаштуватись на будь-яку роботу, адже, маючи більш високий освітній рівень в порівнянні з чоловіками, вони у більшості випадків бажають працевлаштуватись відповідно до цього рівня.

В окремих випадках заперечується той факт, що сьогодні дискримінація жінок на ринку праці не є проблемою. Насправді дискримінація за статевою ознакою спостерігалася не тільки у попередні роки [3], але характерна і для сьогодення, як державного, так і приватного секторів економіки. І це зовсім не означає, що немає для них робочих місць, або жінки не хочуть працювати. Навпаки, на поставлене запитання „Чи є або ж немає у Вас бажання працювати?” 36,3% опитаних жінок відмітили, що будуть працювати тоді, коли знайдуть роботу, яка буде відповідати їхній професії; 32,4% – вимушені працювати, оскільки не мають грошових засобів для свого існування і членів сім'ї; 7,2% – будуть виконувати роботу, якщо вона їх зацікавить; 6,5% – хотіли би отримати престижну роботу; 4,7% – мають бажання виконувати легку роботу; 12,9% – раді будуть виконувати будь-яку роботу.

Сучасні жінки прагнуть реалізувати свої можливості і здібності на виробництві. Однак ще до проведення співбесіди з потенційним роботодавцем вони вже зазнають дискримінації, що впливає зі змісту оголошень у засобах масової інформації. Мова йде про безліч оголошень у періодичній пресі про прийом на роботу, які одночасно ставлять вимоги щодо віку, статі і навіть зовнішнього вигляду претендента на пропоноване робоче місце. При прийомі на роботу застосовується відбір кадрового складу за статевою ознакою, особливо коли йдеться про високооплачувані та престижні посади.

Таким чином, у перспективі сільськогосподарські підприємства повинні забезпечити розробку мотиваційних заходів із розширення виробництва, розвитку різних форм підприємництва, створенню нових престижних робочих місць, їхньої модернізації і на цій основі добитися ефективної зайнятості жінок

в усіх сферах виробничої діяльності та раціонального використання їхньої праці.

### **Список використаних джерел**

1. Лаврук Н.А. Проблеми зайнятості жінок аграрних підприємств / Н.А. Лаврук // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. – Кам'янець-Подільський: ПДАТУ, 2013. – Вип.21. – С.267-271.
2. Дороніна М. С. Методологічні передумови дослідження поведінки жінки на ринку праці / М. С. Дороніна, В. І. Ковальова // Економіка розвитку. – 2014. – № 3 (31) – С.56-59.
3. Мельник Т.М. Гендерна політика в Україні / Т. М. Мельник. – К., 2012. – 548с.

## **ЛОГІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

**Н.Я. Пітель**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

У сучасних умовах глобалізації українські підприємства потребують оптимізації виробничо-господарської і комерційної діяльності. З огляду на це особливого значення набуває формування логістичних систем, що посилюють ефективність управління матеріалопотоками, оптимізують процеси, пов'язані зі сферою обігу, покращують прибутковість бізнесу, сприяють підвищенню міжнародної конкурентоздатності в сфері виробництва і збуту. Ефективно функціонуючі логістичні системи забезпечують формування стійких конкурентних переваг через мінімізацію логістичних витрат і поліпшення якості обслуговування.

Успішне і прибуткове підприємство у стратегічній перспективі, як правило, планує вихід на зовнішні ринки. Тим більше в епоху глобалізації світової економіки, що передбачає формування єдиного загальносвітового економічного простору і створення спільного ринку виробництва й розподілу матеріальних благ.

Потужний розвиток міжнародної логістики є проявом глобалізації, – процесу, який напряду впливає на економіку й господарську діяльність підприємств. Разом з тим, виходити на міжнародні ринки із застарілими архаїчними методами менеджменту і способами здійснення логістичних операцій – означає свідомо приректи себе на невдачу. Адже правильне формування і розвиток логістичних систем на базі впровадження міжнародних логістичних стандартів є запорукою прибуткової діяльності українських підприємств на світових ринках та їх інтеграції у сучасну структуру світової економіки [1].

Як і будь-яка інша країна світу Україна не в повній мірі забезпечена

всіма факторами виробництва. Тому для розвитку своєї економіки і забезпечення внутрішнього попиту країна потребує імпорту певних груп товарів і послуг. Міжнародна торгівля є визначальною і основною формою взаємозв'язку між національними товаровиробниками різних країн, при цьому вона формує їх економічну взаємозалежність. Одним із дієвих напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічних зв'язків є використання логістичних механізмів її координації [2]. Адже процеси глобалізації світового ринку, інтенсивний науково-технічний прогрес і сучасні тенденції міжнародного поділу праці збільшують значущість логістичних функцій менеджменту у виробничо-господарській і комерційній діяльності підприємств.

У зовнішньоекономічній сфері логістика – це наука, що вивчає систему управління матеріальними, фінансовими, документальними та іншими інформаційними потоками у сфері міжнародного обміну товарами і послугами з метою раціонального й ефективного використання всіх видів ресурсів. Тому формування і забезпечення функціонування комплексної моделі управління цими потоками на базі єдиного інформаційного середовища є запорукою прибутковості підприємства та його конкурентоспроможності.

Логістика експортно-імпортних операцій передбачає планування, організацію та забезпечення ефективного менеджменту матеріальних, фінансових та інформаційних потоків підприємства з метою мінімізації виробничих і збутових витрат під час виконання зовнішньоторговельної угоди з використанням підходів, важелів, інструментів та механізмів глобальної і національної логістичних систем.

Практична реалізація методологічних підходів у логістиці зовнішньоекономічної діяльності виражається через її функціональні важелі [2]. Логістична функція – це певний комплекс логістичних операцій, що виконуються послідовно і спрямовані на реалізацію цілей і завдань конкретної логістичної системи, яка включена до складу міжнародної економіки і реалізує функцію організації.

Визначальними сферами прояву логістичних функцій в системі менеджменту матеріальних потоків на зовнішніх ринках є постачання, розподіл і збут. Виробниками і постачальниками логістичних функцій на наднаціональному рівні є підприємства-виробники, комерційно-посередницькі фірми, транспортно-експедиційні організації, підприємства оптової і роздрібною торгівлі, та, опосередковано, підприємства-споживачі. Зазначені суб'єкти світової економіки безпосередньо здійснюють і контролюють рух товарів і послуг на міжнародних ринках. Вони формують і реалізують матеріальні, фінансові та інформаційні потоки. На мікрорівні логістичні функції виконують окремі, спеціалізовані структурні підрозділи суб'єкта бізнесу.

У зовнішньоекономічній діяльності сучасних підприємств перелік логістичних функцій достатньо широкий і включає планування, організування, контролювання і мотивацію постачання, розподілу і збуту продукції та послуг на світовому ринку. Разом з тим, зважаючи на широкий спектр необхідних логістичних дій для виконання успішної зовнішньоторговельної операції, виокремимо основні функції логістичного

ланцюга. Серед них наступні [2]:

- планування, організація, координування і контроль за управлінням процесами розподілу, постачання і збуту на зовнішньому ринку;
- управління інформаційними системами, що забезпечують рух товарів;
- визначення обсягів і напрямів матеріальних та інформаційних потоків;
- планування і контроль інвестицій на створення, функціонування і розвиток логістичної інфраструктури на зовнішніх ринках;
- проектування інфраструктурних елементів у логістичних системах;
- планування, організація і управління рухом товару, формування господарських зв'язків із постачання товарів чи надання послуг, їх розвиток, коригування і раціоналізація;
- планування, організація і управління укладенням зовнішньоекономічних контрактів з урахуванням їх логістичної складової;
- контроль параметрів якості та стандартизація;
- планування, організація і управління транспортним забезпеченням зовнішньоторговельного контракту;
- прогнозування потреби у перевезеннях;
- планування, організація і управління фінансовими потоками в процесі реалізації зовнішньоторговельної угоди і т. ін.

Нинішні процеси глобалізації світової економіки і необхідність збільшення обсягів зовнішньої торгівлі для реалізації потенціалу України на міжнародних ринках товарів і послуг вимагають застосування нових підходів до здійснення логістичної діяльності.

Розвиток міжнародних логістичних систем дозволяє вирішувати ряд проблем, пов'язаних із постачанням, розподілом і збутом. Серед них визначальними є наступні [2]: дотримання в міжнародному масштабі правил, форм і стандартів, обов'язкових для учасників світової торгівлі; створення вільного ринку перевезень, необмеженого місткістю і навантаженням; використання «плаваючих» тарифів, рекомендованих регулюючими органами; розробка правил, що сприяють і разом з тим захищають загальний ринок логістичних операцій; лібералізація транспортних і митних процедур при перетинанні кордонів вантажами через кордони; узгодження провізної здатності магістрального транспорту і продуктивності залізничних і складських пристроїв.

Варто відмітити, що процеси глобалізації суттєво вплинули на поширення, розвиток і застосування логістичного підходу в становленні міжнародних торгових відносин. Адже глобалізація сприяє розвитку вітчизняної транспортно-логістичної інфраструктури, яка обслуговує міжнародну логістичну інфраструктуру і при цьому стимулює розширення асортименту товарів і підвищення їх якості та оптимізує розміщення ресурсів.

Серед визначальних завдань логістики зовнішньоторговельних операцій варто виокремити оптимізацію документального оформлення логістичних операцій (контрактну логістику), оскільки саме вона регулює інформаційні потоки, а статті контракту визначають порядок і умови переміщення матеріалів та ресурсів, обсяги фінансових потоків і є інформаційною базою для

логістичної операції.

Отже, у зовнішньоекономічній діяльності сучасних підприємств логістичні функції винятково важливі. Останні включають планування, організування, контролювання і мотивацію постачання, розподілу і збуту продукції та послуг на світовому ринку. Системне виконання логістичних функцій у менеджменті зовнішньоторговельних операцій дозволить українським підприємствам формувати сприятливі та взаємовигідні умови для експорту-імпорту товарів і послуг.

#### **Список використаних джерел**

1. Дорошкевич Д.В. Міжнародні логістичні системи в умовах глобалізації Д.В. Дорошкевич // Ефективна економіка. – 2013. – №2. – С. 22–29.
2. Холод Б.І. Глобалізація як фактор впливу на процеси логістичного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств / Б.І. Холод, О.М. Зборовська // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2 (17). – С. 261–270.

## **ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКІ ТА РЕЛІГІЙНІ ЦІННОСТІ - ОСНОВА ДУХОВНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ**

**В.Г. Погрібняк**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Національне становлення громадянського суспільства в Україні, суспільно-громадська єдність, морально-духовна атмосфера і внутрішній настрій людей залежить від способу життя кожної конкретної української людини, від того, яким ціннісним орієнтаціям вона віддасть перевагу, як трансформується її світогляд і у якому співвідношенні національно-культурні домінанти поєднуються із загальнолюдськими та релігійними пріоритетами.

В цьому зв'язку становлення та духовне відродження незалежної держави України в умовах сьогодення має сприйматися та розглядатися в єдності з християнськими традиціями та їх етико-моральними нормами, пошуком українським народом своєї культурної самовизначеності. Філософсько-теологічне осмислення усієї складності цих проблем неможливе без усвідомлення їх гострої актуальності. В історії філософії ця проблема неодноразово піднімалася у працях П.Флоренського, С.Булгакова, І.Ільїна, П.Євдокимова, С.Аверенцева та багатьох інших.

У контексті філософської антропології, а тим більше християнської, необхідно йти проти аксіологічного нігілізму, який панує сьогодні. Проблема цінностей та критерій ціннісних орієнтацій людського буття завжди береться мислителями різних культурно-історичних епох з критичної точки зору саме у кризові, перехідні для суспільства моменти.

Так, сутність сучасного стану людського суспільства християнські філософи та теологи вбачають в становищі духовної деградації. На думку християнського духовенства, бездуховність - це джерело всіх бід в особистому, сімейному та суспільному житті людини. Цим пояснюється і той факт, що з початку 90-х років XX сторіччя почастишали наполегливі спроби вітчизняних філософів переосмислити поняття „духовність”, ввести його в систему повноправних філософських категорій. На цьому шляху дослідники виправдано звертаються до аналізу концепцій духовності в християнській філософії (М.Бердяєв [1], О.Лосєв [2], В.Соловйов [3]).

Саме поняття „духовність”, християнські філософи та теологи вважають надзвичайно глибокою та багатогранною цінністю, вказуючи на її етично-вольову сутність, діяльний характер та провідну роль в процесі самореалізації особистості. З цієї багатогранності поняття „духовність” виділяють три основні загальнолюдські чинники:

- унікальність людини як носія духовності;
- невичерпність, багатство та красу внутрішнього духовного світу людини;
- духовність як міру моральної довершеності людини.

Розвиваючи ідеї попередників, сучасні філософи (А.Азархін, В.Кандинский, В.Крутоус, Е.Соколов) намагаються дослідити сутність духовності у взаємодії таких загальнолюдських цінностей як людяність, добро, істина, краса, справедливість, знання. В їхніх працях простежуються тенденції в тлумаченні духовності як „прояву якості особистості”, як підґрунтя моральної зорієнтованості [4], як різновиду творчості та пізнання особистістю своєї природи.

Цікаві думки, що певною мірою збігаються з нашими уявленнями про природу духовності знаходимо у працях східного філософа Ш.Ауробіндо. Він вважає, що духовність не є інтелектуальність, не є ідеалізм, не є чиста мораль, не є релігійність, не є емоційність. Усе це в сукупності є велика цінність, підготовчі шляхи для дисципліни та очищення людської природи [5].

У філософському пізнанні поняття духовність набуло різних тлумачень. Використовуючи постулати зазначених дослідників можна дати визначення поняття „духовність” у світлі розуміння його аксіологічної значимості.

Духовність – це творча здатність людини до самореалізації та самовдосконалення, що зумовлюється інтелектуальними, чуттєво-емоційними та вольовими особливостями в цілеспрямованому пізнанні та ствердженні в життєдіяльності загальнолюдських, етичних, естетичних та релігійних цінностей.

Сучасні теологи пов’язують розуміння духовності з уявленням про людське богоуподібнення, на шляху якого людина спроможна виявити себе через такі загальнолюдські та релігійні цінності якими є совість, відповідальність, віра, любов, справедливість, милосердя. Завдяки цим ціннісним орієнтаціям людина здатна піднятися до вищих сходинок духовності, досягнувши моральної чистоти, богобачення та святості. Отже, вихід з будь-яких кризових ситуацій слід шукати в самій природі людини. Кожна людина

має бажати духовного зцілення загальнолюдськими та релігійними цінностями, які допоможуть їй в її сімейних та професійних зв'язках, в національному єднанні і в будь-яких безвихідних ситуаціях.

В цьому сенсі єдиною реальною основою духовного життя людини християнські богослови вважають віру як загальнолюдську духовну цінність, яка повинна розглядатися умовою духовно-морального і фізичного здоров'я людини, основою вирішення її життєво важливих проблем. Віра репрезентує необхідність безумовної адаптації людини до навколишніх умов існування, прояснює важливість процесу самовизначення і самореалізації в моральній сфері, дає поштовх до самостійного вирішення духовних проблем

Закликаючи до вибору духовності як „істинного життєвого шляху” слід апелювати до почуття відповідальності людини за свою долю і долю всього світу в цілому. Для здійснення такого покликання кожна людина повинна виховати в собі певні стереотипи поведінки, головними з яких є любов до ближнього, терпіння, змирення, молитовність, милосердність, вірність та відданість.

Для досягнення такого стану духовної досконалості слід насамперед звільнитися від людської гріховності та надмірних пристрастей. Потрібно, щоб духовні шукання людини були щирими і постійними, з глибокою покорою та каяттям, - що виконують функцію доглибинного зв'язку людини з Всесвітом, підтримують її індивідуальну цілісність.

Процес сходження до стану духовності через такі ціннісні орієнтації є непростим. Він вимагає від кожної людини уважного відношення до себе, утримування від усього недозволеного і хибного, досягнення моральної чистоти, внутрішньої зосередженості та глибокої духовної молитви.

Духовна молитва, як і життя, не можливі без високої моральності, тобто без виконання християнських заповідей. Це те, що повинно зцілювати думку кожної людини, відтворювати її богоподібну велич і красу. Людина, яка наслідує заповіді Божі як загальнолюдські цінності духовності, цим самим вступає у співтворчість з самим Богом, а відтак і сама з собою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бердяєв Н.А. Самопознание: опыт философской антропологии / Н. А. Бердяев. – М., 1990. – с.52
2. Лосев А.Ф. Дух. Философская энциклопедия: в 5-ти т. М., 1962. – Т.2.
3. Соловьев В.С. Философские начала цельного знания. Сочинения: в 2-х т. – М., 1991. – Т.2. – с. 252.
4. Человек как философская проблема: Восток-Запад. – М., 1991.
5. Ауробиндо М. Духовная эволюция человека /М. Ауробиндо. – Одесса, 1988.

## **ВАЖЛИВІСТЬ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ**

**С.М. Приліпко**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

З наукової точки зору логістичний консалтинг – це надання допомоги керівникам підприємств у розробленні комплексного і системного рішення логістичних проблем з метою оптимізації логістичної діяльності. На відміну від інших видів управлінського консалтингу, логістичний консалтинг орієнтований саме на «логістичну діяльність», яку слід розуміти як «логістичні дії, операції, функції, спрямовані на удосконалення процесів». Тобто, він покликаний оптимізувати функціональні сфери логістики – закупівельну, складську, виробничу, транспортну, збутову і управління запасами [1]. Інші науковці розглядають логістичний консалтинг у широкому і вузькому сенсі. У широкому сенсі він включає в себе не тільки саме вплив, але й комплекс знань, пов'язаних з науковим пошуком, проведенням досліджень, постановкою експериментів з метою розширення наявних та отримання нових знань, перевірки наукових гіпотез, встановлення закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проектів для успішної реалізації цілей в області консультування на всіх рівнях логістичного адміністрування. У вузькому сенсі логістичний консалтинг – це процес впливу суб'єкта логістичного консалтингу на об'єкт, що змушує цей об'єкт вчиняти певні дії, спрямовані на досягнення насамперед його цілей, поставлених в області логістики [2].

У сучасних умовах логістичний консалтинг допомагає менеджерам оптимізувати систему вантажних перевезень та обсяги зберігання товарів у складських приміщеннях. Тому, з практичної точки зору у логістичній діяльності компаній існують такі напрями консалтингу:

- проектування логістичної системи компанії, включаючи вибір логістичної технології та інформаційного забезпечення;
- прийняття організаційно-управлінських рішень у логістиці;
- проектування складів, розробка і впровадження логістичного процесу на складі;
- управління закупівлями (постачанням) – процесом руху сировини, матеріалів, комплектуючих і запасних частин з ринку закупівель до складських приміщень;
- управління запасами;
- управління складуванням;
- розробка елементів системи складування і організація логістичного процесу на складі;
- управління доставкою товарів, визначення необхідних видів транспортних засобів, оптимізація маршрутів доставки, організація єдності транспортно-складського процесу, створення транспортних схем;



- формування ефективної системи розподілу, що полягає у раціоналізації процесу просування продукції до споживача;
- страхування;
- митне забезпечення товаропотоку;
- фінансово-кредитне обслуговування процесів руху товарів;
- інформаційне забезпечення руху товару та інформаційна підтримка логістичних процесів;
- формування стандартів логістичного обслуговування для різних сегментів цільового ринку компанії [3].

Логістичний консалтинг, як окремий вид інформаційно-консультаційних послуг, ставить за мету надати практичну допомогу компаніям у випадках, коли у них поступово починають виникати перші ознаки проблем:

- відвантажені замовлення не надходять клієнтам вчасно;
- замовлення виконуються з помилками за кількістю та асортиментом;
- збільшується кількість відмов у замовленнях клієнтів;
- клієнти не задоволені рівнем логістичного сервісу;
- складський запас перевищує встановлені нормативи;
- спостерігається простій транспорту;
- співробітники витрачають занадто багато часу на пошук інформації про відвантаження замовлень;
- керівництво не володіє необхідною інформацією про товарні запаси та не контролює вчасне їх поповнення;
- витрати на логістику постійно збільшуються;
- виникає велика плінність кваліфікованого персоналу на складі;
- з'являються негаразди у роботі мережевих філій тощо [4].

Для становлення логістичного бізнесу компаніям варто скористатися послугами зовнішніх консультантів. Розглянемо їх переваги.

По-перше, такі консультанти є провідними фахівцями, мають відповідну кваліфікацію і, головне, досвід роботи у вирішенні аналогічних проблем.

По-друге, заключаючи договір на консультаційне обслуговування, компанія мінімізує власні ризики від наслідків неефективного управління. Іноді управлінські рішення, прийняті власниками логістичного бізнесу, суперечать чинному законодавству і призводять до непередбачених наслідків у співпраці з потенційними клієнтами. Такі випадки найчастіше трапляються, коли у країнах з перехідною економікою відбуваються постійні зміни у сферах оподаткування, митно-тарифного регулювання, міжнародних транспортних перевезень, валютних обмежень у взаєморозрахунках між сторонами.

По-третє, зовнішні консультанти є незалежними експертами, вони не підпорядковані керівництву компанії, мають власну точку зору, а їх погляди на вирішення проблемних питань є об'єктивними. Після налагодження тісного взаємозв'язку компанії-замовника з консультантом, ефективність прийняття управлінських рішень стає набагато вищою. Результат успішного функціонування логістичних компаній завдяки консультаційній підтримці розраховується через визначення і порівняння з попереднім періодом таких показників як кількість клієнтів (у т.ч. нових), обсяг замовлень і транспортних

потоків, кількісний і якісний склад власного транспорту, розмір складських приміщень, наповненість складів, асортимент товарів, територіальні масштаби обслуговування, розмір чистого прибутку, кількість мережевих філій, кваліфікація і швидкість роботи співробітників, скорочення витрат на логістику тощо. Також результати успішних консультацій у логістиці залежать від скорочення термінів виконання замовлення, підвищення "прозорості" і керованості бізнес-процесів; підвищення рівня сервісу через зменшення помилок, збільшення швидкості обслуговування, надання додаткових послуг, відмінних від аналогічних послуг у конкурентів.

До недоліків залучення зовнішніх консультантів слід віднести, насамперед, високу вартість надання консалтингових послуг.

З часом, в залежності від досвіду роботи на ринку та обсягів надання логістичних послуг, компаніям слід приділити увагу створенню власних консультаційних відділів, де б внутрішні консультанти працювали на постійній основі. При цьому, ефективність роботи власних фахівців напряму залежить від створення сприятливих умов їх перебування у компанії. Серед основних стимулів роботи кваліфікованого фахівця на компанію мають бути високий рівень заробітної плати, оптимальні умови роботи, повне забезпечення соціальним пакетом і транспортним засобом.

Досвід показує, що витрати на утримання власного консультаційного відділу у десятки разів нижчі у порівнянні із витратами на залучення зовнішніх консультантів на постійній основі. Для логістичної компанії вчасно надані рекомендації власними консультантами та прийняття на їх основі управлінських рішень – це резерв у підвищенні ефективності надання послуг замовнику.

Отже, логістичний консалтинг, як окремий напрям інформаційно-консультаційних послуг, займає провідне у формуванні ефективної діяльності логістичної компанії в цілому. Залучення консультантів до вирішення проблем та надання практичної допомоги є доцільним при виникненні перших ознак поступового руйнування логістичного бізнесу. Крім залучення експертів зі сторони, компаніям заздалегідь слід потурбуватися про створення власного консультаційного відділу та забезпечення сприятливих умов для його функціонування.

### **Список використаних джерел**

1. Костюк О. Логістичний консалтинг у напрямі формування ланцюгів поставок / О. Костюк // Економіка і менеджмент : матеріали II Міжнародної конференції молодих вчених ЕМ-2011, 24–26 листопада 2011 р., Львів, Україна/ Національний університет "Львівська політехніка". – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2011. – С. 74–75.

2. Козак Л.С. Сутність і методи логістичного консалтингу / Л.С. Козак, О.С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Науковий журнал: в 2 ч. Ч. 2: Серія: „Економічні науки” – К. : НТУ, 2014. – Вип. 14.– С. 81.

3. Консалтинг в області логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sherpaconsulting.ru/vidi\\_consulting/logistika/index.htm](http://sherpaconsulting.ru/vidi_consulting/logistika/index.htm) – Назва з екрану.

4. Консалтинг в логистике [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://transmap.ru/articles/view/327/> <http://transmap.ru/articles/view/327/> – Назва з екрану.

## **ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННЄВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ: ВІД ПСЕВДОКОМУНІКАЦІЇ ДО РЕАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ**

**Г.Л. Прокоф'єв**

*кандидат філологічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

У методиці викладання іноземних мов ніколи не втрачала актуальності проблема пошуку найактуальніших шляхів від виконання тренувальних вправ для оволодіння мовленнєвими структурами та моделями до реальної комунікації іноземною мовою. Мовленнєва практика під керівництвом викладача традиційно вважається найбільш ефективним засобом навчання мови, оскільки для абсолютної більшості учнів та студентів метою є не оволодіння навичками читання та письмової мови, а здатність говорити нею.

Викладача, який керує діяльністю студентів із вивчення іноземної мови, допомагає їм зробити кроки від псевдокомунікації, у межах якої використання мови є спрощеним та передбачуваним, до справжньої комунікації, у якій вони виражають свої особисті думки та потреби в ситуації безпосереднього спілкування між людьми. На початкових етапах розмовної практики навчальна ситуація є переважно контрольованою: студент спілкується з викладачем та іншими студентами в межах, які дозволяють його обмежені знання з іноземної мови. На поглибленому рівні навчання викладач поступово знімає важелі контролю, готуючи студента до самостійної міжособистісної комунікації іноземною мовою.

Кліффорд Прейтор виділяє чотири головні фази процесу навчання іноземної мови:

- 1) повністю маніпулятивна фаза, побудована на репродуктивних діях студента;
- 2) переважно маніпулятивна фаза, що передбачає самостійне ситуативне використання студентом опанованих розмовних моделей під контролем викладача;
- 3) переважно комунікативна фаза, що охоплює розвиток навичок як монологічного, так і діалогічного мовлення та виконання творчих вправ і завдань різного характеру;
- 4) повністю комунікативна фаза, яку характеризує примат значення над мовними засобами його вираження, вільне спілкування між викладачем і студентами та між студентами. Опанування іноземною мовою передбачає тривалий та обережний перехід від першої фази до четвертої,

який супроводжується поступовим зменшенням інтенсивності контролю з боку викладача [1].

Методика когнітивного коду (cognitive code learning), сучасна версія класичного граматики-перекладного методу навчання іноземної мови, набуває все більшого визнання серед викладачів іноземної мови, які ознайомлюються з теорією трансформаційної (генеративної) граматики. Основні постулати цієї методики проголошують:

1. Мова – це організована, керована правилами система. Студенти повинні оволодівати правилами нової мови аналітичним шляхом для того, щоб сформувані необхідні мовні компетенції.

2. Вивчення мови – більше ніж формування відповідних навичок; це творчий процес, отже, студенту має бути надана можливість максимально активно залучати свої розумові здібності під час використання всіх видів навчальних дій.

3. Виконання тренувальних та інших вправ не може бути побудованим лише на імітації, аналогії та повторах, воно має бути свідомим; механічне запам'ятовування є у більшості випадків недоречним.

4. Творча співучасть студента в процесі навчання вважається більш важливою рисою, ніж уникнення ним помилок.

5. Навички читання та письмової мови повинні формуватися на ранніх етапах навчання одночасно з навичками аудіювання та говоріння.

6. Використання рідної мови студента для пояснення нового граматичного матеріалу та введення нових слів в окремих випадках вважається доцільним [1].

Методика когнітивного коду спрямовує основні зусилля викладача іноземної мови не на досягнення автоматизму сформованих навичок, а на свідому побудову мовних та мовленнєвих компетенцій студентів.

#### **Список використаних джерел**

1. Dobson J.M. Effective techniques for English conversation groups / J.M. Dobson. – Washington, D.C.: English Language Programs Division Bureau of Educational and Cultural Affairs, 1997. – 137 p.

## **МЕТОД ПРОЕКТНОГО НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ**

**Ю.Л. Пучко**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Інформатизація освіти є одним з пріоритетних напрямків сучасної методики навчання іноземних мов у вищій школі. Сучасні технології навчання є засобами забезпечення якісного комунікативно-мовленнєвого, соціокультурного і мовного розвитку студентів, тому їх використання набуває

питомої ваги. Якісними ознаками цих технологій є: результативність, економічність, ергономічність, висока вмотивованість у вивченні предмета, що сприяє підвищенню інтересу до знань [1].

Педагогічні і теоретичні аспекти використання інформаційних технологій у навчальному процесі досліджені в працях Б.Б. Беседіна, Ю.В. Горошка, Ю.О. Жука, В.М. Монахова, Н.В. Морзе та інших. Дослідженням проблеми розробки комп'ютерних вправ для формування у студентів іншомовної компетенції, в тому числі з використанням Інтернет ресурсів, розглядалися такими вченими, як М.А. Ботвенко, С.В. Радецька, Л.І. Скалій, П.І. Сердюков, С.І. Шевченко та інші.

Тим не менш, незважаючи на той факт, що роботи, присвячені проблемі використання інформаційно-комунікаційних технологій як засобу формування іншомовної комунікативної компетенції, займають істотний обсяг в науковій літературі, проблема застосування методу проектного навчання ще не стала предметом широкого обговорення.

Для того, щоб зацікавити студентів, розкрити їх творчий потенціал, поставити в ситуацію самостійного пошуку, сприяти розширенню кругозору, ми використовуємо метод проектного навчання іноземної мови. Німецький педагог А. Флітнер характеризує проектну діяльність як навчальний процес, в якому обов'язково беруть участь розум, серце і руки, тобто осмислення самостійно добутої інформації здійснюється через призму особистого ставлення до неї і оцінку результатів в кінцевому продукті [2]. Метод проектів – педагогічна технологія, орієнтована не так на інтеграцію фактичних знань, а на їх застосування і придбання нових у навчальному процесі або в результаті самоосвіти.

Проектна робота – одна з найбільш цікавих методик, які може використовувати викладач. Вона дозволяє ефективно реалізувати комунікативний підхід у навчальному процесі з іноземної мови, а саме: вивчення мови через особисту діяльність студента, оволодіння мовою у процесі спілкування. Метод проектів є дидактичним засобом для підвищення мотивації розвитку особистості студента, універсальним засобом для застосування в навчальному процесі.

Необхідним при організації проектної діяльності у вищих навчальних закладах є дотримання загальних принципів її використання. Провідними принципами є такі:

1. принцип самостійності, що спрямовує студентів на самостійну роботу щодо пошуку інформації та методів діяльності;
2. принцип індивідуалізації, що дозволяє урахувати індивідуальні можливості, здібності, інтереси та навчальні потреби студентів з метою визначення напрямків проектної діяльності;
3. принцип суб'єктності навчання, завдяки якому в процесі проектної діяльності реалізуються суб'єкт-суб'єктні відношення між викладачем і студентом;
4. принцип елективності навчання, що дозволяє надати студентам певної свободи вибору форм, методів, шляхів, технологій під час проектної діяльності;

5. принцип мобільності у зміні форм взаємодії під час групової діяльності щодо створення проектів;

6. принцип інтерактивності діяльності, що полягає в обміні інформацією між учасниками проектної діяльності;

7. принцип рефлексії й корекції проектної діяльності, що дає можливість досягнути більшого результату;

8. принцип само- і взаємоконтролю, який передбачає перехід функції контролю від викладача до всіх учасників процесу [3].

Реалізація означених принципів проектної діяльності сприяє формуванню окремих професійних якостей майбутніх фахівців.

Використовуючи в навчанні метод проектів, студенти осягають всю технологію вирішення завдань – від постановки проблеми до представлення результату. Методика роботи над проектом включає в себе 4 основних етапи: планування роботи над проектом, аналітичний етап, етап узагальнення, етап презентації отриманих результатів роботи над проектом (захист проекту) [4]. На етапі планування роботи над проектом студентом і викладачем спільно виробляються критерії оцінювання проекту. Під час захисту проводиться комплексна оцінка роботи самим студентом, який виконав даний проект, студентами групи і викладачем.

Захист проектної роботи – унікальний спосіб реалізації творчого потенціалу студента, спосіб творчого застосування його мовних знань, умінь і навичок на практиці. Представляючи свій проект, студент повинен розкрити його призначення, на кого або що він зорієнтований, відповісти на питання своїх одногрупників.

Використання інтерактивних технологій, зокрема, методу проектів дозволяє активізувати роботу студентів на заняттях, підвищити пізнавальний інтерес, розвинути їх творче мислення. Все це сприяє максимальному розкриттю індивідуальності, самовизначенню, самореалізації особистості, удосконаленню володіння навичками моделювання та проектування та формуванню інформаційної та комунікативної компетентностей [5].

Виконання проектних робіт сприяє розширенню сфери інтересів студента, поглибленому вивченню теми, вихованню цілеспрямованості, працездатності, формуванню навичок аналізувати власні результати і результати колег.

Отже, виконання проектів у процесі навчання поліпшить якість освітньої роботи, використання всіх переваг освітньої системи, підвищить продуктивність праці викладача, активізує пізнавальну діяльність студента, сприяє підвищенню самостійності студентів при вивченні нового матеріалу. Участь у проекті дозволяє придбати унікальний досвід, неможливий при інших формах навчання.

#### **Список використаних джерел**

1. Першукова О. Реформи навчання іноземних мов у Європі – відповідь на виклики сучасності // Шлях освіти. – 2007. – №3. – С.21–24.

2. Копил Г.О. Соціальне значення формування професійної культури студентів економічних спеціальностей / Г.О. Копил // Нові технології навчання: наук.-метод. зб. – К. : Наук.-метод центр вищої освіти. – 2004. – Вип. 36. – С. 32–35.
3. Іванченко А.В. Екологічна освіта - важливий чинник формування особистості старшокласника / А.В. Іванченко // Вісник Житомир. пед. ун-ту. - 2003. – Вип. 13. – С. 13–15.
4. Клейменова Г.М. Учебный проект как средство самореализации обучающихся/ Г.М Клейменова.// Теория и практика дополнительного образования – 2008. – №10. – С. 15–19.
5. Овчарук О. Компетентності як ключ до оновлення змісту освіти. - Стратегія реформування освіти в Україні: Рекомендації з освітньої політики / О. Овчарук. – К. : "К.І.С", 2003. – С. 57–81.

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ОРЕНДИ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ**

**О.А. Росенко**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Практичне здійснення аграрних перетворень виявило сьогодні ряд нових проблем, які вимагають свого вирішення. Так, значна кількість селян-власників земельних і майнових часток (паїв) залишилась незадоволеною власним вибором форми господарювання, своїх лідерів чи партнерів на ринку оренди землі і майна. Вони вважають свій вибір поспішним, не виваженим і формальним. А це є джерелом нестабільності і причиною подальших трансформацій.

Незважаючи на повсюдне поширення орендних відносин на селі, ринок оренди майна і землі ще тільки формується. На ньому не створене достатнє конкурентне середовище, а тому має місце диктат з боку орендарів-підприємців при укладанні і реалізації орендних договорів, нерідко порушуються права власності орендодавців.

У зв'язку з цим потрібне подальше наукове осмислення першого досвіду реформування сільськогосподарських підприємств і становлення орендних відносин, а також оцінка місця, ролі і перспективи різних суб'єктів господарювання в багатокладній аграрній економіці.

При посиленні конкуренції на ринку оренди землі і майна актуальнішими стануть методичні рекомендації щодо встановлення взаємовигідних умов оренди для орендодавців і орендарів.

Сьогодні є величезна кількість прикладів, які свідчать про зростання конкуренції на ринку оренди землі.

Конкурентоздатність орендарів на ринку оренди землі залежить від їх платоспроможності, яка є наслідком ефективності їх господарювання. Виходячи з цього, метод попиту і пропозиції дуже тісно пов'язаний з нормативним методом

(залежно від очікуваної рентабельності виробництва на орендованій ділянці). Тобто підвищення розміру орендної плати повинно бути економічно обґрунтованим і економічно доцільним. При визначенні розміру орендної плати за цим методом потрібно враховувати структуру виробництва підприємства, його спеціалізацію та рентабельність. Наприклад, чим більше прибутку одержує орендар від виробництва на орендованій землі, тим більшою буде і сума орендної плати, яку він може запропонувати орендодавцеві. Порушення даного принципу часто веде до невиконання орендарями укладених договорів оренди землі.

Застосування нормативного методу означає, що кожний землекористувач при укладанні договору на оренду землі повинен наперед прорахувати свої можливості щодо розміру орендної плати, який повинен забезпечуватися результатами господарювання. Такий підхід до визначення розміру орендної плати враховує родючість ґрунтів, клімат, погодні умови, розташування земельної ділянки відносно ринків збуту, кон'юнктуру цін та інші фактори.

Слід підкреслити, що за допомогою нормативного методу прогнозується спроможність орендаря виплачувати орендну плату в певних розмірах. Однак, при цьому слід враховувати і те, що даний метод визначення орендної плати за певних умов може бути невигідним для орендодавця. Такою умовою, наприклад, може бути монопольне становище орендаря на місцевому ринку оренди землі. Це дозволить йому обґрунтувати менші розміри орендної плати, занижуючи фактичні результати господарювання. У цьому випадку і спрацьовує механізм захисту орендодавців через застосування директивно встановленого мінімального розміру орендної плати, визначеного від грошової оцінки землі.

В умовах конкуренції на ринку оренди землі, з метою оптимізації розмірів орендної плати за землю, пропонуємо методику та орієнтовну шкалу для визначення розміру орендної плати за землю в оптимальних параметрах (15–30% від розрахункового прибутку орендаря). Вона дозволяє встановлювати взаємоприйнятні як для орендарів, так і для орендодавців розміри орендної плати залежно від вирощуваних культур та урожайності.

## **УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЗЕРНА ПШЕНИЦІ У ФГ «АГРО-МІЛК» ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**О. Рудь**  
*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

Управління як наукова система організації виробництва є однією з найважливіших умов ефективної і прибуткової діяльності підприємств.

Об'єктом дослідження виступає ФГ «Агро-Мілк» Гайворонського району Кіровоградської області.

ФГ «Агро-Мілк» у 2014 році орендувало 2153 га землі. Загалом господарство орендує 935 паїв загальною вартістю землі 20,3 млн. грн.



Відсоток виплати від грошової вартості орендованих земельних часток у 2014 році склав 4,1.

Господарство обслуговується однією тракторною бригадою, в якій нараховується 16 тракторів та 2 комбайни. Автопарк має 24 вантажних авто і 2 легкових, які здатні вирішити транспортні проблеми.

Важливе значення у виробничому процесі відіграють трудові ресурси. Так, середньооблікова чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві, щороку зменшується. У господарстві відбулось різке скорочення працівників, зайнятих у тваринництві, від 47 чоловік у 2011 році до 6 чоловік у 2013 році. Причиною такого різкого скорочення працівників стало зменшення поголів'я ВРХ і поголів'я свиней. Слід зауважити, що середньооблікова чисельність працівників коливається, оскільки в підприємстві є сезонні і тимчасові працівники.

У ФГ«Агро-Мілк» провідною галуззю є рослинництво, продукція якого у структурі товарної продукції становить 86,1%, зокрема, виробництво зернових і зернобобових складає 43,7%, насіння соняшнику – 30,7%, ріпаку – 9,7%. Що стосується тваринництва, то найбільшу питому вагу займає виробництво молока – 12,3%. З огляду на це ФГ«Агро-Мілк» має зерно-технічний напрямок спеціалізації з розвинутим молочним скотарством.

Щодо фінансово-економічної діяльності, то ФГ«Агро-Мілк» у 2014 році отримало прибуток у розмірі 1445 тис. грн. при рівні рентабельності 5,4%. Слід відмітити, що за досліджуваній період даний показник знижується. Основною причиною цього є стрімкий ріст собівартості продукції у господарстві та низькі реалізаційні ціни на неї. Таким чином, для підвищення економічної ефективності діяльності ФГ«Агро-Мілк» потрібно шукати шляхи для зниження собівартості продукції. При цьому слід пам'ятати, що вона є похідною від двох факторів – витрат на виробництво продукції і виходу продукції.

Щодо показників ефективності використання землі, то слід відмітити, що урожайність зернових і зернобобових з кожним роком зростає. В порівнянні з 2012 роком урожайність в 2014 році збільшилась на 19,2 ц/га. Відносно ріпаку, то його почали вирощувати в 2013 році і він стає однією з прибуткових культур господарства. Головною причиною цього є наявність стабільного попиту на нього на ринку та порівняно невеликі затрати на вирощування.

Виробництво зерна на 100 га ріллі коливається від 706,4 ц у 2012 році до 1775,2 ц у 2014 році. Виробництво живої ваги свиней на 100 га відповідних угідь, різко скоротилося. Це пов'язано із скороченням поголів'я свиней та неприбутковістю галузі в цілому. Вальної продукції в розрахунку на 100 га с.-г. угідь в 2014 році одержано 176,45 тис. грн., що на 96,97 тис. грн. більше, ніж у 2012 році. Аналізуючи показник продуктивності праці, слід відмітити, що обсяг виробництва валової продукції на 1 середньорічного робітника є найбільшим у 2014 році.

Протягом аналізованого періоду у ФГ«Агро-Мілк» спостерігається ситуація, коли об'єми реалізації продукції нижчі за об'єми виробництва.

Наші дослідження показали, що при здійсненні виробничо-збутової діяльності голові ФГ«Агро-Мілк» необхідно приділити значну увагу на вибір

для себе тієї системи і структури управління виробничо-збутовою діяльністю, які якнайкраще відповідатимуть потребам саме його клієнтів і загальній стратегії підприємства. У той же час вони мають бути гнучкими, щоб підприємство могло своєчасно пристосуватися до ситуації на ринку у відповідності до своєї мети.

Розглянувши умови, в яких проводить свою діяльність ФГ «Агро-Мілк», можна запропонувати деякі методи зі зменшення ризиків виробничої діяльності та збільшення позитивного ефекту від виробництва.

Так, для збільшення прибутків та рентабельності виробництва необхідно передусім, підвищити її урожайність. Адже чим вища урожайність пшениці, тим вища економічна ефективність її вирощування. Збільшуються прибутки та рівень рентабельності, зменшується собівартість зерна, вноситься мало добрив, не проводиться захист рослин, буде формуватися низький урожай зерна – 35 ц/га, з низькою його якістю, за такого рівня врожаю вирощування пшениці є малоєфективним. За дотримання вимог технології урожайність збільшиться до 60-70 ц/га та поліпшиться якість зерна.

Для збільшення урожаїв та ефективності вирощування пшениці необхідно впровадити ресурсозберігаючі технології її вирощування. Вони дають змогу одержувати високі урожаї зерна за менших витрат палива, добрив та інших ресурсів (на 25 - 35%) і значно підвищують рентабельність його виробництва порівняно з існуючими технологіями. Витрати на виробництво можна також значно скоротити, якщо всі процеси вирощування пшениці здійснювати досконалішою технікою, комбінованими і широкозахватними знаряддями.

Зростання економічної ефективності забезпечує також використання сортів напівінтенсивного типу, які менш вибагливі, ніж інтенсивні, до умов вирощування, краще використовують вологу, стійкі до захворювань і не завжди потребують застосування фунгіцидів.

Аби поліпшити економічні показники вирощування пшениці слід ефективніше використовувати паливні ресурси, бо в господарствах це робиться вкрай незадовільно. Добрива значно краще використовуються при застосуванні інтегрованого захисту рослин. Так, без захисту посівів добрива підвищували урожай пшениці лише на 3-6, а із захистом – на 8-12 ц/га. Це пояснюється тим що захист рослин поліпшував фітосанітарний стан посівів, а здорові рослини краще використовували поживні речовини та краще функціонували поживні речовини та краще функціонували і повніше використовували свій генетичний потенціал, ніж хворі та забур'янені. При використанні в господарстві інтенсивних технологій особливого значення набуває дотримання календарного графіку всіх організаційно-технічних операцій на кожному полі. Підвищується економічна ефективність продукції рослинництва при застосуванні інтенсивних технологій, які сприяють зниженню собівартості продукції та трудомісткості. Вона вимагає комплексну механізацію господарства, використання ресурсо- та енергозаощадних технологій, розширення роботи по запобіганню ерозії ґрунтів і засолення, удосконалення організації систем управління. Підвищення ефективності виробництва продукції сприяє налагодженню системи удосконалення взаємодії партнерів ринку, що вимагає в першу чергу в

господарстві створити відділ маркетингової служби. Створення даного відділу дасть змогу виробникам господарства отримати вчасно інформацію, яка склалася, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

## **ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ**

**О. М. Саковська**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Кооперація в сільському господарстві бере свій початок з 50-х років ХІХ століття, коли у Пруссії Ф. Райффейзенем була започаткована селянська кооперація у формі товариства допомоги сільським господарям і благодійного товариства. З часом у деяких країнах Європи під впливом потреб внутрішнього і зовнішнього продовольчих ринків стали виникати, а пізніше інтенсивно розповсюджуватися кооперативи з переробки сільськогосподарської продукції, відбувається широке за масштабами кооперування фермерських господарств у збутовій і постачальницькій сферах діяльності.

Нині в країнах Заходу, в США, Канаді та інших розвинутих державах сільськогосподарською кооперацією охоплені майже всі основні сфери діяльності фермерських господарств. Зокрема, успішно функціонують такі види кооперативів: обслуговуючі, збутові, кооперативи з фінансово-кредитного та страхового забезпечення, кооперативи з соціального обслуговування, з менеджменту. Як бачимо, в сільському господарстві зарубіжних країн розвиваються різні форми кооперативів, які безпосередньо створюються фермерськими господарствами для досягнення більш високих результатів господарювання та захисту в конкурентній боротьбі з монопольними структурами у сфері переробки продукції й особливо, у сфері її збуту на внутрішньому та зовнішньому продовольчих ринках.

Тому не випадково найбільшого розповсюдження набули кооперативи саме з організації збуту сільськогосподарської продукції та її промислової переробки. Одночасно, як свідчить досвід США, країн Західної Європи, фермерські господарства не створюють кооперативів з виробництва сільськогосподарської продукції, вважаючи, що приватне господарювання в цій сфері діяльності є більш ефективним і самодостатнім для них.

В країнах Західної Європи спостерігається процес диверсифікації діяльності кооперативів. Скажімо, багато збутових кооперативів взяли на себе функцію забезпечення фермерських господарств матеріально-технічними ресурсами. У Франції великі кооперативи зі збуту зерна створюють потужні виробництва з його переробки і виготовлення широкого асортименту борошняних виробів, забезпечуючи завдяки цьому додаткові прибутки фермерським господарствам — членам таких кооперативів.

Новим напрямком у розвитку сільськогосподарських кооперативів у зарубіжних країнах є створення асоціацій кооперативів, завдяки чому досягається вищий рівень їх конкурентоспроможності на продовольчому ринку, більш надійний захист від впливу монополізованих структур в агробізнесі.

Ефективне сільськогосподарське виробництво є основою забезпечення продовольчої безпеки держави, задоволення населення країни високоякісними продуктами харчування в достатній кількості та різного асортименту. Нинішня аграрна структура, при якій збільшується концентрація земель агрохолдингів, які спеціалізуються на вирощуванні високорентабельних та монокультур переважно зернової та олійної груп, а виробництвом трудомісткої плодоовочевої та м'ясо-молочної продукції займаються дрібні особисті селянські господарства та фермери, є незбалансованою. Сільськогосподарська концентрація в такому вигляді не передбачає соціальний розвиток села, створення нових робочих місць, зниження цін на продукти харчування.

Розвиток сільськогосподарської кооперації в Україні дозволить використовувати переваги великого товарного виробництва і враховувати інтереси сільських товаровиробників, сприяючи відродженню селянина як господаря виробництва, реального власника засобів виробництва і виробленої ним продукції.

В Україні для успішної діяльності сільськогосподарських кооперативів сформовано достатнє нормативно-правове поле. Зокрема, це Закони України «Про кооперацію» [1], «Про сільськогосподарську кооперацію» [2], «Про споживчу кооперацію» [3], «Про кредитні спілки», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку кооперативного руху та посилення його ролі в реформуванні економіки України на ринкових засадах».

На сьогодні потенціал сільськогосподарської кооперації в Україні залишається нереалізованим. Кількість виробничих кооперативів постійно знижується, невеликою є й кількість обслуговуючих кооперативів.

Виробничий кооператив є юридичною особою, яка створюється громадянами з метою здійснення господарської діяльності на засадах підприємництва [4]. Основною причиною зниження кількості виробничих сільськогосподарських кооперативів є неможливість використовувати найману працю, що передбачено кооперативними принципами, закріпленими у законодавстві. Як наслідок, виробничому сільськогосподарському кооперативу важко реагувати на ринкову кон'юнктуру, зменшуючи чисельність працівників при низькому попиті та наймаючи додаткову робочу силу при зростанні ринку. Врешті, сільськогосподарський виробничий кооператив позбавляється перспектив подальшого існування і, як правило, або припиняє свою діяльність, або відбувається його реорганізація у певний вид господарського товариства.

Перспективи розвитку існують у сільськогосподарській обслуговуючій кооперації, яка є ключовим механізмом самоорганізації сільських товаровиробників, захисту невеликих селянських, фермерських господарств від недобросовісних посередницьких структур та залежності від них. Такий вид кооперації сприяє [5]:

- підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва завдяки

оптимізації витрат товаровиробників на придбання засобів виробництва, проведення окремих технологічних операцій, здійснення маркетингових досліджень, а також збільшення прибутку від реалізації продукції;

- розширенню доступу сільськогосподарських товаровиробників, особливо особистих селянських та фермерських господарств, до агросервісних послуг;

- удосконаленню для сільськогосподарських товаровиробників процесу реалізації продукції, більш ефективному використанню каналів збуту, досягненню міцних позицій на ринку, адаптації до ринкових умов;

- створенню додаткових робочих місць у сільській місцевості, поліпшенню соціального захисту сільського населення, підвищенню рівня життя на селі.

Важливість розвитку кооперативного руху визнається світовим співтовариством. У 1992, 1994, 1996, 1999, 2001 та 2002 роках питання розвитку кооперативів було одним із предметів обговорення Генеральної Асамблеї ООН. 18.06.2002 р. було прийнято спеціальну резолюцію 56/114 «Кооперативи в процесі соціального розвитку», в якій виписано низку рекомендацій та закликів до урядів країн-членів щодо розвитку кооперації, зокрема:

- врахувати і використовувати вклад кооперативів у соціальний розвиток, ліквідацію бідності, забезпечення продуктивної зайнятості, розширення соціальної інтеграції;

- стимулювати й сприяти створенню і розвитку кооперативів, особливо тих, які створюються найбільш уразливими групами населення;

- забезпечувати партнерство між урядами та кооперативним рухом;

- створювати бази статистичних даних про розвиток кооперативів та їхній вклад у національну економіку;

- розробляти програми заохочення кооперативів до навчання, обміну досвідом на регіональному і національному рівнях [6].

В Україні існуючі організаційно-економічні та правові умови не сприяють розвитку кооперативного руху на селі. Водночас об'єднання селян у кооперативи сприятиме ефективній реалізації ресурсного потенціалу сільського господарства при збереженні робочих місць, соціальному розвитку сільських територій. Поряд зі зміцненням фермерства та крупнотоварного приватного виробництва необхідно розвивати кооперативний рух на селі, який має стати важливим фундаментом структурної перебудови сільського господарства.

#### **Список використаних джерел**

1. Про кооперацію : Закон України від 10.07.2003 № 1087-IV // Голос України. – 2003. – №160. – 28 серпня.
2. Про сільськогосподарську кооперацію : Закон України від 17.07.1997 № 469/97-ВР // Голос України. – 1997. – 13 серпня.
3. Про споживчу кооперацію: Закон України від 10.04.1992 № 2265-XII // Голос України. – 1992. – 9 травня.
4. Господарський кодекс України : Голос України. – 2003. – № 49. – 14 березня.
5. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація : Словник-довідник / За заг.

ред. Р.Я. Корінця, М.П. Гриценка, М.Й. Маліка. – Львів : НВФ «Українські технології», 2010. – 160 с.

6. Малік М.Й. Науково-методичне забезпечення розвитку кооперації в аграрній сфері / М.Й. Малік // Економіка АПК. – 2010. – №12. – С. 103-108.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЗЕРНА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЗБІЛЬШЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ**

**О.М. Світовий**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

В умовах жорсткої конкуренції на ринку зерна, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, виграє той виробник, який може вивести на ці ринки продукт кращої якості з мінімальними витратами на його виробництво. Для цього необхідно удосконалювати управління виробництвом зерна. Іншими словами, збільшення прибутковості зернової галузі залежить від запровадження інтенсивних енергозберігаючих технологій, покращення матеріального стимулювання працівників, раціонального використання матеріально-технічних ресурсів та інших чинників.

Зерно є основним продуктом вітчизняного сільськогосподарського виробництва, тому під зерновими культурами зайняті найбільші посівні площі. У 2014 році даними культурами було зайнято 54,3 % посівних площ, або 14801 тис. га. Зерновими культурами, що займають найбільшу площу, є такі як пшениця – 5898 тис. га, кукурудза на зерно – 4691 тис. га, ячмінь ярий – 1950 тис. га, ячмінь озимий – 1091 тис. га. Усі інші зернові культури мають значно менші площі посіву [1].

Якщо проаналізувати розміри сільськогосподарських підприємств, які вирощують зернові культури, то можна констатувати що з 34663 таких підприємств 18985, або 54,8% – мають земельну площу не більше 50 га, а лише 488 підприємств, або 1,4%, господарюють на земельних площах більше 3000 га. Що стосується загальних площ посіву зернових культур, то можна відзначити, що сільськогосподарські підприємства із земельною площею більше 3000 га, тобто 1,4% від усіх підприємств, вирощують 22,9 % вказаних культур, а 54,8% малих підприємств – лише 3,5% [1].

Крім того слід зазначити, що від загального обсягу виробленого зерна, а це 13956,7 тис. тонн, або 21,9% загальної кількості, виробляють господарства населення, які не мають достатньої кількості необхідних технічних засобів для ефективного вирощування зернових культур [1]. Такі господарства, в основному, вирощують зернові культури для задоволення власних потреб, тобто вони дане зерно не в повному обсязі реалізують на ринку, а відповідно не отримують відповідного прибутку та доданої вартості в принципі. Щоб обрахувати суму доданої вартості, необхідно знати не тільки обсяг виручки,

витрат на купівлю матеріально-технічних ресурсів, а й кількість затраченої праці, вираженої у грошах. Господарства населення такого обліку не проводять, тобто вони не ведуть таблиць затрат робочого часу та обсягу виконаних робіт, і не нараховують заробітну плату. Вони не є юридичними особами.

Хоча деяку частку виробленого зерна, а саме 3650,2 тис. тонн (2014 рік) вони продають, а це 26,1% від загальної кількості. В порівнянні з реалізацією зерна сільськогосподарськими підприємствами (40220,5 тис. тонн у 2014 році) це лише 9,1% [1]. Очевидно, що господарства населення реалізують вказану кількість зерна, в основному із площ земельних паїв, приєднаних до особистих господарств. За визначенням, господарства населення – це домогосподарства, що здійснюють сільськогосподарську діяльність як з метою самозабезпечення продуктами харчування, так і з метою виробництва товарної сільськогосподарської продукції, а також фізичні особи – підприємці, які проводять свою діяльність у галузі сільського господарства [2]. В даному випадку, на нашу думку, законодавчо необхідно впорядкувати існуючі форми господарювання у господарствах населення, виділивши з них окремо земельні паї, так як кількість даних паїв, які селяни самостійно обробляють, з кожним роком збільшується. Це відбувається тому, що селяни усе з меншим бажанням віддають свої земельні паї в оренду, одержуючи орендну плату 3 % (в деяких випадках трохи більше – коли є конкуренція між орендарями) від проіндексованої вартості землі і ще сплачуючи 15 % податку на доходи фізичних осіб. Обробляючи земельні паї самостійно вони отримують усю виручку, не сплачуючи ніяких податків та зборів, крім земельного податку. А це в декілька разів більші суми (навіть коли селяни наймають техніку для обробітку та купують матеріальні ресурси для вирощування сільськогосподарських культур), ніж від здачі землі в оренду. Тому в подальших дослідженнях ми будемо аналізувати лише сільськогосподарські підприємства.

На нашу думку, для збільшення обсягу доданої вартості при вирощуванні зернових культур, тобто вартості, створеної на конкретному сільськогосподарському підприємстві, необхідно застосовувати інтенсивні енергозберігаючі технології. Вказані технології дають можливість отримувати вищу урожайність зернових культур та мати зерно кращої якості при мінімальних виробничих витратах, особливо витратах матеріально-технічних ресурсів. А це, в свою чергу, сприятиме збільшенню доданої вартості, особливо такого її елемента як прибуток. До того ж, частину прибутку, створеного додатково, та й взагалі загального обсягу прибутку, можна використовувати для модернізації основних засобів, закупок новітньої техніки для енергозберігаючих технологій та для покращення матеріального стимулювання працівників. Додаткове матеріальне стимулювання спонукатиме працівника краще працювати, а отже раціонально використовувати матеріально-технічні ресурси.

Крім того, потрібно використовувати ефект масштабу як інструменту впливу на скорочення витрат виробництва. Тобто, як було проаналізовано вище, більшість сільськогосподарських підприємств, які вирощують зернові

культури, мають земельну площу менше 50 га і використовують виробничі ресурси не завжди раціонально. На нашу думку, необхідно таким підприємствам кооперуватися у виробництві, створювати обслуговуючі сільськогосподарські кооперативи для забезпечення своїх членів необхідними ресурсами за справедливими цінами. Підтримуємо твердження професора Б.Я. Кузняка про те, що однією із необхідних умов успішної роботи обслуговуючих кооперативів є забезпечення їх висококваліфікованими кадрами, зокрема менеджерами. Тому в зарубіжних країнах держава витрачає значні кошти на їх підготовку. В Україні цього не спостерігається. Кооперативи створюються виробниками не заради отримання прибутку (обслуговуючими кооперативами – примітка автора), а щоб убезпечити себе від залежності і диктату промислових фірм, торгових монополій, різних посередників, мета яких – збагачуватися за рахунок селян, скуповуючи в них за заниженими цінами сільськогосподарську продукцію і реалізуючи її за високими цінами [3]. Торгові монополії та різного роду посередники, забираючи у виробників значну частину прибутку, зменшують і загальну суму доданої вартості, одержану сільськогосподарськими підприємствами. Тому наразі сільськогосподарські підприємства, які вирощують зернові та інші культури не мають у достатній кількості оборотних коштів, не можуть в короткі строки запроваджувати прогресивні технології. До того ж, пільгове кредитування сільськогосподарських товаровиробників майже відсутнє.

Однак, ефект масштабу має в деяких випадках і негативний результат. Ми маємо на увазі створення великих агрохолдингів, в розпорядженні яких десятки тисяч гектарів ріллі. Серед основних недоліків створення таких агрохолдингів, які впливають на величину доданої вартості, виділимо такі:

1. Неефективне використання сільськогосподарської техніки через далекі переїзди, часто за декілька сотень кілометрів. Таке можна сказати і про доставку матеріальних ресурсів. Це відбувається тому, що взяті в оренду такими агрохолдингами землі знаходяться не в одному масиві, а розміщені часто в різних населених пунктах та районах.

2. Такі агроформування часто самі є монополістами у вирощуванні сільськогосподарських культур, а також у збуті зернової та іншої продукції, у тому числі і за кордон. В цьому разі менші за розмірами сільськогосподарські підприємства відчувають незручності у цьому неконкурентному середовищі.

3. Часто вирощуючи монокультуру, або найбільш рентабельні культури, агрохолдинги не турбуються про якість ґрунту, нещадно експлуатуючи землю, порушуючи сівозміни. Крім того, трудові ресурси, де агрохолдинги орендують земельні паї, майже не використовуються, вони також не відраховують кошти для розвитку села за місцем виробництва, бо зареєстровані в іншому місці.

#### **Список використаних джерел**

1. Статистичний збірник «Сільське господарство України» за 2014 рік / Відп. за вип. О.М. Прокопенко. – Київ : Державна служба статистики України, 2015. – 379 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>



2. Про затвердження методики розрахунку індексу обсягу сільськогосподарського виробництва / Наказ Державного комітету статистики України від 16.02.2019р. № 53. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/>
3. Кузяк Б.Я. Проблеми становлення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів в Україні / Б.Я. Кузяк // Економіка України. – 2015. – №3(640). – С. 26-32.

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС**

**Т.В. Стройко**

*доктор економічних наук, професор*

*Миколаївський національний університет В.О. Сухомлинського*

Вирівнювання розвитку регіонів є важливим аспектом європейської ринкової економіки і визначає політику Європейського Союзу у сфері регіонального розвитку. Регіональна політика орієнтується на економічне зростання через розвиток конкуренції і зменшення безробіття [1]. Саме тому дослідження стратегічних аспектів функціонування фінансових інструментів регіональної політики ЄС є особливо актуальними.

Сучасна регіональна політика ЄС має три основні напрямки: 1) сприяння економічній конвергенції (зменшення різниці) менш розвинених регіонів (які розташовані, в основному, в нових країнах-членах) від більш розвинених. 2) реалізація заходів, спрямованих на покращення регіональної конкурентоспроможності і зайнятості. 3) сприяння співпраці між регіонами і країнами задля зменшення економічного значення національних кордонів.

З прийняттям стратегії «Європа 2020» над досягненням мети забезпечення економічного розвитку в усіх країнах ЄС використовують три основних фонди (Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF), Європейський соціальний фонд (ESF), Фонд згуртування (Cohesion Funds)) та додатково два секторальних (Європейський сільськогосподарський фонд для розвитку сільських районів (EAFRD), Європейський Морський фонд та фонд рибальства (EMFF)). Разом з тим, регіони можуть отримати допомогу від Фонду солідарності (EUSF), до якого країни можуть звернутися у разі великих стихійних лих.

Відповідно до програми «Європа 2020» діяльність Європейського фонду регіонального розвитку має зосередитися на *чотирьох пріоритетах*:

- інновації та дослідження,
- розвиток цифрових технологій,
- підтримка малих і середніх підприємств,
- розвиток низьковуглецевої економіки.

Ресурси з цього фонду не обов'язково мають використовуватися тільки на ці чотири цілі. Але країни-реципієнти мають дотримуватися певних правил. Зокрема, в групі розвинених держав не менше 80% виділених коштів необхідно витратити на принаймні 2 зазначених пріоритети з 4-х, в перехідних регіонах - не менше 60%, а в малорозвинених - не менше 50% [2]. Також встановлено мінімальний відсоток коштів, які потрібно вкласти в розвиток низьковуглецевої економіки.

В цілому найменш розвинені країни отримають у 2014-2020 роках 185,37 млрд. євро, перехідні країни - 36,16 млрд., розвинені - 55,52 млрд. На додаток малонаселеним і віддаленим районам виділено 1,56 млрд, на міжрегіональний розвиток - 10,23 млрд. Усі суми виражені в поточних цінах і не враховують розподіл Фонду згуртування. Більше за інших із зазначених коштів отримає Польща (82,27 млрд євро), Італія (33,08 млрд.) та Іспанія (28,31 млрд. євро) [2].

Згідно з бюджетом на 2014-2020 роки політика згуртування отримає 325 млрд. євро в цінах 2011 року (366,8 мільярда євро в поточних цінах) [2].

Кошти будуть спрямовані на підвищення економічного зростання і створення нових робочих місць, боротьбу зі зміною клімату, енергетичною залежністю і соціальними проблемами. Інвестиції будуть спрямовані в усі регіони ЄС, але з урахуванням рівня їх розвитку.

У період з 2014 – 2020 рр. ЄС планує інвестувати в цілому 351 млрд. € [2] в регіони Європи з метою: сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, підтримки досліджень та інновацій, інвестування в більш чисте навколишнє середовище, забезпечення збереження довкілля, поліпшення доступу до цифрових технологій, розробки нових продуктів і методів виробництва, забезпечення енергозберігаючих технологій та боротьби зі зміною клімату, підвищення освіти і кваліфікації, поліпшення транспортного сполучення з віддаленими регіонами.

На період 2014-2020 р.р. Європейською комісією як продовження Програми СІР (Competitiveness and Innovation Framework Programme - «Конкурентоспроможність та інновації») розроблено Програму COSME (EU Programme for the Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises - Програма ЄС з конкурентоспроможності підприємств, в тому числі, малих і середніх), з плановим бюджетом 2,3 млрд. євро [2]. Заплановані області діяльності: кращий доступ до фінансів для малих і середніх підприємств; доступ до ринків країн ЄС та зовнішніх ринків; підтримка підприємництва; більш сприятливі умови для створення і розвитку бізнесу.

Регіональний розвиток в Європі отримує вигоди від широкого спектру різноманітних можливостей фінансування. Крім основних джерел фінансування, існують й інші засоби залучення капіталу. На відміну від періоду реалізації програми 2007-2013 років, у правилах щодо застосування фінансових механізмів та інструментів, прийнятих для програми 2014-2020, жорстко не визначено сектори, бенефіціарів, типи проектів і заходів, які мають бути підтримані. У рамках нової системи також містяться чіткі правила, які дозволяють краще поєднати фінансові механізми з іншими формами підтримки, зокрема, з грантами.

### Список використаних джерел

1. Walker R. Capital and Industrial Location. In Progressive Human Geography / R. Walker, M. Storper. – NY, 1981. – P. 473-509.
2. U 2020 strategy and the 2014-2020 Programming period/  
[http://www.eetaa.gr/eu2020/europe2020/04\\_eurada\\_eu2020\\_strategy\\_and\\_the\\_new\\_programming\\_period.pdf](http://www.eetaa.gr/eu2020/europe2020/04_eurada_eu2020_strategy_and_the_new_programming_period.pdf)

## СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**С.В. Тимчук**

*кандидат економічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

В останні роки в Україні зростає потреба у багатофункціональному розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агробізнесі. Необхідним є забезпечення належних умов для розвитку села та сільського способу життя. При цьому особлива увага звертається на невикористану діяльність, оскільки виключно аграрне виробництво не може забезпечити гармонійного довкілля та матеріальних благ сільським мешканцям. Важливим напрямом реалізації такої стратегії є розвиток сільського та аграрного туризму, який забезпечує підвищення рівня зайнятості сільських жителів, зростання трудового потенціалу села, розбудову благоустрою сільських населених пунктів.

Питаннями розвитку сільського зеленого туризму в Україні займаються Рутинський М., Кравченко Н., Березін О.В., Довгаль О.В. та інші. Проте дослідження в даному сегменті розвитку сільських територій досі є актуальним.

Для задоволення потреб туристів Україна має надзвичайно великі туристично-рекреаційні можливості. Майже п'ятнадцять відсотків території це курорти, зони відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони де прекрасне здорове повітря, чисті ріки, гори, місцевості, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші прекрасні архітектурні пам'ятки. Історично склалися більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину. Охороняється державою біля 30 національних і регіональних парків та садиб відомих діячів української культури. Визначними є лікувальні ресурси – більш ніж 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ цілющих грязей, велика кількість яких є унікальними не тільки для України, але й для Європи [1].

Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості, площа якої становить 69,3 % території країни, та в межах лісових угідь, площа яких складає 17,2 %. В селах України нараховується 6,3 млн. житлових будинків, з яких 98 % перебувають у приватній власності [2].

В Україні сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм є одним із пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації аграрного виробництва. У своєму функціонуванні він орієнтується насамперед на регіони України, де існують відповідні рекреаційні ресурси та соціально-економічна потреба у цьому виді господарювання. Але на сьогодні, на жаль, цей напрям економіки сільськогосподарських підприємств, аграрної сфери, сільської місцевості розвинутий недостатньо [3].

Важливою складовою ефективного розвитку сільського зеленого туризму в Україні на сучасному етапі є формування відповідної нормативної бази. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні підтримується спеціальними програмами Міжнародного фонду «Відродження», фонду «Євразія», Європейської федерації сільського зеленого туризму «Єврожітс» та іншими. Але цього недостатньо, щоб сільський зелений туризм в Україні відіграв роль каталізатора розвитку багатьох галузей економіки (сільське господарство, транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво тощо), став провідним чинником стабільного і динамічного збільшення надходжень до бюджету. Необхідно передусім здійснити законодавчо-нормативне врегулювання основ його функціонування. Нині тільки окремі аспекти діяльності сільського зеленого туризму регулюються Законами України «Про туризм», «Про особисте селянське господарство», «Про підприємництво». Разом з тим, прийнята 19 вересня 2007 р. Кабінетом Міністрів України Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року, на жаль, не передбачає жодних заходів щодо розвитку сільського зеленого туризму [4].

Одним з останніх нормативно-правових актів, щодо активізації розвитку сільського зеленого туризму є затверджений Кабінетом Міністрів України План заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом на 2014-2017 рр. (№847-р від 17 вересня 2014 р.) [5].

Серед відповідальних за виконання завдання, яке стосується подальшого розвитку сільського зеленого туризму на 2014-2017 рр. з української сторони визначені: засновник та організатор розвитку цієї сфери ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» (Спілка СЗТ України), Мінагрополітики, Мінінфраструктури, Держтуризмкурортів та Мінекономрозвитку. Партнери із сторони ЄС – Генеральний директорат Європейської Комісії «Сільське господарство та розвиток сільських територій».

Розвиток сільського зеленого туризму може відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки, забезпечити демографічну стабільність та розв'язання нагальних соціально-економічних проблем у сільській місцевості. Україні стратегічно важливо швидко подолати відставання у цій сфері і реалізувати наявний багатий туристичний потенціал шляхом проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема і на регіональному рівні.

#### **Список використаних джерел**

1. Кравченко Н. Рекреаційне господарство Полісся: сучасний стан та перспективи розвитку [Текст] / Н. Кравченко. – Ніжин: Міланік, 2007. – 172 с.

2. Рутинський М. Сільський туризм [Текст] / М. Рутинський. – К.: Знання, 2006. – 271 с.
3. Березін О.В. Мале підприємництво та зелений туризм: перспективи розвитку / О.В. Березін // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). – 2007. – №11. – С.93–97.
4. Довгаль О.В. Сільський туризм як перспективний напрям підприємництва у соціально-економічному механізмі розвитку села / О.В. Довгаль // Бізнес-Інформ. – 2013. – №4. – С.316–320.
5. Офіційний сайт Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.greentour.com.ua>

## **АЛЬТЕРНАТИВНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

**Л.В. Гранченко**

*доктор економічних наук, професор  
Уманський національний університет садівництва*

На сучасному етапі розвитку туристичної та рекреаційної діяльності для організаційних структур управління підприємствами на регіональному рівні однією з важливих проблем є те, що розміщені в регіоні рекреаційні об'єкти підпорядковані різним міністерствам, відомствам, установам, що ускладнює процес управління рекреаційною сферою як єдиною галуззю у межах територіальних санаторно-курортних або туристичних систем. Тому, з метою підвищення ефективної діяльності туристично-оздоровчих підприємств як цілісних територіальних або локальних утворень, доцільно вдосконалити систему управління на основі об'єднання туристичної та оздоровчої сфери в рамках одного відомства, що засвідчує, зокрема, позитивний досвід багатьох зарубіжних країнах [1].

В організаційній структурі управління туристичними та рекреаційними підприємствами доцільно виділити як окремий департамент туризму і рекреації в системі місцевих органів влади, а також агенції з розвитку туризму та рекреації і комерційні агенції з маркетингу та залучення інвестицій у туристичні підприємства, асоціації сільського зеленого туризму. З метою підвищення ефективності використання рекреаційно-курортного та туристичного потенціалу туристичних підприємств доцільно створювати такі територіальні утворення, як туристично-рекреаційні кластери (ТРК), що являють собою комплекс взаємодіючих між собою підприємств, установ і організацій, які забезпечують функціонування і розвиток рекреаційно-курортної та туристичної інфраструктури, займаються експлуатацією територіально-ресурсного потенціалу для задоволення потреб населення в

організації відпочинку, санаторно-курортного лікування та туристичного обслуговування.

Необхідність і можливість об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності, що надають рекреаційно-курортні та туристичні послуги, в єдиний господарський кластер на певній території пояснюється їх потребою у забезпеченні конституційного права громадян на відпочинок та охорону здоров'я, наявністю цілісної територіально-виробничої і соціальної інфраструктури, проведенням єдиної туристично-курортно-рекреаційної політики з боку органів місцевого самоврядування [2].

До того ж організація діяльності підприємств рекреаційно-курортного та туристичного господарства у формі кластерів сприятиме інтеграції і координації діяльності підприємств інших галузей, що функціонують у сфері рекреації, курортного та туристичного бізнесу, як ефективної складової господарського комплексу курортних міст сільських територій та дозволяє комплексно розв'язувати економічні і соціальні, а також екологічні проблеми.

Основні завдання, які слід розв'язувати в такому рекреаційно-курортному та туристичному кластері з метою підвищення ефективності його функціонування, можемо сформулювати так: розробка концепції розвитку рекреації та туризму на території розміщення; розвиток галузевої інфраструктури, у тому числі транспортних комунікацій, і залучення з цією метою інвесторів; трансформація управління кластеру у підприємницьку корпорацію; освоєння корпоративних принципів та форм управління; збереження та раціональне використання рекреаційно-курортних та туристичних ресурсів; збереження та розвиток виробничого потенціалу; збереження та зростання кадрового потенціалу фахівців рекреаційно-курортного й туристичного бізнесу; розвиток виробничої та обслуговуючої кооперації, проведення семінарів, навчальних програм і програм стажувань у сфері туристичного бізнесу.

Найважливішими стратегічними завданнями туристичних підприємств з метою їх ефективного розвитку можна визначити такі: посилення конкурентних переваг за рахунок поліпшення якості туристичного продукту, розширення асортименту послуг та використання інноваційних технологій роботи з індивідуальними клієнтами, залучення висококваліфікованих спеціалістів для роботи у туристичних та рекреаційних підприємствах, подальше поглиблення маркетингових досліджень у сфері туристичної та рекреаційної діяльності (як на державному, так і на міжнародному рівнях), удосконалення організаційної структури управління туристичними та рекреаційними підприємствами, активізація інвестиційної політики у туристично-рекреаційній сфері, всебічне проведення інформаційно-рекламної та виставкової діяльності на вітчизняному та міжнародному ринку подальша капіталізація туристичних підприємств та корпоративізація управління ними тощо.

#### **Список використаних джерел**

1. Колотуха О. Класифікація спортивного туризму в Україні [Текст] / О. Колотуха // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2014. – № 2. – С. 10–13.

2. Проблеми розвитку туристичного бізнесу [Текст] : монографія / за заг. ред. Г. П. Скляр, В. Г. Шкарупа. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 233 с.

## **ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ**

**Л.В. Трач**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Процес модернізації системи української освіти в умовах інтенсивного розвитку соціально-економічних відношень в суспільстві і стрімкий рух нашої країни в напрямку Євросоюзу спричиняє актуалізацію проблем підвищення якості вищої освіти, що передбачає не тільки об'єм знань за фахом, але й здатність майбутніх випускників до їх творчого застосування у реалізації завдань фахового спрямування, спроможність здійснювати іншомовне спілкування з фахівцями з інших країн, а також виконувати професійну діяльність в умовах іншомовного середовища.

Появу терміну «компетентність» пов'язують з іменем зарубіжного вченого Н. Хомського. Він оперував такими поняттями, як «граматична компетентність», «мовна здатність» (*linguistic competente*), «мовне застосування», «мовна активність» (*linguistic performance*) [1].

В свою чергу іншомовна професійна компетенція – це сукупність знань, навичок, вмінь студентів, що дають можливість саморозвиватися, вдосконалюватися і застосовувати свої знання на практиці відповідно до ситуації мовлення. Її розглядають, як інтегральну особистісно-професійну якість людини з певним рівнем мовної освіти, яка здатна до продуктивної та ефективної діяльності з використанням комунікативних та інформативних можливостей іноземної мови, забезпечує можливість ефективної взаємодії з оточуючим середовищем за допомогою відповідних мовних компетенцій [2].

За словами Е. Бібікової, іншомовна компетентність передбачає сформованість комунікативних умінь у чотирьох основних видах мовленнєвої діяльності (мовлення, аудіювання, читання, письмо), наявність мовних знань (фонетичних, граматичних, лексичних) та навичок оперування ними [3]. Насіханова А.З. підкреслює, що «формування іншомовної компетенції є одним із завдань виховання повноцінної мовної особистості в умовах університетської освіти [4].

Проте, важливим фактором є те, наскільки глибоко в їхню предметно-технічну компетентність інтегрована іншомовна мовленнєва компетентність. Але накладати знання іноземної мови на уже здобуті професійні знання є досить проблематично. Це потрібно робити одночасно.

Для досягнення високого рівня іноземної компетентності у студентів викладачеві важливо знати новітні методи викладання, спеціальні навчальні техніки та прийоми, щоб оптимально підібрати той чи інший метод відповідно до рівня знань, потреб, інтересів студентів тощо.

На даному етапі розвитку методичної науки основним методом навчання іноземних мов є комунікативний метод. У процесі навчання за комунікативним методом студенти набувають комунікативної компетенції – здатності користуватись мовою залежно від конкретної ситуації. Вони навчаються комунікації у процесі самої комунікації. Відповідно усі вправи та завдання повинні бути комунікативно виправданими дефіцитом інформації, вибором та реакцією (information gap, choice, feedback) [5].

Навчання повинне здійснюватися за участі сучасних технологій. Сучасні технології в освіті – це професійно-орієнтоване навчання іноземної мови, проектна робота в навчанні, застосування інформаційних та телекомунікаційних технологій, робота з навчальними комп'ютерними програмами з іноземних мов (система мультимедіа), дистанційні технології в навчанні іноземних мов, використання інтернет-ресурсів, навчання іноземної мови в комп'ютерному середовищі (форуми, блоги, електронна пошта).

Існує низка інтерактивних технологій навчання, що не лише формує та розвиває пошуково-дослідницькі, комунікативні, інформаційні компетенції, але й формує креативність, стимулює інтелектуальну активність, допомагає формувати міжпредметні зв'язки, вчить використовувати інформаційно-телекомунікаційні технології та підвищує мотивацію студентів до вивчення іноземної мови.

Інтерактивність у навчанні можна пояснити як здатність до взаємодії, навчання у режимі бесіди, діалогу, дії.

Сутність інтерактивного навчання полягає у взаємонавчанні, груповій формі організації освітнього процесу із реалізацією активних групових методів навчання для вирішення дидактичних завдань. Студент і викладач виступають рівноправними суб'єктами навчального процесу. Під час такого діалогового навчання студенти вчаться критично мислити, розв'язувати складні проблеми на основі аналізу обставин і відповідної інформації, зважуючи альтернативні думки, приймати продумані рішення, брати участь у дискусії, спілкуватись з іншими людьми [6].

Слід зазначити, що використання інтерактивних форм навчання під час вивчення іноземних мов у ВУЗі буде ефективним, якщо зміст навчального процесу буде перекликатися з майбутньою професійною діяльністю студентів.

Наприклад, створюючи проблемні ситуації, викладачеві варто слідкувати, щоб завдання відповідали рівню наявних знань та інтелектуальних можливостей студентів, не були стереотипними, відображали реальні ситуації професійної діяльності, подавали проблему під несподіваним кутом зору, а також були пов'язані з темою заняття, текстом, який вони читали, граматиною, яку вони опрацьовували.



Корисним видом діяльності є створення дискусій англійською мовою, тематика яких може бути різноманітною. Доцільно створювати професійно-орієнтовані дискусії, прив'язуючи їх до майбутньої спеціальності студентів та застосовуючи відповідну спеціалізовану лексику. За основу таких обговорень можна брати інформацію з прочитаних наукових текстів та статей [7].

Викладач бере на себе роль організатора спілкування, формулює питання, звертає увагу на оригінальні думки, суперечливі питання, допомагає у розв'язанні напружених моментів, що виникають під час дискусії.

Окремо потрібно виділити метод проектів. Є. С. Полат відзначає, що метод проектів передбачає визначену сукупність навчально-пізнавальних засобів та дій студентів, які дозволяють вирішити ту чи іншу проблему в результаті самостійних пізнавальних дій та припускають презентацію цих результатів у вигляді конкретного продукту діяльності. Як педагогічна технологія це є сукупність дослідницьких, пошукових, проблемних методів, творчих за своєю сутністю [8].

Отже, можна зробити висновок, що серед безлічі методів навчання іноземної мови сьогодні, одним із найефективніших є інтерактивний метод із застосуванням різних технологій. Його ефективність полягає в тому, що він спрямований на підвищення іншомовної комунікативної компетенції шляхом спілкування студентів між собою та з викладачем. Інтерактивні технології допомагають, також, зняти психологічні труднощі і страх зробити помилку. За допомогою даного методу можна досягнути швидкого результату в спілкуванні і висловленні власної думки студентами. А це дає можливість говорити про те, що іншомовна мовленнєва компетентність студентів буде на належному рівні.

#### **Список використаних джерел**

1. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. – М., 1972. – №6. – С.122–124.
2. Изория Н.М. Формирования иноязычной компетентности будущих специалистов сферы туризма в ВУЗах культуры и искусств: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и методика профессионального образования” / Н. М. Изория. – М., 2008. – 24 с.
3. Бибикова Э.В. Формирование основ иноязычной коммуникативной компетентности у будущих экологов: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.08 “Теория и методика профессионального образования” / Э.В. Бибикова. – Майкоп, 2006. – 29 с.
4. Насиханова А.З. Иноязычная компетенция как компонент профессиональной подготовки специалиста в процессе обучения в ВУЗе [Электронный ресурс] /А.З. Насиханова. – Режим доступа: <http://lingvomaster.ru/files/354.pdf>.
5. Кузьмінський А.І., Омеляненко В.Л. Педагогіка: Підручник. – К.: Знання-Прес, 2008. – 447 с.
6. Скуратівська М.О. Сучасні методи та технології викладання іноземних мов. <http://intkonf.org/skurativska-mo-suchasni-metodi-ta-tehnologiyi-vikladannya-inozemnih-mov-u-vischiiy-shkoli-ukrayini/>

7. Організація навчально-виховного процесу. З досвіду роботи вищих навчальних закладів I–II рівнів акредитації / за ред. Н.М. Салман, Н.В. Цибенко. – 2007. – Випуск 10. – С. 80–95.
8. Полат Е.С. Теоретические основы составления и использования системы средств обучения иностранному языку для средней общеобразовательной школы: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук. – М., 1989.

## **ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ**

**Р.Ю. Федоров**

*Уманський національний університет садівництва*

У сучасних умовах для багатьох підприємств типовим наслідком кризових явищ економічного розвитку є гостра нестача оборотного капіталу, яка супроводжується низьким рівнем його використання. Відповідно, управління оборотним капіталом підприємства є найбільш ваговою ланкою діяльності менеджменту підприємства.

Питання ефективного управління оборотним капіталом підприємства досліджують вітчизняні та зарубіжні науковці: П. Саблук, М. Дем'яненко, В. Савчук, І. Бланк, А. Поддєрьогін, Д. Ван Хорн, Д. Ваховіч та інші. Проте доцільним є і подальше комплексне дослідження процесів формування та використання оборотного капіталу.

Оборотний капітал – це капітал, інвестований в оборотні (поточні) активи підприємства. До складу оборотних активів підприємства належать товарно-матеріальні цінності, дебіторська заборгованість і грошові кошти та їхні еквіваленти.

Інвестиції у поточні активи підприємства щодня змінюються. Для успішної діяльності підприємства важливо визначити оптимальний обсяг і структуру поточних активів.

Недостатність грошових коштів, товарно-матеріальних запасів може призвести до перебоїв у виробництві і навіть до припинення господарської діяльності. Швидке погашення дебіторської заборгованості, зумовлене жорсткою політикою підприємства щодо своїх покупців (відсутність знижок за швидку оплату, недопущення відтермінування платежів тощо), може призвести до втрати клієнтів, а отже, до виникнення проблем зі збутом готової продукції. Водночас, наявність на рахунках підприємства великих сум грошових коштів, значних обсягів товарно-матеріальних цінностей, дебіторської заборгованості можуть призвести до негативних наслідків. Тому для підприємства важливо сформулювати виважену, правильну політику управління оборотними активами, що забезпечить компроміс між ефективністю формування та фінансування оборотних активів.

Для того, щоб обрати ефективну політику управління оборотним капіталом, спочатку потрібно визначити спосіб фінансування оборотних активів, тобто модель фінансування оборотного капіталу. В літературі зустрічаються чотири моделі: ідеальна, агресивна, консервативна і компромісна [1]. Щодо підходів до формування оборотних активів, то в економічній літературі виділяють консервативний, агресивний і помірний підходи [2]. Вибір того або іншого підходу ґрунтується на прийнятному співвідношенні рівня прибутковості й ризику вкладення.

Політика управління оборотними активами аграрних підприємств також перебуває в тісній залежності від формування раціональної структури джерел їх фінансування. Як відомо, у зв'язку із сезонністю сільськогосподарського виробництва і неспівпаданням моментів відвантаження продукції і її оплати, потреба в оборотних коштах в аграрних підприємствах протягом року неоднакова. Якщо для фінансування постійної частини оборотних активів використовуються власні і прирівняні до них засоби, то для покриття частини варіюючих активів доцільно застосовувати механізм короткострокового кредитування, види і форми якого залежать від руху оборотного капіталу підприємства і тривалості операційного циклу. Саме тому для фінансування поточної діяльності аграрних підприємств зазвичай використовується комерційний кредит та інші форми банківського кредитування, найбільш гнучкими з яких у даний час є овердрафт і кредитні лінії, а також бюджетний і податковий кредити, сучасні форми рефінансування дебіторської заборгованості.

Таким чином, запропонований спосіб управління оборотними активами сільськогосподарських підприємств дозволяє: врахувати результати аналізу складу, структури, рентабельності оборотних активів та їх окремих груп; встановити вплив різних чинників на показники ефективності функціонування оборотних активів, розрахувати резерви їх зростання; визначити обсяг можливого вивільнення засобів із обороту; розкрити і реалізувати резерви збільшення виручки і чистого прибутку; оптимізувати і оперативно регулювати потребу в окремих видах оборотних активів з метою мінімізації витрат і досягнення високих фінансових результатів.

#### **Список використаних джерел**

1. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент. Підручник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна 2-ге вид.: – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
2. Проскуріна Н. М. Управління оборотними активами в умовах кризового стану підприємства / Н. М. Проскуріна, Н. С. Романюк // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2009. – № 3. – С. 55–63.

## **ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ПРОЕКТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ**

**Ю.І. Фернос**

*кандидат філологічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Серед пріоритетних напрямів державної політики в контексті інтеграції вітчизняної вищої освіти до європейського та світового освітнього простору визначено проблеми постійного підвищення якості освіти, модернізації її змісту та форм організації навчально-виховного процесу; розробка та впровадження освітніх інновацій та інформаційних технологій [1].

За орієнтир береться теоретична модель «інноваційної людини», випробувана у світі. Інноваційна людина – особа такого соціально-культурного гатунку, яка здатна творчо і результативно працювати, бути конкурентоспроможною. Відповідно, навчальний процес має бути трансформований у напрямі індивідуалізації освітньої взаємодії, навчання, формування творчого мислення і збільшення самостійної роботи студентів [1].

Теоретичні та практичні аспекти інноваційних процесів у навчанні були предметом дослідження таких зарубіжних авторів, як: М. Барер, Б. Берштейн, Б. Блум, В. Браун, Д. Гозлінг, В. Макдоналд, Е. Роджерс, Н. Силвер та ін. Дослідженню цих проблем велику увагу приділяли В. Взятишев, Є. Винославська, Г. Жилін, Л. Карамушка, І. Карнілова, А. Лапдун, Ю. М'якотін, В. Нікітаєв, В. Паламарчук, Г. Пирогов, В. Пінчук, М. Поташник, Л. Подимова, С. Поляков, О. Пометун, О. Попова, А. Пригожин, В. Прісняков, В. Сергієвський, А. Сластьонін, А. Чернюк, Б. Чижевський, Н. Юсуфбекова та ін.

На думку Г.В. Сорокових, процес навчання іноземної мови, за професійним спрямуванням у немовному навчальному закладі володіє величезним потенціалом, який здатний зробити вагомий внесок у розвиток людини як особистості [2].

Сучасна методика викладання іноземної мови приділяє велику увагу креативній, творчій діяльності на заняттях і вдома. Інтенсифікація цього процесу відбувається завдяки впровадженню інтерактивних методик, до яких можна віднести метод проектів.

Проектна робота – вид роботи (переважно в групах), метою якої є підготовка кінцевого продукту англійською мовою – альбому, подання інформації тощо. Мета цього виду роботи – дати студенту можливість виконати незалежну роботу, побудовану на знанні мови та уміннях і навичках, здобутих упродовж певного періоду вивчення теми. Проектні роботи ідеальні для різнорівневих груп, оскільки кожне завдання може бути виконане студентами, що мають різний рівень підготовки. Цей метод дозволяє інтегрувати знання, здобуті в процесі вивчення різних галузей, для вирішення однієї проблеми, застосовуючи їх на практиці та генеруючи при цьому нові ідеї. Його направленість на здобуття практичного результату та орієнтація на інтереси студентів робить його незамінним у сучасному навчальному процесі.

Необхідність застосування такого виду роботи обумовлена цілим рядом переваг, якими наділений цей метод, однією із яких є орієнтація студентів на свою майбутню професію.

Із запропонованої Е.С.Полат [3] класифікації проектних методів, в основі якої лежить домінуюча діяльність (дослідницьке, інформаційне, творче, рольове та практично-орієнтоване навчання) у процесі вивчення іноземної мови за професійним спрямуванням, на практиці найпоширенішими є перші три види проектів, хоча й інші можуть за бажанням бути адаптованими до процесу вивчення іноземної мови.

У процесі виконання проектною роботи студенти беруть участь у різного роду позааудиторній роботі, форма самостійної роботи обумовлена етапом проекту. Так, на початковому етапі узгодження теми, структури та плану проекту доречним є виконання завдань, спрямованих на закріплення знань лексичного та граматичного матеріалу з теми. Це можуть бути традиційні вправи та заучування іноземних слів, читання спеціальних текстів, вправи на повторення граматичного матеріалу. Саме на першому етапі важливо вдосконалити навички в усіх чотирьох видах мовленнєвої діяльності, що дасть можливість успішно захистити роботу.

На другому етапі (процес формування груп, обговорення шляхів збору інформації) процес самостійної роботи стає більш творчим. Широкий діапазон використання дослідницьких методів у визначенні проблеми, аналіз отриманих результатів, підрахунок отриманих результатів розвиває у студентів дослідницьку діяльність, закріплює навички самостійної роботи.

Третій етап включає підготовку презентації за результатами дослідження. Тут студентам потрібно показати свою готовність працювати з комп'ютерною технікою та навички презентації. Такий вид діяльності активізує творчі здібності учасників проекту, вміння логічно вибудовувати інформацію та виділяти основну суть.

Останній етап є найвідповідальнішим у підготовці проектною роботи. Для презентації результатів можуть бути обрані різні форми: доповідь, захист відеофільму чи стінгазети з коментарями іноземною мовою. Досвід, здобутий студентами під час розробки проекту та участь у презентації, буде корисним у подальшій роботі над аспірантським дослідженням чи участі у міжнародній конференції зі спеціальністю. Безсумнівним позитивом проектного методу є отримання та закріплення навичок самостійного пошуку та аналізу інформації.

Таким чином, хотілося б виділити основні позитивні риси розглянутого методу, а саме:

- відсутність готових і однозначних рішень (моделювання життєвих ситуацій);
- розвиток навичок самоосвіти і самоконтролю;
- розвиток навичок групової діяльності;
- підвищення інформаційної культури – розвиток навичок пошуку, збору, презентації інформації;
- створення комфортного навчання за рахунок того, що кожен студент може проявити себе;
- підвищення мотивації;

- розвиток самостійності та ініціативи, творчих здібностей, здатності до самооцінки;
- інтеграція різних предметів.

Ніхто не стверджує, що проектна робота допоможе вирішенню усіх проблем, пов'язаних із вивченням іноземної мови, але вона однозначно урізноманітнить заняття. Цей метод сприятиме розвитку творчої особистості студента та розширить його мовні знання.

#### **Список використаних джерел**

1. Дубасенюк О.А. Упровадження освітніх інновацій в системі вищої освіти // Інновації у вищій освіті : проблеми, досвід, перспективи: монографія / за ред. П. Ю. Сауха. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. – 444 с.
2. Сороковых Г.В. Программа-концепция формирования субъекта образования в процессе изучения иностранного языка (ИЯ) в неязыковом вузе. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2004. – 108 с.
3. Полат Е.С. Метод проектов на уроках иностранного языка / Е.С. Полат // Иностранные языки в школе. – 2001. – № 1. – С. 20–22.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

**Б. Чецький**

*студент*

*Уманський національний університет садівництва*

Організація збуту в системі підприємства та його управління відіграє дуже важливу роль у діяльності підприємства, оскільки здійснює зворотний зв'язок виробництва з ринком та є джерелом інформації про попит і потреби споживачів продукції.

В науковій літературі по-різному підходять до визначення питань, що розглядаються в рамках управління збутом. Так, відомий вчений в цій галузі Ю. Вітт вводить поняття системи управління збутом, що складається із завдань та інструментів [1]. До завдань управління збутом належать:

1. Розвиток концепції збуту.
2. Побудова збутової організації.
3. Діяльність збутової організації.
4. Розвиток збутової організації.

Інструментами управління збутом згідно такого підходу є:

- інформаційна система,
- система планування,
- система виконання (система отримання, обробки та виконання замовлень, контролю),
- комунікаційна система.

Місце збуту в організаційній структурі підприємства залежить від керівництва підприємства та підприємницької філософії. Відповідно до

вищенаведених альтернатив можна виділити наступні концепції управління збутом [2]:

– Концепція інтегрованого управління збутом. Відповідно до неї збут та маркетинг у співпраці виконують завдання маркетингового планування.

– Концепція домінуючого управління збутом. Передбачає важливу роль керівника збутової організації у політиці підприємства, що характерно для малих підприємств, на яких, як правило, відсутній відділ маркетингу.

– Концепція оперативного управління збутом. На відміну від домінуючої концепції передбачає для керівника відділу збуту лише оперативний рівень діяльності з акцентом на концептуальні та структурні питання збуту.

Процес управління збутом передбачає наявність об'єкта та суб'єкта управління. Згідно з теорією менеджменту [3], під об'єктом управління збутом можна розуміти структуру організації збуту, на яку направлені управляючі дії, під суб'єктом збуту – орган або особу, які здійснюють управляючі дії.

Управління збутом слід розглядати як інструмент для досягнення поставлених збутових цілей і стратегій, або, іншими словами, для досягнення завдань збутової політики. Збутові цілі і стратегії носять оперативний характер відносно маркетингових цілей і стратегій та формуються на рівні маркетингового інструментарію. У системі менеджменту підприємства збутові цілі належать щонайменше до категорії менеджменту середнього рівня і підпорядковуються стратегічним цілям організації.

Цілі управління збутовою діяльністю слід розглядати в рамках концепцій. Як відомо, концепції є виразом підприємницької ідеї і визначають шляхи від її зародження до реалізації. Вони є на підприємстві фундаментом ринково-зорієнтованого підприємництва. На практиці концепції розробляються та реалізуються за таким алгоритмом:

1. Здійснюється ситуаційний аналіз, в результаті якого встановлюються можливості та обмеження, а також шанси та ризики у збуті.

2. Визначаються цілі збуту.

3. Проводиться порівняння цілей з існуючою ситуацією, тобто фактичними показниками. На основі виявлених відхилень між цілями та існуючою ситуацією встановлюються пріоритетні заходи та їх фінансування.

4. Здійснюється планування заходів для подолання відхилень з одночасним виділенням для цього необхідних ресурсів. Перед безпосередньою реалізацією приймається кінцеве рішення про проект.

5. Реалізація запланованого.

6. Здійснення контролю над досягненням цілей концепції. Регулювання знову веде на початок даного ланцюга, тобто аналізу наявної ситуації.

Структура управління збутом та його організація залежать від системи збуту, яка використовується підприємством. Збутова система або система збуту виробничого підприємства є сукупністю суб'єктів з відповідними функціональними обов'язками і повноваженнями, а також організаційно-правовими взаємовідносинами в процесі збутової діяльності. Збутова система формується відповідно до збутової політики, яка має стратегічну направленість на досягнення мети збуту, що зумовлена корпоративною місією виробничого підприємства [4].

Збутова діяльність в сільському господарстві передбачає здійснення основних функцій менеджменту щодо функцій збуту, оскільки виконання саме функцій збуту гарантує реалізацію задач збуту та досягнення мети збуту. У той же час, здійснення прийнятих рішень можливе лише в межах тих ресурсів підприємства, якими воно володіє, тобто управління збутом має враховувати обмеженість ресурсів.

Тому належне здійснення функцій менеджменту і функцій збуту можливе лише за умов відповідного матеріально-технічного, інформаційного, методичного та кадрового забезпечення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Юрген Витт Управление сбытом: Пер. с нем. / В. Юрген – М.: ИНФРА-М, 1997. – 112 с.
2. Пекельна В.С. Теоретические основы управления (школоведческий аспект) / В.С. Пекельна – М.: Высшая школа, 2000. – С.58 – 62.
3. Котлер Филип Основы маркетинга / Пер. с англ. / [Котлер Филип, Армстронг Гари, Сондерс Джон, Вонг Вероника]. — 2-е европ. изд.— К.; М.; СПб.: Изд. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.
4. Сакун Л.М. Управління збутом на підприємстві / Сакун Л.М.// Регіональні перспективи. – 2010. – №6. – с. 75 –77.

## **ВИХОВАННЯ ЕМОЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ – ВАЖЛИВА УМОВА ІНТЕНСИВНОЇ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**І.Ф. Чорнобаб**

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

**Т.О. Шевчук**

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Головною метою інновацій в освіті є гармонійний розвиток особистості й творчих здібностей людини, підвищення інтелектуального, інноваційного та культурного потенціалу країни. Нововведення в освіті є складовою процесу засвоєння особистістю інноваційних знань, умінь і цінностей.

Сутність і спрямованість інновацій в освіті полягають у створенні нових гуманістично орієнтованих моделей навчання й виховання, а специфіка – у логічному взаємозв'язку цілей, засобів і методів.

Вузівська система покликана сьогодні забезпечити випускника, крім професійних знань, навичок, вмінь, орієнтуватись в інформаційному просторі, ще й здатністю до спілкування, вміння працювати в колективі й бути готовим до вирішення конфліктних ситуацій, до постійного оновлення та поповнення знань.

Перед вищою школою стоїть завдання по підготовці до активного використання інтелектуальної сфери в повсякденній праці своїх вихованців, їх наукової діяльності, управлінні, тощо. Констатуємо, що завдяки інтелекту людина проявляє відповідні рівні активності (за А.Ф.Лазурським) та що феномен інтелектуальної активності детермінований на рівні особистості



(Д.Б.Богоявленська), треба пам'ятати – «... в людині, як у представника людського роду, закладені невичерпні можливості особистісного розвитку – і вказані можливості, в принципі, можуть бути реалізовані кожним індивідом – за умови надання цьому індивідові ... потрібної соціальної (в тому числі педагогічної та психологічної) підтримки» [1].

Емоційна та інтелектуальна поведінка тісно пов'язані між собою. Позитивні і негативні емоції можуть спричиняти підвищення чи зменшення мозкової діяльності, що в свою чергу призведе до відповідних результатів діяльності людей.

Є.І.Кульчицька слушно стверджує: «... будь-який емоційний стимул, викликаючи нейронне збудження, посилює активізацію мозку ...», емоції – це об'єктивна реальність, а факт їх існування підтверджується тим значенням, яке вони мають в поведінці та життєвій діяльності людини [2]. Але коли йдеться про навчання у вузах не педагогічного профілю, то практично неможливо знайти фундаментальних робіт щодо обґрунтованої необхідності емоційного забарвлення навчального процесу, його складових, як одного з провідних стимулів навчання та інтелектуального зростання. Лише незначна частина величезного емоційного потенціалу використовується для підвищення ефективності того чи іншого виду діяльності. Особливо це важливо для навчальної та педагогічної діяльності, де саме емоції відіграють величезну роль як у досягненні бажаних результатів, так і у збереженні психічного здоров'я окремих індивідів [3].

Тому метою досліджень є висвітлення та аналіз основних теоретико-методичних засад особистісно-спрямованого педагогічного впливу на виховання і розвиток емоційної культури студентів, створення педагогічних умов для пробудження і підтримки груп емоцій, які зумовлюють розвиток інтелектуальних, естетичних, практичних і моральних почуттів особистості, шляхів формування емоційної грамотності студентів в оволодінні ними методів ефективного керування емоціями.

Основу навчальної діяльності у ВНЗ становлять взаємини між викладачем і студентом. Ми провели дослідження, в якому намагалися з'ясувати думку студентів щодо впливу на їх особисту успішність у навчанні взаємодії з викладачем, групою, налаштованості викладача, емоційного стану студентів. 100% опитаних студентів погодились, що взаємовідносини викладача і студента мають вплив на успішність, причому головним чинником є взаєморозуміння, прагнення викладача зрозуміти ситуацію, прохання та намагання студента. Емоційний заряд викладача несе в собі енергію до подальшої співпраці чи, навпаки, будує перешкоду у спілкуванні. Для 35% студентів стимулюванням до підвищення успішності є об'єктивне оцінювання викладачем їх знань, для 20% опитаних важливим чинником стало розуміння та допомога з боку викладача, 25% студентів визнають цікавість викладання теми однією з важливих умов стимулювання до навчання, особистий підхід, дружнє спілкування між студентом і викладачем обумовили позитивний вибір у 12% студентів.

У процесі організації дій слухачів з навчальною інформацією необхідна неперервна емоційна дія, оскільки саме вона створює умови інтенсивної пізнавальної діяльності.

З цього приводу А.С.Виготський зазначив: «Думка – не остання інстанція. Саме думка народжується не з іншої думки, а з мотивуючої сфери нашого пізнання, яка охоплює наші потяги і потреби, наші спонукання й інтереси, емоції. За думкою стоїть ефективна і вольова тенденція. Тільки вона може дати відповідь на останні «чому?» в аналізі мислення [3].

Наведені положення й думки щодо ролі емоцій у процесі навчання підтверджуються результатами наукових досліджень і практики.

Так, дослідження щодо впливу позитивних емоцій на розумову діяльність студентів показало: працездатність у студентів підвищується на 30-40%. Цікавими є також результати досліджень, одержані на факультеті менеджменту Уманського національного університету садівництва (всього 83 особи). Тут досліджувалось питання про стимули відвідування лекцій. Дослідження проводилося з використанням методу контент-аналізу, аналізу письмових творів, бесіди та інтерв'ю. Виявилось, що емоційність лежить в основі практично 30 процентів стимулів, що формують ставлення студентів до лекцій.

Тому, в сучасній дидактиці існує чітке розуміння того, що ефективне навчання можливе тільки за умови, якщо зовнішній вплив викладача викликає у особистості слухача позитивну реакцію (ставлення, емоції, що збуджує її власну активність в роботі над собою).

Все це ставить перед кожним педагогом завдання – постійно стимулювати активність слухача в організованій діяльності і формувати до неї позитивне ставлення.

Отже, під навчанням слід розуміти цілеспрямований педагогічний процес організації і стимулювання активної навчально-пізнавальної діяльності слухачів по оволодінню науковими знаннями, уміннями, навичками, розвитку творчих здібностей, світогляду, морально-естетичних поглядів і переконань і формувати до неї позитивне ставлення.

Емоційна складова включається в навчальну діяльність не як супроводжувальний, а як значущий елемент, який впливає як на результати навчальної діяльності, так і на формування самооцінки, рівня домагань, тощо. Емоції обумовлюють динамічні характеристики пізнавальних процесів: тонус, темп, рівень активності і спонукань до відповідних дій [ 3].

Позитивне емоційне забарвлення – могутній мотиваційний чинник навчальної діяльності. Навчання без позитивних емоцій малопродуктивне. Недооцінка емоційного компонента призводить до великої кількості утруднень: помилок в організації процесу навчання.

На думку Д.Гоулмена не існує міцного зв'язку між логічним інтелектом та успіхом у житті . Вчений вважає , що успіх головним чином пов'язаний з рівнем розвитку емоційного інтелекту, що означає спроможність особистості керувати своїм емоційним станом [ 3 ].

Емоційний інтелект розуміється як здатність людини усвідомлювати свої почуття і почуття інших людей , мотивуючи себе та інших , керувати емоціями як наодинці , так і в стосунках з іншими.

Саме цей показник пояснює причини , чому при однаковій освіті одні працюють на незначних посадах, а інші впевнено піднімаються по службовій кар'єрі.

„Справа все в тім , - стверджує Д.Гоулмен, - що саме емоції відповідальні за прийняття рішень”. У своїх рішеннях людина виходить із своїх вічуттів, вона керується емоціями, навіть коли переконана у зворотньому.

Д. Гоулмен виділяє п'ять емоційних компетенцій, які полягають у здатності: розпізнавати свій емоційний стан, зрозуміти зв'язок між емоціями, думками та діями; керувати своїм емоційним станом (контролювати емоції або навчитися переходити від небажаних емоційних станів до прийнятливих); входити в емоційні стани, які ведуть до успіху; розуміти чи уміти на них впливати; уміти встановлювати, підтримувати добрі міжособистісні стосунки.

Отже, під час навчання у вузі потрібно формувати емоційну грамотність студентів і сприяти в оволодінні ними методиками, які допоможуть їм ефективно керувати емоціями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андрієвська В.В., Балл ПО., Волинець А.Г. та ін. Діалогічна взаємодія у навчально-виховному процесі загальноосвітньої школи: Книга для вчителя / За ред. Г.О. Балла, О.В. Киричука, Р.М. Шамелашвілі. - К.: ІЗМН, 1997. –136 с.
2. Балл Г.О. Сучасний гуманізм і освіта: Соціально-філософський та психолого-педагогічні аспекти. - Рівне: Ліста-М, 2003. – 128 с..
3. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навч. посібник. - К.: Міленіум. 2003. – 344с.

## **АГРАРНА ОСВІТА: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

**І.І. Чучмій**

*викладач*

*Уманський національний університет садівництва*

Тенденції підготовки фахівців аграрного профілю різняться у провідних країнах світу. Звертаючись до досвіду Великої Британії, слід зазначити, що її сільськогосподарська освіта еволюціонувала разом із системою вищої освіти.

К.Двояшкіна зазначає, що концепція сучасної сільськогосподарської професійної освіти Англії, Уельсу та Північної Ірландії передбачає професійну підготовку фахівців, які відповідають чотирьом основним рівням кваліфікацій: фермер, кваліфікований агроном, інженер-механік та сільгоспменеджер [1].

Аграрна освіта у системі вищої освіти Великобританії реалізується у професійних коледжах, які входять до складу великих університетів і підпорядковуються їм або діють як незалежні освітні заклади.

На сучасному етапі в Канаді створюються всі умови для розвитку нової моделі аграрної освіти у сфері вищої школи: держава визначила основні напрями і завдання аграрної освіти, організаційну структуру та управління нею, а також шляхи наукового та методичного забезпечення процесу навчання, у той час як самі навчальні заклади аграрного профілю встановлюють свої освітні стандарти та регулюють процес навчання за власними законодавчими нормами [2].

Програми післядипломної освіти Канади реалізуються в таких дисциплінах як менеджмент, інформаційні технології, цифрові комунікації, інженерія, сільськогосподарські науки, медичні науки, педагогіка, державне управління, соціальні науки та ін. та мають на меті поглибити знання студентів із обраної ними спеціальності за наявності рівня «бакалавр». Курс підготовки триває протягом одного-двох років, після закінчення якого студенти отримують кваліфікаційний рівень «магістр».

Сьогодні в Канаді готують фахівців аграрного профілю такі навчальні заклади як провінційний коледж сільського господарства в Труро, (Нова Шотландія), Макдональд коледж у Сент Енн де Бельвю (Квебек), школа сільського господарства Сент Енн де ла Покатьє (Квебек), сільськогосподарський коледж Онтаріо, Кемптілльська школа сільського господарства, сільськогосподарський коледж провінції Манітоба (Вінніпег), сільськогосподарський коледж при Університеті провінції Саскачеван, коледж сільського господарства при Університеті Альберта та ін. [3].

Американські науковці Л. Фіппс та Е. Озборн стверджують, що вищі навчальні заклади, які надають вищу сільськогосподарську освіту в США, поділяються на три основні типи: аграрні коледжі в системі ленд-грант коледжів, аграрні коледжі в інших державних ВНЗ та аграрні коледжі в приватних ВНЗ [4].

Професійну аграрну освіту США організовано за шістьма напрямками (програмами): «Агробізнес», «Сільськогосподарські виробничі процеси», «Сільськогосподарська техніка», «Садівництво», «Сільськогосподарські ресурси й лісництво» та «Переробка сільськогосподарської продукції». Проте, як будь-яка галузь знань, аграрна освіта потребує суттєвих змін через глобалізаційні процеси, які мають місце в житті суспільства. Так, у системі освіти США наразі прослідковуються тенденції до подальшої демократизації вищої аграрної освіти, змін академічного світогляду на систему навчання, динамічності фахівця аграрного профілю в умовах світової конкуренції, взаємоінтеграції навчальних програм, системності та безперервності навчання протягом життя тощо.

Університети Австралії займають провідні позиції в Тихоокеанському регіоні, а їхні дипломи визнаються в усьому світі. Кількість їхніх студентів сягає 680 тис. Перелік тільки бакалаврських програм включає більше 2000 позицій [5].

Система вищої освіти в Австралії складається з університетського сектора і сектора професійної освіти. Всього в Австралії 39 університетів. Серед державних університетів п'ять належать до вищих навчальних закладів змішаного типу (вища і професійна освіта та довузівська підготовка). Приватні вузи – це, в основному, теологічні коледжі і такі, що спеціалізуються у певних професійних галузях та у сфері мистецтва. Австралійські вищі навчальні заклади значно різняться між собою за розмірами та кількістю студентів. Найбільші університети зазвичай розташовуються у великих містах і включають велику кількість коледжів. Більшість вищих навчальних закладів створюються на основі факультетів або шкіл і можуть мати також чимало професійних дослідницьких центрів або інститутів.

Університети – багатогалузеві (багатопредметні) заклади, в той час як позауніверситетські вищі навчальні заклади мають тенденцію пропонувати вузьку спеціалізацію, в деяких випадках це одна або дві спеціальності.

Університети Австралії – самокеровані заклади, що відповідають за власну структуру менеджменту (управління), бюджет, розміщення ресурсів, професорсько-викладацький склад, набір студентів, акредитацію кваліфікацій, забезпечення якості навчання та навчальний розвиток.

В Австралії налічують близько 150 позауніверситетських вищих навчальних закладів, які підпорядковуються державній або територіальній владі і надають такі ж освітні курси, як і університети [6].

Позитивний досвід країн Західної Європи щодо успішного реформування вищої освіти (прийняття спеціальних меморандумів щодо напрямів і обсягів змін у результаті організації тривалої демократично-законодавчої процедури, рамкове законодавство, експерименти обмеженого обсягу тощо) може бути використаний в Україні з урахуванням особливостей і традицій національної вищої школи.

### **Список використаних джерел**

1. Двояшкіна К. Н. Подготовка специалистов для сельского хозяйства в английском колледже: дис. . канд. пед. наук: 13.00.01/ Двояшкіна Камила Наримановна. – Казань, 2003. – 197 с.
2. Соколов В.И. Канада: на путях построения инновационного общества // США - Канада: экономика, политика, культура. – 2005. – №6. – С. 23-36.
3. Walles S. Encyclopededia of Canada. – V. IV. – Toronto: Assosiation of Canadian Universities, 1948. – 411p.
4. Phipps L., Osborne E. Hand book on agricultural education in public schools. – Danville, Illinois: The interstate printers & publishers Inc., 1988. – 593 p.
5. Мовчан Л. В. Професійна підготовка бакалаврів сільського господарства в університетах Австралії : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Людмила Володимирівна Мовчан. – Вінниця, 2012. – 268 с.
6. Australia 2008 / County education profiles // Commonwealth of Australia, 2008. – 103 p.

## **РЕФОРМА ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ; ЗАКОН ПРИЙНЯТО. ЩО ДАЛІ?**

**А.М. Шатохін**

*доктор соціологічних наук, професор*

**Л.Ю. Очеретенко**

*кандидат біологічних наук, доцент*

*Уманський національний університет садівництва*

Якість освіти належить до базових індикаторів розвитку людського потенціалу сучасного суспільства. На пострадянському просторі традиційно пишалися досягненнями радянської школи, яка по праву вважалася однією з найкращих у світі. Проте часи минають...

Протягом останніх п'яти років українська вища школа жила в очікуванні нового закону, який би вказав перспективи розвитку галузі в XXI столітті. Змінювалися міністри, узгоджувалися проекти майбутнього закону, збиралися наради. Нарешті Закон України «Про вищу освіту» став чинним. Народжений в муках, він, здається, увібрав у себе усі як позитивні, так і негативні якості своїх «батьків». Загальне враження після вивчення документу: треба щось робити з українськими вишами, щоб не опинитися на узбіччі як світового, так і європейського освітнього простору (ритуально йдеться про Болонський процес). Але питання - що саме і як робити – залишилося практично без відповіді.

Ні, звичайно є певні новації. Задекларована автономія вузів в організації навчального процесу, обранні форм і напрямів освітянської діяльності, доборі та атестації науково-педагогічних працівників, фінансовій діяльності, підвищенні ролі студентського самоврядування, налагодженні співробітництва з іншими вузами та науковими установами як в Україні, так і за кордоном. Запроваджується нова структура ступеневої освіти, зокрема ступінь доктора філософії. Створюються юридичні підстави для мобільності викладачів і студентів. Готується новий Закон про освіту (мабуть, з нього й треба було починати!), очікується зміна статусу технікумів і коледжів, визначені нові вимоги в науковій діяльності вузів і викладачів, роботі аспірантури і докторантури тощо [1].

Принаймні дві обставини примушують переглянути ставлення до системи освіти в Україні на початку XXI століття.

*По-перше*, це стрімке, часом безконтрольне зростання чисельності вищих навчальних закладів. За роки незалежності кількість ВНЗ зросла із 149 у 1990-1991 навчальному році до 881 у 2008-2009 навчальному році (пик «вузотворчості») або майже у шість разів, а чисельність студентів зросла вдвічі [2, 3]. І хоча серед майже дев'ятисот українських вузів більше половини - це колишні технікуми і училища, все рівно динаміка вражає. Останнім часом відбулася певна чистка вузівської мережі. За даними поточної статистики, у 2014-2015 навчальному році в Україні було вже 387 ВНЗ I-II рівнів акредитації та 277 ВНЗ III-IV рівнів акредитації. Таким чином, разом буде 664 вищих навчальних заклади [4]. Процес, як кажуть, пішов...

*По-друге*, при значному зростанні чисельності вузів контингент студентів в них збільшувався значно повільніше. І це не дивно, бо Україна вже давно знаходиться в смузі демографічної кризи, тобто фізичного зменшення населення. За нашими підрахунками, за період з 2001 по 2014 рр. кількість випускників середніх шкіл скоротилася з 738 тисяч до 339 тисяч осіб, або на 400 тисяч, а кількість студентів вузів III-IV рівнів акредитації збільшилася з 1548 тис. осіб до 1723,7 тис. осіб, або на 180 тис. чол. [4]. Ось чому пошук абітурієнтів став чи не головною умовою виживання вузів, названий шляхетно профорієнтацією.

В свій час політики і чиновники від освіти переконували суспільство, що конкуренція між вузами державної та недержавної форм власності призведе до покращення матеріальної бази навчального процесу і якісного складу викладачів вузів. Нажаль, багато навчальних закладів, особливо недержавної форми власності, просто знизили планку вимог до абітурієнтів як кажуть

«нижче плінтуса». Деякі вузи перетворилися в контори по штампуванню дипломів. Низка якості дипломованих спеціалістів, на наш погляд стала загрозою національній безпеці України.

Визначальним фактором трансформації вищої освіти стало приєднання України до Болонського освітнього процесу, яке відбулося десять років тому. Загальна конструкція Болонського процесу достатньо добре відома [5]. Вона передбачає співробітництво європейських країн в забезпеченні якості вищої освіти і підготовці фахівців, створення умов для постійного навчання протягом життя, освітянської мобільності викладачів і студентів, спів ставності систем кваліфікації, підвищення конкурентоспроможності освітянських послуг. Такі вимоги в розвитку європейської системи освіти лежать в площині загально цивілізаційних вимог. Вони відповідають вимогам трансформації й українського суспільства.

Проте існують об'єктивні й суб'єктивні чинники, котрі на сьогодні не дають підстав для оптимізму щодо можливостей України у 2015 році почувати себе комфортно у європейській академічній спільноті.

*По-перше*, все далі загрозливою стає тенденція до погіршення якості вищої освіти в Україні. На тлі стрімкого збільшення мережі ВНЗ та «дамоклевого меча» демографічної кризи головною турботою державних, у тому числі й аграрних, вузів стало виконання плану набору абітурієнтів та збереження існуючого контингенту студентів. В таких умовах викладач, який прагне працювати «за європейськими правилами», вряд чи зустрине розуміння у студентів та й у своїх колег.

*По-друге*, нам вже доводилося звертати увагу колег на проблеми, що виникають у реальному запровадженні європейських освітянських стандартів на теренах України. Це й недостатній рівень використання сучасних інформаційних технологій в навчальному процесі, й слабка матеріальна база більшості наших вузів у порівнянні із європейськими, й перевантаження наших викладачів, й низький рівень володіння іноземними мовами тощо [6]. Без розв'язання цих проблемних питань більшість пріоритетів Зони європейської освіти виглядатимуть як проста імітація, сприйняття лише зовнішніх вимірів освітньої реформи.

Що ж може очікувати гуманітарний та загальноосвітній цикл української вищої школи?

*По-перше*, гуманітарні та загальноосвітні дисципліни повинні викладатися з урахуванням профілю вузівської підготовки спеціалістів на базі затверджених стандартів освіти. Не можна читати їх абсолютно однаково для майбутнього агронома, юриста, педагога, лікаря, менеджера.

*По-друге*, аби бути цікавими для європейської освітянської спільноти, наші дисципліни повинні бути певним чином конвертованими, тобто такими, що ґрунтуються не лише на наших уявах про суспільні, у тому числі, історичні процеси, а враховувати той факт, що є й інші оцінки й думки.

Головним у вузах - ще з часів давніх греків – була Школа. Саме вона відрізняла диплом одного університету від іншого. А ще соціальна кар'єра випускників. Зміст нової парадигми вищої освіти полягає у зміні

співвідношення викладач-студент із суб'єкт-об'єктного у суб'єкт-суб'єктне. В таких умовах викладач вже не стільки навчає, скільки допомагає студенту вчитися, створює «активне навчальне середовище» [7].

Таким чином, можна зробити висновок про те, що приєднання України до єдиного Європейського простору вищої освіти є кроком своєчасним і необхідним. Трансформація українського суспільства передбачає й модернізацію системи вищої освіти, її гуманітаризацію, вимагає підвищеної уваги до розвитку гуманітарних і загальноосвітніх дисциплін.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про вищу освіту» // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2014. - №37-38.
2. Статистичний щорічник України за 2003 рік / [Державний комітет статистики України] – К.: Консультант, 2004. – 632 с.
3. Статистичний збірник «Регіони України» 2009 / [Державний комітет статистики України, ч. 1 : за ред. О.Г. Осауленка]. – К., 2009. – 369 с.
4. Ukrstat – публікація документів Державної служби статистики: Вищі навчальні заклади / [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/osv\\_rik/osv\\_u/vuz\\_u.html](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html)
5. Болонський процес у фактах і документах [(Сорбонна-Болонья-Саламанка-Прага-Берлін) / упоряд.: М.Ф. Степко, Я.Я. Болюбаш, В.Д. Шинекарук та інші.] – Тернопіль: Вид-во ТАНГ, 2003. – 115 с.
6. Очеретенко Л.Ю., Шатохін А.М. Особливості гуманітарної та загальноосвітньої підготовки фахівців у зв'язку з наміром України інтегруватися до єдиного Європейського простору вищої освіти // Реформування системи аграрної вищої освіти в Україні: досвід і перспективи. [Національний аграрний університет, Ч.1]. – К.: НАУ, 2005. – 256 с.
7. Волович В. Болонський процес і нова парадигма освіти в Україні // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – №4.– С. 189–199.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ**

**О.О. Школьний**

*доктор економічних наук, професор  
Уманський національний університет садівництва*

Логістичний менеджмент (ЛМ) починає відігравати важливу роль, оскільки вітчизняна економіка стає дедалі більш динамічною та глобалізованою. На логістичну мережу в Україні впливають ринкові сили глобального бізнес-середовища. Сфера логістики пов'язана з плануванням, координацією та контролем щодо потоків ресурсів та відповідної інформації в організаційних структурах.

Наявність різних видів невизначеності та ринкового ризику може бути мотиваційним чинником вдосконалення логістичного менеджменту. Оскільки



підприємства не впевнені у прогнозах рівня цін на свою продукцію, вони можуть шукати сприятливі нагоди щодо інтеграції своїх видів діяльності з іншими підприємницькими структурами з метою забезпечення впевненості у цінах на майбутнє. Інтеграційні процеси в межах логістичних мереж не завжди зменшують загальний розмах цінової невизначеності у кожному конкретному випадку, проте це часто сприяє об'єднанню або поділу відповідних ризиків. При цьому, оскільки рівні витрат інтегрованих у логістичну систему фірм будуть взаємопов'язаними, рівень прибутків кожної компанії-учасниці буде чутливим щодо рішень контрагентів [1]. Тому інтеграція логістичних видів діяльності раніше самостійних підприємств не завжди слугує надійним методом зменшення рівня невизначеності. Логістичні цілі в межах ланцюгів постачання (управління грошовими потоками, поліпшення фінансового становища, оптимізація транзакційних витрат та ін.) можуть відображатися також у стратегіях виходу на зарубіжні ринки.

Враховуючи інтереси споживачів та суспільства, ЛМ фокусує увагу на підвищенні ефективності системи постачання широкого асортименту безпечних для використання товарів за умови економії суспільних витрат. З точки зору інтересів постачальників ЛМ включає питання створення організаційних структур та взаємозв'язків, що забезпечують надійні позиції на ринку та сприяють здатності підприємств отримувати прибутки власникам факторів виробництва. Нові концепції ЛМ вимагають нових підходів до розбудови логістичних структур в Україні. У сучасній глобальній економіці виробник, що забезпечує низький рівень витрат, може запропонувати нижчий рівень ціни і передати відповідну інформацію потенційним клієнтам. У відповідності з підходом М. Портера, конкурентні переваги можна здобути шляхом забезпечення у логістичних мережах нижчого рівня витрат та застосування стратегії товарної диференціації [2]. Це вимагає нових концепцій та парадигм логістичного менеджменту.

Поведінковий системний підхід пов'язаний з економічним моделюванням, що може бути корисним для нашого вивчення взаємозв'язків у логістичній системі. Галузі можна розглядати з точки зору видів діяльності, які в них здійснюються – матеріально-технічне постачання, складське господарство, транспортування, надання інформаційних послуг та ін. (функціональний підхід). Використання такого підходу дозволяє аналізувати діяльність підприємницьких структур у логістичних ланцюгах з точки зору рівня витрат та рівня задоволення потреб та вподобань клієнтів. Логістична система передбачає виконання функцій управління ланцюгами постачання, а також координації діяльності інституцій. Ефективність логістичної системи в цілому можна розглядати в макроекономічному контексті (надання послуг клієнтам за прийнятної рівня суспільних сукупних видатків), або з мікроекономічної точки зору (окремі фірми на будь-якій стадії системи прагнуть максимізувати прибутки шляхом пошуку дешевих джерел сировини, налагодження ефективного виробництва, цінового механізму, стимулювання збуту та розподілу). Динаміка розвитку глобальної економіки вимагає нової ідеології управління ланцюгами постачання, яка зосереджує увагу на інноваціях, стратегічному менеджменті та логістичній концепції [3-5]. Фахівці у цій сфері

спроможні втілювати в життя ефективні стратегії удосконалення логістичних систем, застосовувати сучасні логістичні концепції та технології, застосовувати потужні інформаційні системи та програмне забезпечення для підтримки логістичних механізмів, управляти логістичними процесами, нівелювати транзакційні витрати у логістичних мережах шляхом оптимізації використання сировинних матеріалів, фінансових ресурсів та впорядкування інформаційних потоків компаній.

Негативний вплив зумовлюють хронічні проблеми логістичної підприємницької діяльності в Україні (зокрема, на транспорті та в складському господарстві). Інноваційні логістичні технології можуть відкрити нові ринки, проте несприятливе інвестиційне середовище є однією з перешкод на шляху до розвитку конкурентної системи управління ланцюгами постачання. Серед проблем логістичного управління необхідно розглянути такі: чинники та умови попиту, підприємницькі стратегії та ринкова структура.

Таким чином, суттєвий вплив на розвиток логістичного менеджменту мають глобальні, конкурентні, інвестиційні та інституціональні чинники. Розвиток вітчизняного логістичного менеджменту значною мірою визначається можливостями вдосконалення інфраструктурного забезпечення.

#### **Список використаних джерел**

1. Barratt, M. and Oliveira, A. (2002) 'Supply chain collaboration: exploring the early initiatives', *Supply Chain Planning*, 4:1, 16–28.
2. Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
3. Cachon, G., and Lariviere, M. (2005) 'Supply chain coordination with revenue sharing contracts: strengths and limitations'. *Management Science*, 51, 30–44.
4. Gourdin, K.N. (2006) *Global Logistics Management: A competitive advantage for the 21st century*, 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishing.
5. Muriel, A., & Simchi-Levi, D. (2003). Supply chain design and planning – applications of optimization techniques for strategic and tactical models. *In*: A.G. De Kok, S.C. Graves (Eds.) *Handbooks in operations research and management science* (Vol. 11): Supply chain management: design, coordination and operation. Boston: Elsevier.

## **СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ**

**Ю.Б. Шпак**  
*аспірант*

*Уманський національний університет садівництва*

Сільське господарство, як і економіка України в цілому, піддається негативному впливу кризових явищ, які проявляються на внутрішньому та світовому ринках. Зниження ємності внутрішнього аграрного ринку,

збільшення кредиторської заборгованості, порушення строків розрахунків, обмеженість доступу до кредитних ресурсів - це низка проблеми, що характеризують нинішнє становище аграрного сектору економіки.

В умовах посилення інтеграційних процесів в сільському господарстві України категорія конкурентоспроможності аграрних підприємств набуває глобального характеру. Лише конкурентоспроможні підприємства можуть виробляти стандартизовану продукцію та реалізувати її не тільки на внутрішньому, а й на світових ринках, використовувати переваги міжнародного співробітництва в аграрній сфері.

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства можна визначити як сукупність його можливостей та резервів виробляти та реалізовувати на ринку якісну сільськогосподарську продукцію, забезпечувати ефективне використання ресурсного потенціалу, використовувати переваги спеціалізації та диверсифікації виробництва, залучати інновації в організації та управлінні. Але конкурентоспроможність може бути виявлена тільки шляхом порівняння даних сільськогосподарських підприємств, а також тієї або іншої галузі у межах регіону, країни, світового ринку. Саме тому поняття конкурентоспроможності є відносним, конкурентоспроможне аграрне підприємство у масштабах регіону може бути неконкурентоспроможним у світовому масштабі. Іншою важливою рисою конкурентоспроможності є її часова детермінованість; вона залежить від стану та динаміки ринку, змін ринкової кон'юнктури.

Поняттю «конкурентоспроможність» органічно притаманні структурованість та багаторівневність, що виявляється в існуванні взаємопов'язаних та взаємообумовлених рівнів конкурентоспроможності: товару, підприємства, галузі, національної економіки [1].

В останні роки аграрна сфера пережила складний трансформаційний процес, який пов'язаний з реорганізацією діючих сільськогосподарських підприємств [2]. Як наслідок утворилася велика кількість надвеликих та малих аграрних підприємств. Слід також зазначити, що з відкриттям кордонів на вітчизняному ринку почали з'являтися дешеві неякісні продукти харчування іноземних виробників.

На наш погляд, доцільно здійснювати поділ сільськогосподарських підприємств за конкурентоспроможністю залежно від результатів порівняння параметричного індексу рівня цінності й індексу задоволення споживачів. Можна виокремити найголовніші чинники, які впливають на рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, залежно від впливу зовнішнього соціально-економічного середовища:

- низький рівень вертикальної і горизонтальної інтегрованості сільськогосподарських підприємств;
- недосконала та неефективна структура власності на землю й організаційно-правові форми аграрного землекористування;
- низький рівень запровадження інновацій;
- незадовільне матеріально-технічне забезпечення;
- недостатній рівень залучення інвестицій і інновацій;

- низький рівень механізації й автоматизації;
- деградація демографічно-відтворювального потенціалу села (негативні міграційні процеси призводять до дефіциту окремих фахівців у сільській місцевості).

Стратегія диверсифікації – це освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й поширення підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності сфери. Вказана стратегія забезпечує прибуток, стабільність і стійкість підприємства у майбутньому, але вона є найбільш ризикованою та потребує значних витрат.

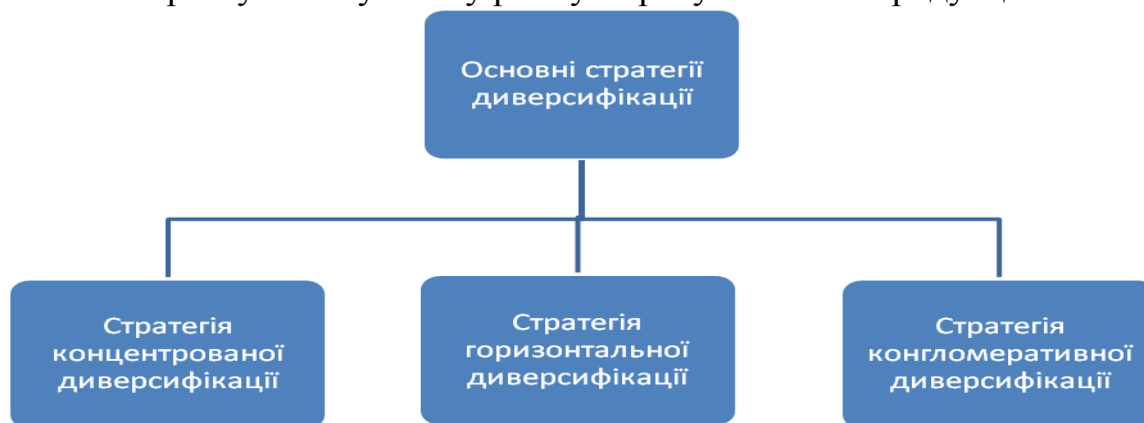
Використовувати диверсифікацією аграрні підприємства змушені через ряд причин, а саме: прагнення зменшити або розподілити ризик, бажання вийти з ринків, де спостерігається стагнація, та отримати фінансові вигоди від роботи в нових областях. Стагнующий ринок і можливість освоїти нові сфери діяльності – це головні причини диверсифікації сільськогосподарських підприємств.

При використанні стратегії диверсифікації для оптимізації конкурентних переваг аграрних підприємств потрібно оптимізувати структуру виробництва, оскільки вона передбачає виявлення саме того виду діяльності, в якому можна найбільш ефективно реалізувати конкурентні переваги підприємства.

З метою підтримки конкурентних переваг нині сільськогосподарські підприємства залучають декілька видів стратегії диверсифікації (рис 1).

Стратегія концентрованої диверсифікації базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів. При цьому існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає.

Стратегія горизонтальної диверсифікації припускає пошук можливостей економічного росту на існуючому ринку за рахунок нової продукції.



**Рис. 1. Основні стратегії диверсифікації з метою підтримки конкурентних переваг**

Стратегія конгломеративної диверсифікації полягає в тому, що фірма розширюється за рахунок виробництва технологічно не пов'язаних товарів, що реалізуються на нових ринках. Найчастіше вказана стратегія реалізується шляхом придбання підприємств, а не створенням нових потужностей для роботи на неосвоєному ринку [3].

Отже, стратегічними цілями вдосконалення механізму формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств за рахунок стратегія диверсифікації повинні бути:

- орієнтація на високий рівень прибутку і рентабельності;
- підвищення рівня ліквідності та платоспроможності;
- ефективне управління грошовими потоками;
- орієнтація на формування ланцюгів вартості.

Саме тому при даній ситуації на внутрішньому та зовнішньому ринках доцільно використовувати стратегію диверсифікації, яка допомагає отримати оптимальні результати в найкоротші терміни, оскільки є основним чинником розвитку конкуренції, зниження диверсифікованих ризиків, підвищення стабільності підприємницької діяльності та повнішого задоволення потреб цільових споживачів.

### **Список використаних джерел**

1. Гохберг О.Ю. Конкурентоспроможність бізнесу: теоретико–методологічні основи аналізу/ О.Ю. Гохберг //Вісник Львівської державної фінансової академії. – 2010. – № 18. – С. 50–57.
2. Гудзь О.Є. Сучасний вимір конкурентоспроможності аграрної сфери: виклики та перспективи // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України/Серія „Економіка, аграрний менеджмент та бізнес/ Редкол.: Д.О. Мельничук (відп.ред.), Степасюк О.С. – К.: ВЦ НУБіПУ, 2010. – Вип. 154 Частина 2 – 342 с. – С. 81 – 87.
3. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми:[монографія] / М.Й.Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.

## **ВОЛОДИМИР-ХРЕСТИТЕЛЬ І ТРАНСЦЕНДЕНТАЛЬНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ДУХОВНО-БУТТЄВИЙ УНІВЕРСУМ**

**П.М. Ямчук**

*доктор філософських наук, професор  
Уманський національний університет садівництва*

В цьому році українці й – разом з нами – вся світова християнська спільнота відзначили знаковий ювілей – 1000 років з дня упокоєння рівноапостольного князя Русі-України Володимира. Володимира-Хрестителя, який приніс на терени найбільшої на той час східноєвропейської держави світло Господньої Істини. Світло християнства. Це дата – не чергова позначка у плині вікопам’ятних днів і подій. Це – не лише нагадування нам про те, «хто ми, чийх батьків діти», а й концептуалізований у часі привід глибоко замислитись над проблемами нині сущого буття, окреслити шляхи розвитку України у зламні часи, зробити правильні висновки як із давньої, тисячолітньої,

так і з новітньої історії. Всі ціннісно-сміслові диспозиції нашої культурно-національної ідентичності ясно вказують на вплив на неперепутно-трансцендентальний український семіотичний дискурс розуміння Христової віри Володимира-Хрестителя – першого християнського українського мислителя й державного діяча, в діаріюші якого повсякчасне буття прямо з'єдналося з мисленням і словом.

Серед багатьох концептів, подарованих св. Володимиром Україні й людству є важливий й актуальний, як ніколи, нині урок християнської миролюбності, поданий нам, крізь тисячоліття. Христоцентризм й христонаслідування Хрестителя Русі-України як першочергові основи започаткованої ним стратегії міжнародно-правових відносин в інтерпретації учня українського філософа, автора теорії кордоцентризму Памфила Юркевича В.С. Соловйова постають у такому вимірі: «Після свого навернення, Володимир здійснював лише оборонні війни проти туранських кочівників, які здійснювали постійні напади на його країну. «І він жив у мирі з довколишніми князями: з Болеславом Польським, зі Стефаном Угорський Андріхом Чеським; та були між ними мир та любов». (1, с.217) Здійснення «лише оборонних воєн» проти нападів на свою країну і зараз, у XXI віці, для українців є, на жаль, актуальним. Така оборонна, іманентно христоцентрична стратегія, завжди прямо й дієво відрізняє у міждержавних відносинах руську, українську державність від облудно-фарисейського декларування Христових істин іншими державами, які часто лише називають себе християнськими, не будучи такими за суттю, оскільки порушують всі, без винятку, Заповіді Господні. В тому числі – Заповідь «возлюби ближнього свого як самого себе».

«Туранські кочівники, які здійснювали постійні напади» на країну св. Володимира, щоправда, видозмінилися у XXI столітті, нападаючи на Русь-Україну III Тисячоліття від Різдва Христового, хоча суті своєї вони не змінили. Хіба ж не нагадують Володимирові аксіологічні засади, декларовані й усвідомлені нарешті Європою після комунізму й фашизму вже нині, після кровопролитних I і II Світових воєн принципи Організації Об'єднаних Націй, Хельсінкського Акту міждержавного порозуміння 1975 року, інших інституціональних міжнародно-правових актів та декларацій, з яких зросли базисні засади європейської й світової безпеки? Взаємоповаги до непорушності кордонів держав зосібна. Якби, хоча й історія не любить умовного способу висловлювань, європейці й світ пішли тим шляхом, що понад тисячоліття тому запропонував, слідуючи за Святим Євангелієм, український князь Володимир-Хреститель, який «жив у мирі з довколишніми князями: з Болеславом Польським, зі Стефаном Угорським, Андріхом Чеським; та були між ними мир та любов», то чи могли би убезпечитися і тоді й тепер європейські й азіатські країни від кривавих воєн та небезпек, не зважаючи на відмінну конфесійну й глобально-релігійну приналежність? Ясна річ, що так. *Християнський мир як основа по-справжньому цивілізованих відносин між державами й народами був, як бачимо, ціннісним пріоритетом для засновника нашої духовності й державності беззаперечною константою геополітичної стратегії ще 1000 років тому.*

Для кожного українця-християнина не буде дивним твердження, що від того часу як святий Володимир прийняв Хрещення, для Русі-України небесною покровителькою стала Пречиста Діва. Від святокиївських часів українське запорізьке козацтво обрало саме Богородицю – Заступницею українських християн, а ще до того – на фресках Святої Софії – є образ Оранти, Яка захищає, Яка обороняє й оберігає українців від нападників. Богородичні свята – дуже шановані українцями в усі часи – стали, без перебільшення, національними святами для нас, які хочуть у любові, мирі й злагоді прожити своє земне життя. Під омофором Пречистої Диви ми, українці й живемо вже друге тисячоліття поспіль.

Свято Миротворчої Диви – Пречистої Покрови - стало для українців одним з провідних свят. Стало святом українського козацтва. А нині – цілком закономірно – святом всього українського воїнства. Це – не випадково, оскільки українці, вкотре наголосимо, ніколи в своїй бурхливій і тривалій історії не прагнули підкорювати чужі землі, будуючи імперії або рейхи, не прагнули навалом всістися на плечі завойованих ними народів, не прагнули приниженням або обманом завоювати інших людей, зробивши їх своїми рабами.

Українці завжди прагнули вільно жити на своїй дарованій Богом землі, й не заважати волелюбності близьких чи далеких сусідів. Не підкоряти інші народи, а жити з ними, як велить Господь Бог наш Ісус Христос, Пречиста Діва і як заповів своїм чадам Володимир-Хреститель, у християнській любові, мирі й злагоді. Не руйнувати чужі духовно-інтелектуальні скарби й надбання, а шанувати й розуміти їхню духовну цінність, йдучи не шляхом ворожнечі, а шляхом духовно-інтелектуального взаємозбагачення. *Не нищити інших, а вчитись у них, збагачуючи себе їхніми культурними надбаннями* – ось мета христорлюбивих українців у всі часи та у всі епохи.

Любов до ближнього – якщо це не порожньо-декларативна, а справжніми повсякчасними діями й турботою наповнена любов – основна запорука миру, оскільки ґрунтується на Христовому вченні. Така любов неодмінно передбачає повагу й прагнення постійного взаємовідкриття інших народів, культур, інших людей. Вона прямо передбачає прагнення повсякчас приходити їм на допомогу. Філософська проблема співпричетного розкриття духовно-інтелектуальних скарбів Іншого постала – як ключова – для провідних західних інтелектуалів вже у ХХ-ХХІ ст., а Володимир Великий повсякчас стверджував власним прикладом і настановами таку щирю зацікавленість ще понад 1000 літ тому, осягаючи скарби культур як Заходу, так і візантійського Сходу, надбаннями ісламу, іудаїзму. Тепер вона здобула своє масштабне вирішення у працях французьких філософів Поля Рікера («Сам як інший»), Емануеля Левінаса («Дослідження-думки про Іншого»), Кліфорда Гірца («Інтерпретація культур»), в працях вітчизняних сучасних філософів й провідних гуманітаріїв – Євгена Сверстюка, Михайлини Коцюбинської, Мирослава Мариновича, Тетяни Горбаченко, Володимира Лубського, Євгена Харьковщенка, Олександра Сугоняко. Українська христоцентрична ментальність в контексті світових філософсько-історичних шукань ХХІ ст. знову виявилась як ніколи сучасною,

оскільки любов і щире зацікавлення іншими культурами, турбота про інших людей – одна з провідних констант нашого, виразно гуманістичного менталітету.

Масштабний волонтерський рух ХХІ ст., рух для новітньої реальності чи не дивовижний, навіть небувалий, як дехто каже - в тому числі уманками й уманцями повсякчас проявлюваний, рух, де турбота про незнайомих особисто людей, але рідних кожному з нас особливою духовно-спорідненою спільністю, турбота, що йде за покликом серця – хіба не зримо-буттєве втілення крилатого афоризму «чужого горя не буває»? Хіба ж не втілення це, святим Володимиром закладеного, христоцентризму й христонаслідувальності як питомих ознак ментальності українського народу? Як вагомий приклад на доведення правильності наших концептуальних припущень наведемо твердження В.С.Соловйова: «Володимир звелів ... узяти вози, завантажити їх хлібом, м'ясом, рибою, різними овочами, медом і квасом в діжках та возити їх містом, питаючись: «де тут злиденні або хворі, що не можуть ходити?» Й таким роздавали все, що було їм потрібним... Сповнений батьківської турботи про малих і бідних, Володимир спілкувався з ними як зі справжніми братами з вибраними людьми, що його оточують, радниками своїми та дружиною» [1].

Цій традиції волонтерського піклування про тих, хто потребує допомоги, отже, щонайменше – 1000 літ, а, даруйте несподівану алегорію, першим волонтером і став Володимир-Хреститель, творець нової християнської державності на теренах Русі-України. Господь і Пречиста Діва бережуть Україну також і внаслідок її, та кожного з її дочок та синів, любові до ближнього, внаслідок нашої питомої христоцентричної, в менталітеті нашому зосередженої любові до кожного, на цій землі сушого, що й формує особливу ауру миролюбності, атмосферу повсякчасного піклування потребами ближнього. Напевне, це і є той найбільший, неоціненний духовний скарб, що його подарував своїм нащадкам Володимир-Хреститель. Це дороговказ на тисячоліття, за спрямуванням якого українці творять свою духовно-історичну долю вже друге тисячоліття після Хрещення Русі.

#### **Список використаних джерел**

1. Соловьев В. С. Россия и Вселенская Церковь / В.С.Соловьев. Минск «Харвест». – 1999. – 1600 с.



*Наукове видання*

**Матеріали V Всеукраїнської  
науково-практичної конференції**

**«МЕНЕДЖМЕНТ ХХІ СТОЛІТТЯ:  
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ»**

*За достовірність інформації відповідальність несуть автори публікацій.  
Видається в авторській редакції.*

Підписано до друку 27.10.2015. Формат 60x84/16  
Папір офсет. Ум. арк. 10,69  
Тираж 300. Зам. № 312

Видавничо-поліграфічний центр «Візаві»  
(Видавець і виготівник «Сочінський»)  
20300, м. Умань, вул. Тищика, 18/19  
Свідоцтво: серія ДК №2521 від 08.06.2006 р.  
тел.: (04744) 4-64-88, 4-67-77, (067) 104-64-88  
e-mail: vizavi08@mail.ru





