

**Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська,
М.І. Грицаєнко, Г.М. Завадських,
Г.П. Педченко**

**НАУКОВО-ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ
ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Л.О. Андреева, Л.О. Болтянська, М.І. Грицаєнко,
Г.М. Завадських, Г.П. Педченко**

**НАУКОВО-ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ
ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

Монографія

Мелітополь
Видавничий будинок
Мелітопольської міської друкарні
2014

УДК 338.432(477)

ББК 65.325

Н34

Автори: *Андрєєва Л.О.* (передмова, розділ 1), *Болтянська Л.О.* (розділ 2), *Грицаєнко М.І.* (розділ 3), *Завадських Г.М.* (розділ 4), *Педченко Г.П.* (розділ 5)

Рецензенти:

Радєва Марина Миколаївна – доктор економічних наук, професор, директор Мелітопольського інституту державного та муніципального управління «Класичного приватного університету»

Лучик Світлана Дмитрівна – доктор економічних наук, професор, зав. кафедри соціальної економіки і інформаційних технологій Подільського державного аграрно-технічного університету

Липчук Василь Васильович – доктор економічних наук, професор, зав. кафедри статистики і аналізу Львівського національного аграрного університету

Рекомендовано до друку Вченою радою Таврійського державного агротехнологічного університету (протокол № 8 від 25 березня 2014 р.)

Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О., Грицаєнко М.І., Завадських Г.М., Педченко Г.П.

Н34 Науково-прикладні основи ефективного розвитку аграрного сектору економіки: Монографія. / Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська та ін. – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2014. – 270 с.

ISBN 978-966-197-308-3

У монографії викладено результати наукових досліджень проблем ефективного розвитку аграрного сектору економіки з висвітленням питань удосконалення методичного забезпечення стратегічного планування діяльності підприємства; перспектив формування ринку продукції садівництва; теоретичних основ інноваційної діяльності; досліджень сучасного стану інвестиційної сфери аграрних підприємств; конкурентоспроможності аграрних вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг.

Видання розраховане на наукових працівників, науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів, керівників і фахівців виробничих структур, державних органів управління, широкий загал читачів.

УДК 338.432(477)

ББК 65.325

ISBN 978-966-197-308-3

© Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О., Грицаєнко М.І.,
Завадських Г.М., Педченко Г.П., 2014.

ПЕРЕДМОВА

Трансформування економіки в систему ринкового господарювання супроводжувалося суттєвими змінами, які значною мірою позначилися на процесі пошуку ефективних способів управління. Тільки радикальні заходи для впровадження сучасних виробничих процесів, здатних випускати конкурентоспроможні товари, дозволять економіці вийти з кризи і забезпечити Україні гідне місце у світовому співтоваристві. Тривала відсутність нововведень призвела до застою виробництва, зниження якості й конкурентоспроможності виготовленої продукції, а відтак – зниження економічних результатів діяльності.

Ринкові умови господарювання обумовлюють необхідність поглибленого вивчення і всебічного удосконалення економічної діяльності усіх галузей національної економіки. Особлива увага в цьому контексті повинна бути спрямована на основну її ланку – сільське господарство, функціонування якого безпосередньо пов'язане із використанням природних ресурсів, визначає характер розвитку всього агропромислового комплексу та є сферою діяльності майже 3,5 млн. осіб.

Сукупність економічних проблем, які виникають в процесі динамічного функціонування аграрного сектору, повинні вирішувати спеціалісти, які здобули високий рівень знань, відповідну професійну підготовку, мають достатній рівень кваліфікації. Від рівня одержаної загальної та професійної підготовки, їх компетентності та обізнаності у вирішальній мірі залежатиме успішне розв'язання конкретних практичних завдань, тобто розробка та здійснення заходів, спрямованих на ефективний розвиток аграрного виробництва у довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів його розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

У монографії висвітлено результати науково-дослідної діяльності викладачів кафедри економіки підприємств Таврійського державного агротехнологічного університету щодо науково-прикладних основ ефективного розвитку аграрного сектору економіки. Особливої уваги приділено удосконаленню методичного забезпечення стратегічного планування діяльності м'ясопереробних підприємств, перспективним напрямом формування ринку продукції садівництва, теоретичним основам інноваційної діяльності, сучасному стану інвестиційної сфери аграрних підприємств та

конкуентоспроможності аграрних вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг.

Авторський колектив має надію, що викладений у монографії матеріал зацікавить студентів, науковців і практиків, які вивчають напрями підвищення економічної ефективності галузей сільського господарства, переробних підприємств, їх інноваційного розвитку та роль вищих навчальних закладів у підготовці фахівців для аграрного сектору економіки.

РОЗДІЛ 1

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Передумови здійснення стратегічного планування діяльності м'ясопереробних підприємств

Комплексне дослідження ринку є основою визначення передумов здійснення стратегічного планування діяльності підприємства, тому що саме в ринковому середовищі виникають чинники, які мають безпосередній вплив на формування умов функціонування підприємства. Це стосується й переробних підприємств м'ясної підгалузі харчової промисловості, які повністю підпорядковують свою діяльність під умови, що «диктує» ринок. Саме тому пропонуємо до уваги зміст основних взаємозалежних етапів комплексного дослідження ринку з метою визначення передумов для стратегічного планування діяльності м'ясопереробних підприємств, які встановлено на підставі аналітичної оцінки їх діяльності та ідентифікації сучасного стану планування на підприємствах.

1.1.1. Визначення кон'юнктури ринку – реальної господарської ситуації на продовольчому ринку під впливом діючих процесів та явищ.

1. Визначення ринкового попиту на м'ясопродукцію, який може бути:

- ✓ реальний, що дорівнює сумі грошових коштів, які націлені на купівлю товарів;
- ✓ задовільний, що відповідає кількості товарів на ринку, характеристики яких повністю задовольняють споживачів;
- ✓ незадовільний, що відповідає кількості товарів на ринку, характеристики яких не задовольняють споживачів.

2. Визначення змін розмірів товарної частини сільськогосподарської продукції, яка є сировинною базою для м'ясопереробних підприємств:

- ✓ за рахунок її частки, яка використовується на виробничі потреби;
- ✓ за рахунок обсягів втрат;
- ✓ за рахунок ступеня використання сировини на м'ясопереробному підприємстві.

3. Визначення ринкової пропозиції м'ясопродукції, що передбачає встановлення наступного:

- ✓ обсягів ринкової пропозиції всіх регіональних м'ясопереробних підприємств;
- ✓ структури пропозиції (асортиментні групи продукції);
- ✓ ступеня оновлення асортименту;
- ✓ рівня цін;
- ✓ обсягів пропозиції м'ясопродукції підприємств з інших регіонів на регіональному ринку;
- ✓ перспектив подальшого розвитку пропозиції з урахуванням імпорту продовольчих товарів.

1.1.2. Дослідження товарного (галузевого) ринку.

1. Аналіз сучасного стану виробництва та переробки продукції, що включає такі положення:

- ✓ обсяги виробництва;
- ✓ темпи розвитку матеріально-технічної бази;
- ✓ забезпеченість підприємства робочою силою;
- ✓ напрями розвитку науково-технічного прогресу;
- ✓ ефективність використання матеріальних ресурсів;
- ✓ визначення втрат сировини на всіх стадіях виробничого процесу;
- ✓ визначення економічних та технологічних факторів, які впливають на існуючий стан діяльності м'ясопереробного підприємства;
- ✓ визначення ступеня задоволення потреб країни продукції переробки м'яса.

2. Аналіз реалізації продукції:

- ✓ аналіз постачальників продукції переробки м'яса на внутрішній та зовнішній ринки, визначення недоліків;
- ✓ вивчення структури цін на кінцеву продукцію в межах однієї асортиментної групи різних товаровиробників;
- ✓ імпорт продукції;
- ✓ експорт продукції.

3. Сегментація ринку – розподіл ринку на окремі сегменти, які відрізняються один від одного різними можливостями збуту продукції м'ясопереробних підприємств. Цей етап дослідження ринку передбачає:

- ✓ визначення кореляційного зв'язку між демографічними ознаками та попитом на продукцію;
- ✓ сегментацію регіонального продовольчого ринку на підставі соціологічного дослідження.

Після соціологічного дослідження сегментації ринку необхідно вибрати найбільш привабливі для підприємства сегменти та встановити найдоцільнішу стратегію охоплення ринку. Це може бути:

1) недиференційований маркетинг – пропонування свого товару всьому ринку одразу. Це економічна стратегія, яка викликає виникнення інтенсивної конкуренції у разі застосування декількома підприємствами;

2) диференційований маркетинг – це охоплення декількох сегментів продовольчого ринку, розробка для кожного окремої програми, яка враховує їх особливості. Застосування цієї стратегії викликає зростання купівель, тому що продукція відповідає бажанням споживачів;

3) концентрований маркетинг – передбачає концентрацію зусиль підприємства на окремому сегменті ринку (супроводжується зростанням ступеня ризику).

Найбільш вигідний для кожного окремого м'ясопереробного підприємства регіону сегмент ринку повинен мати високий рівень поточного збуту, достатню норму прибутку, нескладні вимоги до каналу розподілу.

1.1.3. Належну увагу при стратегічному плануванні діяльності м'ясопереробного підприємства необхідно приділяти безпосередньо вивченню становища продовольчих товарів на ринку, тобто визначенню їх конкурентоспроможності. Цей процес повинен бути безперервним. На його основі необхідно порівнювати сукупні характеристики товару з характеристиками товарів конкурентів [16]:

а) за ступенем задоволення конкретних потреб споживачів;

б) за ціною споживання.

При цьому, по-перше, необхідно оцінити рівень нормативних параметрів. Він може мати тільки два значення: 1 або 0. Якщо харчовий товар відповідає обов'язковим нормам та стандартам, то рівень нормативних параметрів дорівнює одиниці, якщо ні, то нулю. Загальний показник відповідності продукції нормативним параметрам ($S_{\text{нп}}$) розраховується як добуток (Π) окремих (часткових) показників по кожному параметру:

$$S_{\text{нп}} = \prod_{i=1}^m q_i, \quad (1.1)$$

де q_i – окремий (частковий) показник за i -м нормативним параметром;

m – кількість параметрів, які необхідно враховувати при визначенні конкурентоспроможності.

Якщо один показник дорівнює нулю, то загальний показник теж буде дорівнювати нулю. Це означає, що товар неконкурентоспроможний.

По-друге, необхідно визначити відповідність властивостей товару конкретній потребі. Для цього доречно встановити, які властивості товару найбільш цінні для споживача та відповідність властивостей існуючого товару цієї потребі або еталону.

$$K_i = \frac{R_{hi}}{R_{ei}} * 100\%, \quad (1.2)$$

де K_i – окремий (частковий) консументний показник за i -м параметром;
 R_{hi} – величина i -го параметра товару, який аналізують;
 R_{ei} – величина i -го параметра «ідеального» товару.

Основними консументними параметрами товару вважаються наступні: якість, ціна та зовнішній вигляд продукції (основні характеристики товарів з точки зору споживачів).

По-третє, необхідно визначити загальний показник за консументними параметрами (K_{kn}):

$$K_{kn} = \sum_{i=1}^m K_i * d_i, \quad (1.3)$$

де d_i – частка i -го параметра в загальній кількості параметрів (m);
 m – кількість параметрів, за якими здійснюють оцінку конкурентоспроможності.

Загальний показник за консументними параметрами надає уявлення про те, наскільки товар, який виробляється на підприємстві, відповідає «ідеальному» товару за певним параметром (таке співвідношення можливе з товаром-конкурентом). Тому реальне значення K_{kn} повинно бути перевірено на відповідність конкретній потребі:

$$K_{kn} = \sum_{i=1}^m \left(\frac{R_{hi}}{R_{ki}} \right) * d_i, \quad (1.4)$$

де R_{hi} – величина консументного параметра товару, який аналізується;
 R_{ki} – величина консументного параметра товару-конкурента.

Визначення ціни товару та порівняння її з ціною товару-конкурента є наступним етапом оцінки конкурентоспроможності продукції.

Порівняння цін здійснюється за формулою:

$$E = C_{\text{ка}}/C_{\text{кк}} \leq 1, \quad (1.5)$$

де E – загальний показник за економічними параметрами;

$C_{\text{ка}}$ – ціна купівлі товару, який аналізується;

$C_{\text{кк}}$ – ціна купівлі товару-конкурента.

Заключним етапом є визначення інтегрального показника рівня конкурентоспроможності товару:

$$K_{\text{ін}} = S_{\text{нп}} * (K_{\text{кп}} : E)/100 \geq 1. \quad (1.6)$$

Якщо інтегральний показник рівня конкурентоспроможності ($K_{\text{ін}}$) дорівнює одиниці або більше, то товар вважається конкурентоспроможним.

1.1.4. Наступним елементом визначення передумов щодо застосування стратегічного планування на підприємстві є товарна політика, що передбачає аналіз:

- 1) інноваційної діяльності підприємства в напрямі розробки нових видів продукції відповідно до ринкового попиту;
- 2) виведення з виробництва тих видів продукції, які не забезпечені необхідним рівнем попиту споживачів;
- 3) забезпечення достатньо широкого асортименту продукції;
- 4) створення іміджу підприємства на ринку м'ясопродукції (використання товарних знаків, певної упаковки, проведення маркірування товарів).

У процесі розробки товарної політики м'ясопереробного підприємства дуже важливим є планування асортименту продукції.

Планування асортименту нової продукції на підприємстві необхідно здійснювати на підставі аналізу таких критеріїв:

- ринкові (потреба в продукції, перспектива розвитку товарного ринку, ступень конкурентоспроможності товару, стабільність ринку);
- товарні (технічні характеристики, упаковка, ціна, узгодження з існуючим асортиментом, реалізація, реклама);
- виробничі (технологічне обладнання, сировинні ресурси, робоча сила).

У зв'язку з виведенням нового товару на ринок необхідно використовувати метод аналізу беззбитковості, який дає змогу визначити точку

безбитковості (O_6), що характеризує мінімальний обсяг виробництва продукції, при якому дохід від продажу дорівнює витратам виробництва [29].

$$O_6 = \text{ПВ} : (\text{Ц} - \text{ЗВ}), \quad (1.7)$$

де ПВ – сума постійних витрат на весь обсяг виробництва, грн;

ЗВ – сума змінних витрат на одиницю продукції, грн;

Ц – ціна одиниці нового товару, грн.

Це відношення дає змогу встановити максимальну суму витрат та мінімальну ціну реалізації товару при визначеній точці безбитковості. Планування асортименту продукції, яка вже вироблялася на підприємстві, необхідно здійснювати на підставі аналізу стадій життєвого циклу кожного окремого виду продукції:

- 1) стадія впровадження, яка супроводжується зростанням обсягів продажу, відсутністю прибутку;
- 2) стадія зростання – збільшення прибутку;
- 3) стадія зрілості – обсяги продажу стають максимальними;
- 4) стадія насичення, яка супроводжується зниженням обсягів продажу та поступовим скороченням ринку.

Концепція життєвого циклу товару має велике значення при плануванні асортименту продукції. Вона змушує керівників переробних підприємств аналізувати діяльність з позиції дійсності та майбуття, узгоджувати короткострокові завдання з довгостроковими цілями підприємства.

Аналіз можливостей диверсифікації товару повинен займати значне місце в розробці товарної політики м'ясопереробного підприємства. Цю стратегію необхідно застосовувати, коли підприємство починає додатково виробляти товари, які планується запропонувати на нові ринки збуту. При цьому необхідно проаналізувати ступінь ймовірності таких можливостей підприємства:

- ✓ раціональний перерозподіл ресурсів (розміщення надлишкових коштів);
- ✓ необхідність управління ризиком (розподіл ризиків, які потенційно можливі через кон'юнктурні або прогнозовані коливання, через урахування стадійності циклу життя товарів);
- ✓ отримання прямих фінансових вигод (проникнення у сфери діяльності з високою рентабельністю);

✓ використання ресурсів, які взаємодоповнюють один одного та споживаються одразу в декількох напрямках діяльності (додатковий прибуток виникає завдяки координації діяльності).

Аналіз загроз у зв'язку з диверсифікацією виробництва необхідно проводити за такими чинниками:

- ✓ попит;
- ✓ поява товарів-замінників та нових конкурентів;
- ✓ регулювання галузевих чи ринкових бар'єрів.

Диверсифікація виступає як ефективний засіб для забезпечення стійкої діяльності переробного підприємства, що є ще одним вагомим чинником, який обов'язково повинен мати своє відображення при стратегічному плануванні діяльності підприємства. За допомогою диверсифікації переробне підприємство може отримати добрі результати з відродження обігу та прибутку.

1.1.5. Аналіз цінової політики м'ясопереробного підприємства в сучасних умовах, як показує досвід, є одним з найголовніших чинників, на який необхідно звертати увагу для забезпечення ефективності реалізації розробленої стратегії. Цей аналіз повинен охоплювати такі напрями:

- ✓ принципи ціноутворення;
- ✓ податкова політика,
- ✓ порядок віднесення витрат на собівартість продукції;
- ✓ законодавча база щодо діяльності м'ясопереробних підприємств;
- ✓ рівень цін та цінова ситуація на регіональному продовольчому ринку;
- ✓ динаміка цін на сировину та матеріали;
- ✓ визначення ринків збуту;
- ✓ визначення цін, що задовольняють різні (за соціальними ознаками) групи споживачів;
- ✓ можливість підвищення якості товару;
- ✓ стан та прогнозування ринкового попиту;
- ✓ пошук можливостей для зниження витрат;
- ✓ динаміка та структура цін за певний період;
- ✓ прогнозування внутрішніх ринків збуту та потенційних конкурентів;
- ✓ аналіз цін зовнішньої торгівлі та зовнішніх ринків збуту.

На підставі аналізу цінової політики підприємство має визначити цінову стратегію. Це може бути:

✓ стратегія високих цін – застосовується підприємствами для виведення на ринок нових товарів, забезпечує швидку окупність витрат, переважання попиту над пропонуванням, монопольне становище підприємства, зниження ціни на стадії зрілості або при неповному завантаженні виробничих потужностей;

✓ стратегія низьких цін – застосовується для стимулювання попиту, притиснення конкурентів, завоювання значної частини ринку, зайняття монопольного становища на ринку, після чого ціни на продукцію піднімають, але досягти цього дуже важко. Ця стратегія ефективна при застосуванні на регіональних ринках. При цьому рекомендується зменшити ціни і забезпечувати прибутки за рахунок обсягів реалізації продукції;

✓ стратегія диференційованих цін, при якій розробляється шкала можливих знижок та надбавок до середнього рівня цін. Різновидом цієї стратегії є стратегія пільгових цін, при якій ціна зменшується більше, ніж собівартість або нормативна ринкова ціна. Мета застосування цієї стратегії – викликати зацікавленості до всієї асортиментної групи на певний проміжок часу (як правило, короткий);

✓ стратегія цін на товари, які пов'язані з точки зору витрат виробництва – основні та побічні товари. Зменшення обсягів виробництва одного товару призводить до зростання витрат на виробництво іншого, тому що постійні витрати будуть віднесені на меншу кількість продукції. Необхідно враховувати, що різні товари з асортименту, який виробляється, знаходяться під різним впливом на них конкуренції. Якщо конкуренція сильна, то можливості для змін цін обмежені;

✓ стратегія цін щодо відображення якості харчового продукту. Чим вища якість, тим вища ціна.

1.1.6. Аналіз товаропросування та збуту продукції є ще одним етапом, який необхідно враховувати при здійсненні стратегічного планування діяльності переробного підприємства. Він передбачає визначення та аналіз каналів товароруку, встановлення факторів, які впливають на вибір каналу просування, характеристику каналу товаропросування.

1.1.7. Останнім чинником, який необхідно дослідити, є стан прогнозування обсягів продажу на підприємстві. Тут необхідно встановити ступінь його відповідності вимогам, при яких забезпечується здійснення стратегічного планування діяльності на підприємстві.

Прогнозування діяльності м'ясопереробного підприємства в сучасних умовах повинно мати середньостроковий характер (1 рік) і здійснюватися двома методами:

1) рівневі прогнозування – передбачення обсягу продажу по трьох рівнях: максимальному, ймовірному та мінімальному. Його переваги:

а) надає можливість підготуватися до найгіршого варіанта обсягу продажу;

б) надає можливість передбачити фактори, які призведуть до мінімального обсягу продажу;

в) на підставі цих факторів можна розробити ситуаційний план.

2) ситуаційне прогнозування – для кожного виду продукції відбирається декілька припущень, інших, ніж найбільш ймовірна ситуація. Як припущення може бути прийнято не тільки найгірший варіант, а й випадковий. Ситуаційне прогнозування надає можливість швидко діяти в несприятливій ситуації та підготуватися до несподіванок.

Велике значення при прогнозуванні збуту має встановлення граничного цінового показника, нижче від якого ціна не повинна зменшуватися. Гранична ціна розраховується за такою формулою: гранична ціна = витрати виробництва + мінімальний прибуток. Для подолання конкуренції можливе встановлення безприбуткової ціни, яка дорівнює витратам виробництва на одиницю продукції.

Складовою частиною прогнозування збуту має бути формування портфеля замовлень на продукцію м'ясопереробного підприємства – кількості продукції в асортименті, яка повинна бути вироблена за певний час та реалізована покупцям на підставі угод. Для цього має використовуватися така інформація:

✓ дані про виробничі потужності та завантаження технологічного обладнання;

✓ кількість споживачів;

✓ забезпеченість виробництва сировиною та допоміжними матеріалами.

При цьому необхідно враховувати зміни попиту залежно від кон'юнктури продовольчого ринку. При неповній завантаженості виробничих потужностей переробне підприємство може здати в оренду технологічне обладнання. Прогноз обсягів продажу повинен бути підставою для складання фінансового плану м'ясопереробного підприємства. Загальний прогноз обсягів продажу складається з прогнозу щодо конкретних видів харчової продукції та відходів

виробництва по районах та каналах збуту. Пошук оптимальних покупців відходів виробництва – одне з найважливіших завдань переробного підприємства.

Оскільки предметом нашого дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти процесу стратегічного планування діяльності м'ясопереробних підприємств, необхідно визначити особливості збутової діяльності м'ясокомбінатів у зв'язку з їх підгалузевою специфікою, а також стан рекламної діяльності на підприємстві як одного з факторів, який враховується при плануванні обсягів продажу.

Вивчаючи ставлення керівників м'ясопереробних підприємств різних форм господарювання до найбільш актуальних питань управління, які постійно перебувають у центрі їх уваги, було визначено, що стратегічне планування займає в цьому списку далеко не перші позиції. Управлінці пов'язують розвиток свого підприємства насамперед з підвищенням ефективності використання трудових ресурсів, розвитком фінансового потенціалу, регулюванням відносин з акціонерами, клієнтами, внутрішньою реструктуризацією, а не з прийнятою стратегією в класичному розумінні.

У процесі дослідження було визначено першочергові завдання вітчизняних підприємств (на прикладі м'ясопереробних підприємств Запорізької області). Аналіз результатів свідчить про те, що найбільш важливими для керівників підприємств є такі завдання:

- 1) зростання частки підприємства на ринку;
- 2) залучення кваліфікованих спеціалістів;
- 3) скорочення витрат;
- 4) підвищення якості продукції.

Все це пояснюється існуючою структурою ринку товарів та послуг, яка склалася за останні роки, прагненням її змінити з метою отримання додаткових доходів та прибутків. Тому підвищуються вимоги до якості вирішення завдань стратегічного планування діяльності підприємства, формується новий погляд на основні проблеми їх реалізації. З метою визначення передумов для здійснення стратегічного планування діяльності м'ясопереробних підприємств Запорізької області було встановлено типові недоліки та переваги підприємств різних видів, які функціонують на регіональному продовольчому ринку (табл. 1.1).

Аналізуючи результати табл. 1.1, в першу чергу необхідно зосередити свою увагу на основних недоліках діяльності м'ясопереробних підприємств всіх видів, що функціонують на регіональному ринку (Запорізька область), які

пов'язані в основному з питанням своєчасного забезпечення якісною сировиною в потрібній кількості на взаємовигідних умовах.

Таблиця 1.1

Характеристика функціонування регіональних м'ясопереробних підприємств

Вид підприємства	Типові недоліки функціонування	Конкурентні переваги
Асоційовані (корпоративні) підприємства	<ol style="list-style-type: none"> 1) відсутність гарантій у забезпеченні сировиною; 2) залежність від потужності сировинної зони; 3) слабка зацікавленість виробників сировини; 4) боротьба за монопольне становище; 5) високий галузевий економічний егоїзм. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) сучасний товарний дизайн і упаковка; 2) детальне знання реального платоспроможного попиту; 3) спрямування виробничої програми та асортименту на реальний попит; 4) скорочення розриву в часі і просторі між виробництвом і реалізацією; 5) виробництво продукції на місцевій сировині без домішок та консервантів.
Приватні міні-заводи і міні-цехи	<ol style="list-style-type: none"> 1) обмежені можливості сировинного забезпечення; 2) труднощі в зберіганні та транспортуванні сировини і продукції; 3) звужений асортимент. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) порівняно низькі ціни; 2) активна участь на місцевому ринку; 3) можливість виконання замовлень на невеликі партії продукції; 4) реалізація виключно через власну торгівлю.
Особисті селянські господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1) обмеженість обсягів виробництва; 2) незадовільні санітарно-гігієнічні характеристики продукції; 3) порівняно високі ціни; 4) труднощі збуту. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) висока особиста економічна і моральна зацікавленість; 2) можливість персоналізації замовлень; 3) гнучкість виробничої діяльності.

Всі переваги та недоліки функціонування підприємств необхідно враховувати при формуванні основних завдань, які повинні бути вирішені в процесі реалізації стратегії їх діяльності. Ми вважаємо, що все запропоноване вище, являє собою комплекс інструментальних засобів, які дають змогу ідентифікувати, проаналізувати фактичну діяльність м'ясопереробного підприємства та визначити передумови її стратегічного планування.

1.2. Дослідження процесу стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства

Постановка завдання повинна бути сполучним елементом, який пов'язує процеси планування та реалізації стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства і передбачає кількісну конкретизацію цілей з уточненням способів та строків їх досягнення для кожного рівня: корпоративного, ділового, функціонального. Завдання традиційно прийнято формулювати одночасно з визначенням місії та цілей. Однак, конкретизація цілей після вибору та комплексної оцінки стратегічного плану дає змогу не допустити невідповідності завдань не тільки сильним та слабким сторонам, можливостям та загрозам, а й розробленим стратегіям. Тут необхідно встановити взаємозв'язок та взаємодію між місією, цілями та завданнями м'ясопереробного підприємства (рис. 1.1).

Стратегічне планування повинно бути центральною ланкою в процесі розробки стратегічної поведінки м'ясопереробного підприємства. При цьому необхідно приймати важливі стратегічні рішення щодо вкладення коштів у перспективні напрями розвитку підприємства та виділяти підрозділи підприємства, в які тимчасово потрібно скоротити вкладення або навіть закрити як нерентабельні. З довгострокової точки зору, найбільш суттєве значення має формування збалансованого бізнес-портфеля підприємства, тобто розподіл напрямів діяльності, а значить і підприємницьких ризиків, в короткостроковому та довгостроковому періодах.

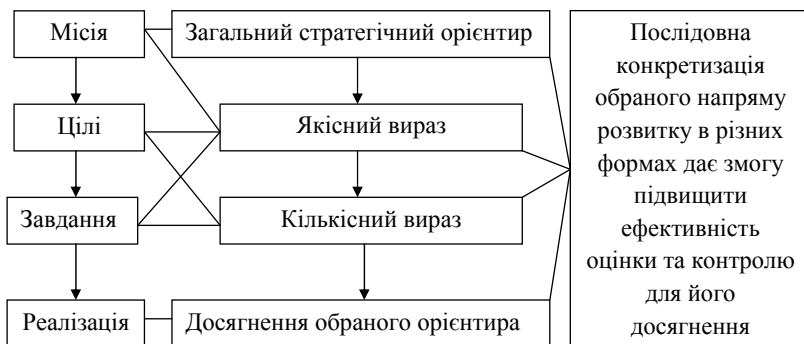


Рис. 1.1. Взаємодія між місією, цілями та завданнями

Одним з результатів здійснення стратегічного планування діяльності підприємства є зниження ризику. Однак повністю позбавитися ризику неможливо, тому що майбутнє завжди містить деякі невідомі та непередбачувані елементи. Тільки ретельний аналіз може допомогти у справі зниження ризику. І в першу чергу необхідно визначити припущення, на яких засновано план, та використати їх для вирішення проблеми ризику.

Необхідно звернути увагу, що оцінка ризику повинна становити частку будь-якого стратегічного процесу прийняття рішення. Обережне підприємство не повинно визначати стратегію доти, доки не оцінить ризик. З кожним новим роком, на який збільшується період планування, ситуація стає все більш невизначеною. Добре зроблені припущення можуть допомогти при оцінці того ризику, з яким зіткнеться підприємство, та знизити або ліквідувати цей ризик.

Припущення можна визначити як висловлення думки про деяку подію, що не знаходиться під контролем підприємства. Вони необхідні на всіх рівнях управління підприємством. Всі важливі припущення загальної корпоративної стратегії повинні переноситись у будь-який деталізований функціональний оперативний план, який може бути необхідний підприємству в процесі планування, але в додаток до них можуть бути зроблені подальші припущення. При цьому необхідно, щоб усі учасники процесу використовували одні й ті самі припущення. Ситуація, коли кожний менеджер, який бере участь у процесі планування, працює згідно з власним набором припущень, передбачає крах стратегічного плану. Однак це не означає, що менеджерам не слід давати можливості обговорювати зроблені раніше оцінки та брати участь у визначенні ймовірностей.

Інформація, необхідна для створення припущень при плануванні, з'являється в основному на підставі даних щодо стану зовнішнього середовища діяльності м'ясопереробного підприємства. При цьому дослідження зовнішнього середовища, в якому діє підприємство, повинно здійснюватися не один раз за весь період аналізу, а бути безперервним процесом, що відповідає принципу постійного оновлення.

Звісно, неможливо створити контрольний перелік припущень, який був би загальним для усіх підприємств. Ступінь впливу подій буде змінюватися залежно не тільки від тієї галузі, в якій функціонує підприємство, а й між підприємствами однієї галузі. Але все ж таки, на наш погляд, існують деякі загальні положення для всіх форм господарювання, на підставі яких необхідно робити припущення стосовно подальшого розвитку їх діяльності, та загальні

чинники (попит, пропозиція, результати діяльності), стосовно яких ці припущення будуть зроблені (рис. 1.2).

Виходячи з результатів досліджень за напрямками, які запропоновані на рис. 1.2, та визначення ступеня їх впливу на кожен з перерахованих чинників, що мають узагальнений характер та значний вплив на подальший стан виробничо-господарської діяльності, кожне підприємство повинно визначити ряд питань щодо яких необхідно зробити припущення. При цьому тільки комплексне застосування інформації, отриманої в результаті досліджень, та безперервний ретельний її аналіз нададуть можливість керівництву підприємства точно визначити ті питання, які є найбільш актуальними, та встановити достовірний ступінь їх імовірності в майбутньому.

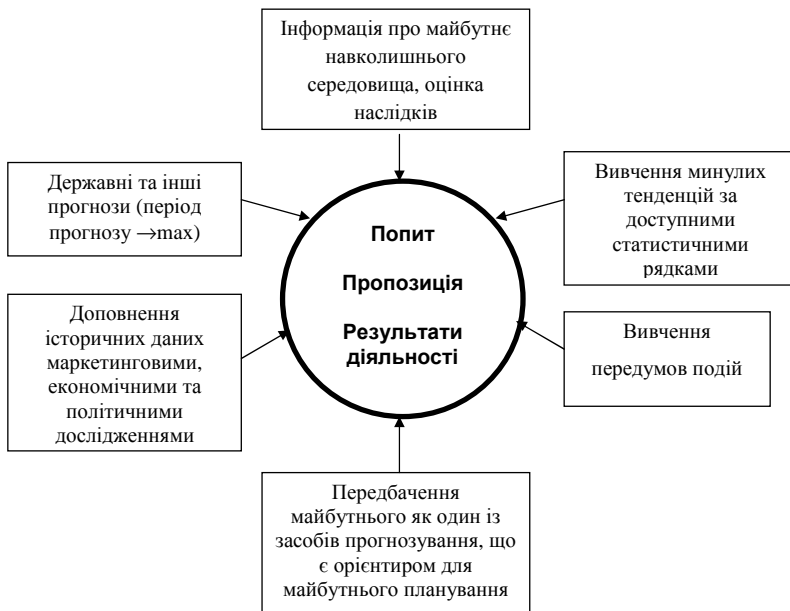


Рис. 1.2. Інформаційна база формування припущень щодо подальшої діяльності підприємства

Коли припущення зроблені, необхідно підготувати таблицю ймовірностей, де встановлюється ймовірність того, що припущення було зроблено правильно. Визначаючи події наперед, необхідно враховувати, що навряд чи ймовірність буде залишатися постійною кожний рік.

Пропонується таблиця основних припущень та ступеня їх імовірності, яка розроблена на підставі побудови відповідних статистичних рядків, аналізу власних даних підприємства, отриманих у процесі експертно-аналітичної роботи провідних фахівців щодо першочергових питань, які мають вплив на діяльність ВАТ «Запорізький м'ясокомбінат» та при підтримці зв'язку з мережею зовнішніх експертів, думки яких є корисними при вивченні зовнішнього середовища (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Припущення щодо аналізу ризику в діяльності ВАТ «Запорізький м'ясокомбінат»

Припущення		Імовірність того, що припущення вірне, %				
		2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
1.	Поява на ринку нових конкурентів	91	73	65	79	92
2.	Підвищення життєвого рівня населення	33	50	51	85	94
3.	Експансія зарубіжних виробників	93	75	70	55	50
4.	Активізація попиту	98	98	98	95	95
5.	Розвиток тваринницької галузі країни	37	48	61	72	80
6.	Диверсифікація виробництва	65	65	65	60	60

Імовірності виникають під час аналізу, на підставі якого розвиваються припущення. При цьому керівникам підприємства необхідно знати, що припущення можуть бути хибними. І це дуже важливо.

Стосовно результатів табл. 1.2, необхідно зазначити, що імовірності всіх припущень взаємопов'язані. Це відбувається тому, що вихідні питання, на підставі яких зроблені припущення, також між собою безпосередньо пов'язані і є основою функціонування підприємства в ринковому просторі. Зрозуміло, що підприємство, яке взагалі не робить спроб передбачити деякі зміни, все одно якось буде реагувати на деякі події. Але частіше воно буде робити правильні речі з хибних причин, а зміни буде помічати лише тоді, коли вони будуть зрозумілі всім. Підприємство, яке використовує вищевказаний спосіб зниження ризику на підставі припущень, буде постійно володіти конкурентною перевагою, тому що буде приймати більш правильні рішення.

В процесі дослідження встановлено, що між ціною на продукцію м'ясопереробних підприємств та рівнем її споживання існує тісний зворотній

зв'язок. Також відомо, що економічна ефективність виробництва в ринкових умовах має свій прояв у процесі реалізації продукції, як результат взаємодії собівартості продукції та ринкових цін. Тому вважаємо за необхідне обґрунтування прогнозних параметрів залежності «собівартість – ціна» та оцінку ступеня економічного ризику, який виникає в результаті впливу факторів зовнішнього середовища на ці показники, як одну з підстав стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства.

В умовах підвищеної ринкової невизначеності та мінливості прогнозування таких параметрів як ціна та собівартість повинно містити об'єктивну та суб'єктивну складові. Тобто це означає, що розрахунок прогнозних параметрів не можна будувати тільки на підставі математичного методу, який враховує лише тенденції попереднього періоду. Обґрунтування прогнозних показників повинно здійснюватися з використанням методу експертних оцінок, який передбачає аналітичну обробку інформації спеціалістами в цієї галузі.

Значні масштаби, неоднозначність явищ та процесів, які прогнозуються, об'єктивно визначають імовірність прогнозів, їх альтернативність. Саме тому проблема прогнозування тісно пов'язана з поняттям ризику, який передбачає можливе відхилення від очікуваного результату. Виникнення цінового ризику в процесі реалізації продукції обумовлено впливом зовнішнього середовища, а ризик підвищення собівартості пов'язаний як з внутрішньогосподарськими факторами, так і з зміною собівартості ресурсів, які споживаються в процесі виробництва продукції.

Ступінь ризику може бути представлена абсолютним показником відхилення від прогнозованої величини та імовірністю виникнення цього відхилення [21].

Математичний підхід до оцінки рівня економічного ризику засновано на побудові періоду упередження математичного очікування для прогнозного показника, яке розраховується за формулою:

$$M(X) = \sum_{i=1}^n x_i * p_i, \quad (1.8)$$

де $M(X)$ – математичне очікування дискретної випадкової величини;

x_i – можливе значення випадкової величини;

p_i – імовірність i -го значення випадкової величини;

n – кількість можливих значень випадкової величини.

З точки зору імовірності математичне очікування є середнім значенням випадкової величини, яке поєднує основні характеристики ризику – абсолютне значення, імовірність та альтернативність. Період упередження, який

визначається за вибірковими даними, з встановленою імовірністю охоплює значення необхідного параметру. Період упередження встановлює мінімальне та максимальне значення середнього очікуваного показника.

На першому етапі визначається тенденція прогнозованого параметру, яка склалася в аналізованому періоді, на підставі рівняння регресії. Далі здійснюється оцінка дисперсії помилок, яка характеризує вплив невизначених факторів на розподіл прогнозованого показника. При однофакторній залежності формула розрахунку має вигляд:

$$\delta_{\xi}^* = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - y_i^*)^2}{n-2}}, \quad (1.9)$$

де δ_{ξ}^* – оцінка дисперсії помилок;

y_i – значення результативної ознаки;

y_i^* – точковий прогноз значення результативної ознаки;

n – кількість експериментів (років).

Для лінійної багатфакторної залежності формула наступна:

$$\delta_{\xi}^* = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - y_i^*)^2}{n-p-1}}, \quad (1.10)$$

де p – кількість факторів.

Далі за формулою визначається межа періоду упередження:

- для лінійної однофакторної залежності:

$$(b_0 + b_1 x^*) \pm t_{\alpha/2} \delta_{\xi}^* \sqrt{1 + \frac{1}{n} + \frac{(x_i^* - \bar{x})^2}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}}, \quad (1.11)$$

- для багатфакторної залежності:

$$y_i^* \pm t(\alpha, n-p-1) \delta_{\xi}^*, \quad (1.12)$$

де b_0, b_1 – параметри моделі;

x^* – значення фактору для прогнозу;

$t_{\alpha/2}$ – табличне значення критерію Стьюдента;

\bar{x} – середнє значення фактору;

x_i – значення експериментальних даних факторів.

Отриманий результат має вигляд: $\min \leq M(Y) \leq \max$, тобто ліва та права межа періоду упередження математичного очікування представляють мінімальний та максимальний рівень для середньої величини.

Для отримання достовірного прогнозу аналізу тенденцій недостатньо. Тому є доцільним використання методу експертних оцінок. Експертний метод базується на обґрунтуванні кожного варіанту розвитку подій.

Наступним етапом прогнозування є співставлення кінцевих показників математичного прогнозу та експертної оцінки, що дозволяє зробити комплексну оцінку отриманих результатів з точки зору їх відповідності до сучасних умов розвитку ринку.

Кількісну оцінку ризику можна здійснювати таким способом: реальне відхилення від прогнозованих кінцевих результатів діяльності підприємства (прибуток або збиток) відображує абсолютний показник економічного ризику. Класичним підходом до вимірювання ступеня ризику є визначення імовірності можливих коливань рівня собівартості та ціни. Показником ризику виступає середньоквадратичне відхилення та коефіцієнт варіації, який розраховується як відношення середньоквадратичного відхилення до середньої величини ознаки. Якщо величина коефіцієнту варіації складає до 10 %, ризик вважається незначним, від 10 до 25 % – ризик середній, більше за 25 % – рівень ризику високий.

Глобалізація бізнесу, швидкі зміни попиту споживачів, скорочення життєвого циклу товарів, зростання вимог робітників до умов праці та якості життя примушують проводити на м'ясопереробному підприємстві не тільки аналіз та оцінку зовнішнього середовища та прогнозувати його зміни в майбутньому, а й здійснювати такий процес стратегічного планування діяльності, який спроможний підтримувати рівновагу між середовищем, характером та результатами діяльності підприємства.

Досягти цього, на наш погляд, можна за допомогою SWOT-аналізу. Виходячи з результатів цього аналізу, цілями м'ясопереробного підприємства повинно бути використання можливостей та ліквідація загроз зовнішнього середовища, а також збереження сильних та покращення слабких сторін самого підприємства. Згідно з цим, процес стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства має включати реалізацію чотирьох основних напрямів майбутнього розвитку його діяльності, які в подальшому можуть бути деталізовані у більшу кількість, а саме:

- використання можливостей зовнішнього середовища: постійне діагностування стану чинників зовнішнього середовища, їх співвідношення з внутрішніми ресурсами підприємства; визначення можливостей та їх реалізація. Якщо ці можливості будуть реалізовані конкурентами, вони можуть перетворитися для підприємства на загрози;

– ліквідація загроз зовнішнього середовища: належна увага до зовнішніх загроз, розробка та реалізація плану їх ліквідації дає можливість підприємству перетворити їх у свої можливості або стабілізувати своє становище та бути готовим до несподіванок зовнішнього середовища;

– збереження, зміцнення та використання сильних сторін підприємства: тільки використані сильні сторони підприємства становлять для нього якусь цінність. Якщо ж не використати свої сили у благо, вони можуть перетворитися у слабкості;

– покращення слабких сторін підприємства, або звертання на них особливої уваги: SWOT-аналіз націлений на вивчення зовнішнього середовища підприємства, інакше кажучи, на аналіз вимог ринку. Це означає, що ринок висуває певні вимоги до діяльності підприємства, які можуть не відповідати стовідсотковому виконанню підприємством і є його слабкими сторонами. Тому потрібно приділяти їм особливу увагу.

Сучасний стан відносин м'ясопереробних підприємств зі своїми контрагентами викликає необхідність внесення принципових змін, які обов'язково необхідно враховувати в процесі розробки стратегії їх діяльності. Передусім, мова йде про взаємодію м'ясопереробних підприємств з виробниками продукції, яка є їх сировинною базою, та підприємствами, які реалізують продукцію переробки м'яса споживачам.

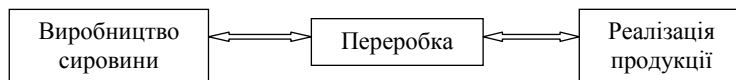


Рис. 1.3. Ланцюг взаємодії основних сфер діяльності в ринковому середовищі

Для успішного функціонування та взаємодії всіх елементів вищевказаного ланцюга необхідно, на наш погляд, здійснити процес розробки стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства, який буде враховувати особливості діяльності кожної з ланок ланцюга. При цьому обов'язковою умовою є взаємозацікавленість у успіху.

Досягнення взаємозацікавленості можливе, на наш погляд, шляхом створення довгострокових договірних відносин між м'ясопереробними підприємствами та його контрагентами. Довгострокова договірна основа надасть можливість отримати переваги від більш масштабних операцій на ринку без значного зростання ризику або потреби у великих розмірах інвестицій. При цьому основною умовою для пошуку партнерів має бути повна

усвідомленість цілей кожного з передбачених стратегічних партнерів та взаємозацікавленість у досягненні цих цілей.

Другою обов'язковою умовою є забезпечення високого рівня менеджменту при роботі всіх складових ланцюга. Також слід зазначити, що довгострокова договірна основа між підприємствами повинна охоплювати не тільки ринкову діяльність, а й технологічну та фінансову політику. При цьому ми вважаємо, що переважну роль при функціонуванні вищевказаного ланцюга, повинно мати переробне підприємство як його центральна ланка.

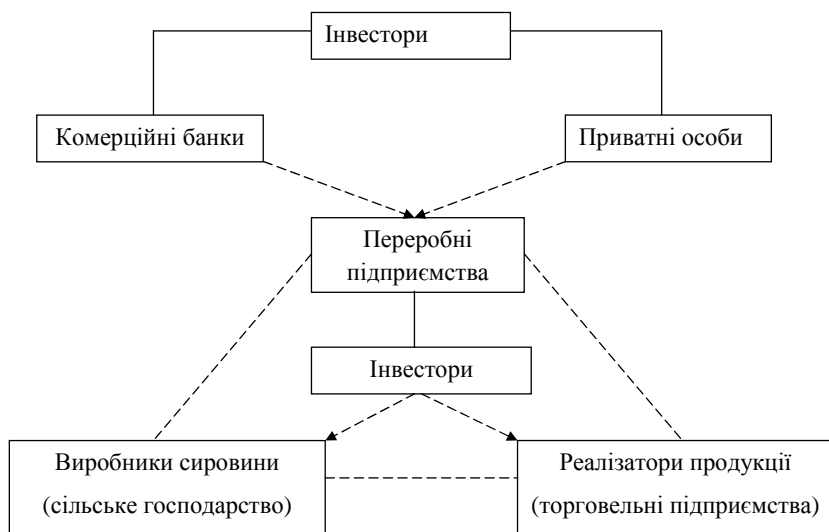
Таким чином, стратегічний план м'ясопереробного підприємства, що має за підставу для розробки довгострокові договірні відносини з контрагентами (постачальники сировини та торговельні підприємства), буде забезпечувати його надійну адаптацію до мінливих чинників навколишнього середовища на тривалу перспективу, дозволить більш повне використання виробничих потужностей, розширення асортименту виготовленої продукції, створення нових робочих місць, підвищення якості сировини та зниження її собівартості.

Відомо, що в останні роки у більшості сільськогосподарських підприємств є критичне становище. Та й діяльність не всіх переробних підприємств перебуває на необхідному рівні. Неефективну діяльність переробних підприємств можна покращити за рахунок залучення додаткового капіталу. У ролі інвесторів можуть виступити як комерційні банки, так і приватні особи. У подальшому переробні підприємства повинні самі стати джерелом інвестицій для розвитку підприємств, які є їх сировинною базою, та реалізаційної мережі (рис. 1.4).

У випадку, коли м'ясопереробне підприємство має високі фінансово-економічні показники своєї діяльності, цей процес можна здійснити вже зараз (великі підприємства Запорізького регіону). Можливий перерозподіл акцій переробних підприємств на користь сільськогосподарських та торговельних. Висока якість продукції, надання споживачами переваги м'ясопродукції певних регіональних підприємств є, на наш погляд, підставою для привертання уваги з боку успішних торговельних підприємств. Саме це, на наш погляд, є основою зацікавлення партнерів м'ясопереробного підприємства у створенні довгострокових договірних відносин.

Основною метою в процесі розробки стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства, на наш погляд, має бути стабілізація його виробничої діяльності, гарантоване забезпечення м'ясопродуктами населення. Особливої уваги при стратегічному плануванні діяльності м'ясопереробного підприємства необхідно приділяти плануванню цін на вироблену продукцію. За

результатами досліджень саме ціновий фактор відіграє значну роль у визначенні ефективності діяльності м'ясопереробних підприємств.



----- довгострокові договірні відносини.

Рис. 1.4. Схема формування довгострокових договірних відносин між стратегічними партнерами

Ми вважаємо, що саме здійснення процесу стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства, який засновано на довгострокових договірних відносинах зі стратегічними партнерами, дає можливість для планування показників ціноутворення, які будуть задовольняти своїм рівнем споживачів та забезпечувати його ефективну діяльність. Але подальший розвиток цього сегмента економіки в сучасних умовах не може бути ізольованим від розвитку національного виробництва в цілому. Вирішальну роль у цьому розвитку, на наш погляд, відіграє державна політика.

Ефективне функціонування підприємств м'ясої підгалузі харчової промисловості потребує нових підходів з боку держави щодо створення більш досконалого механізму їх функціонування. Це має великий вплив на здійснення процесу стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства. Мова йде про питання розвитку кредитної політики, ринку цінних паперів,

заходів щодо залучення інвестицій. Слід забезпечити розвиток вітчизняного виробництва техніки, що зменшить потребу у придбанні дорогих імпортованих засобів виробництва. Всі ці фактори, на наш погляд, мають позитивний вплив на процес ціноутворення і відновлення балансу між попитом та пропозицією м'ясопродуктів, розробку довгострокової стратегії господарювання з визначенням пріоритетів щодо забезпечення мінімальних витрат і максимального ефекту.

Ступінь наближення розробленого стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства до дійсності залежить від багатьох причин. Тут необхідно враховувати не лише теоретичні матеріали, а й експериментальні дані, як власні, так і інших підприємств, що враховують особливості сьогодення.

Ми вважаємо, що комплексне застосування пропозицій щодо розробки стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства, а саме встановлення взаємозв'язку та взаємодії між місією, цілями та завданнями, використання припущень для зниження ризику, реалізація чотирьох основних напрямів подальшого розвитку діяльності підприємства на основі результатів SWOT-аналізу, врахування особливостей функціонування контрагентів м'ясопереробного підприємства, досягнення між ними взаємозацікавленості в кінцевих результатах, значною мірою сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції м'ясопереробки та ефективності виробництва в цілому.

1.3. Методичні аспекти реалізації стратегій діяльності м'ясопереробних підприємств

Впровадження стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства передбачає створення підстав для найбільш ефективної реалізації його стратегії. Для цього необхідно оформити стратегічні цілі та завдання у вигляді планів, внести відповідні зміни в організаційно-управлінську структуру підприємства, визначити розподіл фінансових ресурсів у планах-бюджетах.

Процес реалізації стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства повинен давати відповідь на запитання: за допомогою яких ресурсів, ким, коли та яким чином можуть бути досягнуті цілі підприємства? Для цього необхідно здійснити перерозподіл фінансово-економічних ресурсів, а також узгодити по строках та виконавцях основні заходи досягнення цілей. Характер дій, який забезпечує ефективність досягнення встановлених цільових параметрів,

залежить від особливостей управління окремого підприємства та може, залежно від обставин, змінюватися. Пропонуємо таку послідовність реалізації стратегії м'ясопереробного підприємства:

- 1) розробка планів;
- 2) адаптація організаційно-управлінської структури підприємства до цілей та завдань прийнятої стратегії його діяльності;
- 3) формування бюджетів.

Першим кроком процесу розробки стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства, на наш погляд, є визначення обсягів виробництва продовольства, а саме продукції переробки м'яса, відповідно до реально можливих потреб. При цьому враховується відповідність між обсягами виробництва сировини, можливостями її ефективної переробки, зберігання продукції, її транспортування і реалізації, відповідність між вартістю кінцевої продукції та платоспроможним попитом на неї.

Звідси можна перерахувати основні критерії для визначення найбільш привабливих стратегічних партнерів м'ясопереробного підприємства, а саме:

- ✓ повне забезпечення потужностей м'ясопереробного підприємства необхідною кількістю якісної сільськогосподарської сировини;
- ✓ реалізація всього обсягу виготовленої продукції у визначений строк;
- ✓ забезпечення поставок сировини та готової продукції в строк;
- ✓ ефективне зберігання сировини та готової продукції;
- ✓ мінімальна відстань між підприємствами, стратегічними партнерами;
- ✓ встановлення ціни на виготовлену продукцію, яка задовольняє всіх учасників стратегічних партнерів та платоспроможний попит на неї.

Слід зазначити, що однією з головних вимог до стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства, є збалансованість натуральних та фінансових показників його діяльності. Насамперед це стосується попиту та пропозиції, доходів та витрат щодо кожного продукту кожної бізнес-стратегії. Інакше кажучи, необхідно додержуватися матеріальних та фінансових балансів. Коли стратегічний план добре продумано, особливо в цьому напрямі, та узгоджено між виробниками та споживачами, підвищується імовірність динамічного розвитку економіки всієї країни. При цьому важливо, щоб витрати на узгодження не перевищували ефект від нього.

Насамперед, на наш погляд, слід визначити та узгодити в процесі складання стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства таке:

✓ натуральні показники попиту та пропозиції, відповідні їм обсяги виробництва, потреби та поставки сировини, кількість працівників та необхідну підготовку кадрів, наявні потужності та їх введення, обсяги продукції для експорту;

✓ фінансові показники доходів та витрат і відповідні їм ціни, тарифи, заробітну плату, орендну плату за основні фонди, ставки оподаткування, мита тощо.

Натуральні та фінансові показники повинні бути скоординовані між собою за детальною номенклатурою продукції та ресурсів підприємства з огляду на перспективу. Визначення натуральних та фінансових показників для стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства повинно передбачати комплексне планування [13, с. 8].

Збалансованість показників стратегічного плану діяльності підприємства можна забезпечити трьома методами планування, а саме: автономним плануванням, плануванням за горизонтальними зв'язками та плануванням по вертикалі. Досягти збалансованості показників стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства можна, на наш погляд, лише двома останніми методами планування, які передбачають, на відміну від першого, взаємне узгодження попиту та пропозиції між постачальниками сировини, виробниками та споживачами, використання посередників, укладання контрактів, що передбачають певні санкції за невиконання умов.

Ефективність балансування в цілому для м'ясопереробного підприємства з використанням названих двох методів, визначається такими основними критеріями:

✓ точністю стратегічного плану, тобто ступенем збігу суми планів-прогнозів пропозиції по всіх стратегічних напрямках діяльності м'ясопереробного підприємства, із сумою потреб (попиту) щодо кожного продукту та ресурсу. Це означає, що підприємства – виробники сировини повинні забезпечувати переробні підприємства необхідною кількістю сировини, для виготовлення певної кількості продукції, якої потребують торговельні підприємства;

✓ витратами часу і коштів на балансування (швидкістю складання стратегічного плану). Добре налагоджені зв'язки між стратегічними партнерами дають змогу скоротити час та фінансові витрати на складання стратегічного плану.

Слід зазначити, що стратегічний план діяльності м'ясопереробного підприємства повинен бути заснований на сильному зворотному зв'язку. Це

означає, що виходячи з кінцевого попиту (торговельні підприємства), визначаються обсяги виробництва продукції (переробні підприємства) та узгоджуються із сировинними зонами (сільськогосподарські підприємства). Тут є дуже доречним застосування горизонтального методу планування, який зміцнює зворотний зв'язок та значно зменшує ступень недозавантаження виробничих потужностей.

Коли потужності здебільшого завантажені, стає ефективним вертикальне планування. Тут, на наш погляд, необхідна обов'язковий прояв регулятивної функції держави, яка повинна встановити ефективні та зрозумілі інструменти регулювання діяльності м'ясопереробних підприємств, що забезпечують ефективність його стратегічного планування. Мова йде не про директивне, а про договірне стратегічне планування, коли держава буде не нав'язувати плани, а координувати їх між собою за допомогою ринкових методів, і, насамперед, цін, які балансують попит та пропозицію.

Для того, щоб стратегічний план діяльності м'ясопереробного підприємства був взаємопогоджений з його стратегічними партнерами, планування діяльності слід будувати на інформації, яка циркулює вертикально в обох напрямках ланцюга «виробництво сировини – переробка – реалізація виготовленої продукції». Процес узгодження попиту і пропозиції, доходів і витрат (у тому числі цін) необхідно проводити ітераційно, у декілька циклів обміну інформацією між усіма рівнями управління м'ясопереробного підприємства.

У літературі можна зустріти різнохарактерні концептуальні схеми планів, які рекомендується розробляти на різних підприємствах. Пропонуємо систему планів, яка, на наш погляд, відповідає характеру діяльності м'ясоперобних підприємств:

✓ базовий стратегічний план описує основний напрямок діяльності підприємства, містить у собі корпоративну стратегію на довгострокову перспективу. Залежно від умов функціонування цей план повинен розроблятися на період від трьох років. Він повинен бути орієнтиром для всіх інших планів. Одночасно виступати обмеженням прийняття рішень виробничими підрозділами підприємства, які стосуються основних напрямів діяльності, для того, щоб не допустити невідповідності цілей окремих підрозділів загальним цілям розвитку підприємства;

✓ тактичні плани розвитку конкретних напрямів діяльності окремих підрозділів. Їх головним змістом повинні бути ділові стратегії, направлені на

зростання, збереження стабільності та посилення конкурентоспроможності. Такі плани повинні складатися на один рік;

✓ оперативні плани повинні регламентувати поточну діяльність відділів та служб для досягнення корпоративної стратегії підприємства в цілому та ділової стратегії підрозділів, до складу яких входять ці відділи. Для більш ефективного контролю та оцінки виконання такі плани потрібно складати щомісяця протягом поточного року;

✓ плани-проекти повинні мати цільовий характер та містити такі самі програми, як і розробка нової продукції, проникнення на нові ринки, проведення масштабної рекламної кампанії, зниження витрат на виробництво, модернізація виробництва, економія енергоресурсів тощо. Програми, у свою чергу, повинні підкріплюватися конкретними проектами, які характеризуються конкретними витратами та певною інвестиційною привабливістю.

Система планів підприємства повинна мати комплексний, послідовний, взаємопов'язаний та водночас індивідуальний характер. Кожний господарський суб'єкт повинен самостійно визначати структуру, зміст, форму планів, а також основні підходи та методи для їх розробки та реалізації, тому що єдиним їх користувачем є безпосередньо підприємство. Винятком є лише бізнес-плани, які розробляються з метою привертання інвесторів або стратегічних партнерів. Ці плани повинні розроблятися як для внутрішнього, так і для зовнішнього користування. Тут існують певні правила, які встановлюються документообігом бізнесу.

Однак розробки системи планів для ефективної реалізації стратегії м'ясопереробного підприємства недостатньо. Необхідно уникнути проблеми невідповідності системи планів та системи управління. Наприклад, розширення сфери господарської діяльності та вихід на нові ринки потребують додаткового персоналу. Та, навпаки, вихід з неперспективних зон господарювання призводить до скорочення кадрів. Звідси виникає необхідність успішного об'єднання загальної стратегії діяльності та способів організаційного управління людськими ресурсами. Тобто слід встановити взаємозв'язок та знайти підпорядкованість між стратегією та основними відповідальними виконавця ми розробленої системи планів. Узгодження стратегії діяльності та організаційного управління м'ясопереробного підприємства повинно мати таке призначення:

1) внесення структурних змін внаслідок зростання або скорочення окремих підрозділів;

2) підвищення ефективності оцінки та контролю над процесом досягнення встановлених цілей та завдань;

3) узгодженість між ресурсами та виконавцями планів, програм та планів-проектів;

4) недопущення протидії та дублювання окремих функцій.

Відповідно до обраної стратегічної поведінки м'ясопереробного підприємства на ринку рекомендується адаптувати організаційно-управлінську структуру відповідно до цілей та завдань прийнятої стратегії з урахуванням таких принципів:

- ✓ забезпечення гнучкого реагування на зміни ринку;
- ✓ вибір оптимального рівня децентралізації управлінських рішень;
- ✓ закріплення за підрозділами підприємства конкретних функцій;
- ✓ персоніфікація відповідальності за організацію та виконання кожного заходу.

Проведені зміни слід закріпити в штатному розписі, положеннях про структурні підрозділи підприємства та посадових інструкціях. Як показує практика, вітчизняні м'ясопереробні підприємства, взагалі, мають функціональні структури управління. Але, на нашу думку, сучасні умови функціонування підприємств в ринковому просторі зумовлюють потребу у використанні структур управління дивізійного типу (за асортиментними групами продукції) як більш досконалого рівня розвитку організації, яка дає змогу вирішити більш широкий спектр завдань, що стоять перед м'ясопереробним підприємством.

Для успішної реалізації стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства, на наш погляд, необхідно створити в його структурі відділ стратегічного розвитку, головною метою якого має бути підвищення ефективності менеджменту шляхом регулювання дій управлінського персоналу окремих підрозділів та підприємства в цілому.

Цілі та завдання стратегічного плану підприємства, які можуть у разі потреби коригуватися, повинні бути основою створення та функціонування відділу стратегічного розвитку. Він повинен забезпечувати управлінську та виробничу ланку повною інформацією на стратегічному рівні: яку, коли, в яких обсягах, з якою собівартістю та якістю виробити продукцію, а також які, для яких періодів планування і за якою ціною можна отримати необхідні ресурси, і головне – кому, на яких умовах, в яких обсягах та за якою ціною можна продати вироблену продукцію, визначаючи таким чином довгострокову договірну основу між стратегічними партнерами.

Пропонуємо до уваги організаційні засади формування відділу стратегічного розвитку діяльності м'ясопереробного підприємства, які відображують підстави для його створення та функціонування, перелік принципів, на яких повинна базуватися його діяльність, та напрями діяльності для забезпечення основної мети його функціонування (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Організаційні засади формування відділу стратегічного розвитку підприємства

Вихідні параметри для стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства повинні визначатися відділом стратегічного розвитку, створеним у його структурі, на основі розгляду альтернативних варіантів залежно від потенційних можливостей ринку, на якому функціонує підприємство, та обраного стратегічного курсу.

Створення в структурі м'ясопереробного підприємства відділу стратегічного розвитку можна вважати вагомою допомогою для реалізації стратегії його діяльності. Збір, обробка й аналіз оперативної та перспективної інформації, її фіксування є, на наш погляд, тим ефективним засобом, який сприяє реалізації стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства, що забезпечить стабільні та взаємовигідні зв'язки між стратегічними партнерами.

На підставі викладених вище пропозицій щодо другого етапу реалізації стратегії діяльності підприємства, а саме – адаптації організаційно-управлінської структури підприємства до цілей та завдань прийнятої стратегії його діяльності, пропонуємо таку організаційно-управлінську структуру м'ясопереробного підприємства (типову для великих м'ясопереробних підприємств) (рис. 1.6).

Запропонована структура м'ясопереробного підприємства має у своєму складі три виробничо-облікові одиниці (підрозділи), які несуть відповідальність за постачання сировини для переробного підприємства, безпосередньо переробку та реалізацію виготовленої переробним підприємством продукції. Як особливий підрозділ у структурі також виділено відділ з наукових досліджень та розробок у зв'язку з посиленням значення нових технологій як фактора економічного розвитку та зростання.

При цьому генеральний директор м'ясопереробного підприємства, директор зі стратегічних питань, з економіки та фінансів, з якості, з кадрів та збуту є координаторами діяльності відділу стратегічного розвитку. На рівні вищого керівництва м'ясопереробного підприємства повинна визначатися загальна корпоративна стратегія діяльності, на рівні підрозділів (з наукових досліджень, з постачання сировини, з переробки сировини, з реалізації готової продукції) – ділові конкурентні стратегії, на рівні відділів кожного з підрозділів (за асортиментними групами продукції) – функціональні стратегії.

Така організаційно-управлінська структура, на наш погляд, надає можливість вищому керівництву м'ясопереробного підприємства сконцентрувати свою увагу на стратегічних питаннях, а підрозділам – на оперативній діяльності, яка пов'язана з підвищенням ефективності виробництва, та отриманні максимально можливого розміру прибутку. Як бачимо зі схеми, організаційно-управлінська структура передбачає постійну безперервну взаємодію між підрозділами м'ясопереробного підприємства, що забезпечить більш тісний зв'язок зі споживачами, дасть змогу швидко реагувати на потреби ринку та його зміни.

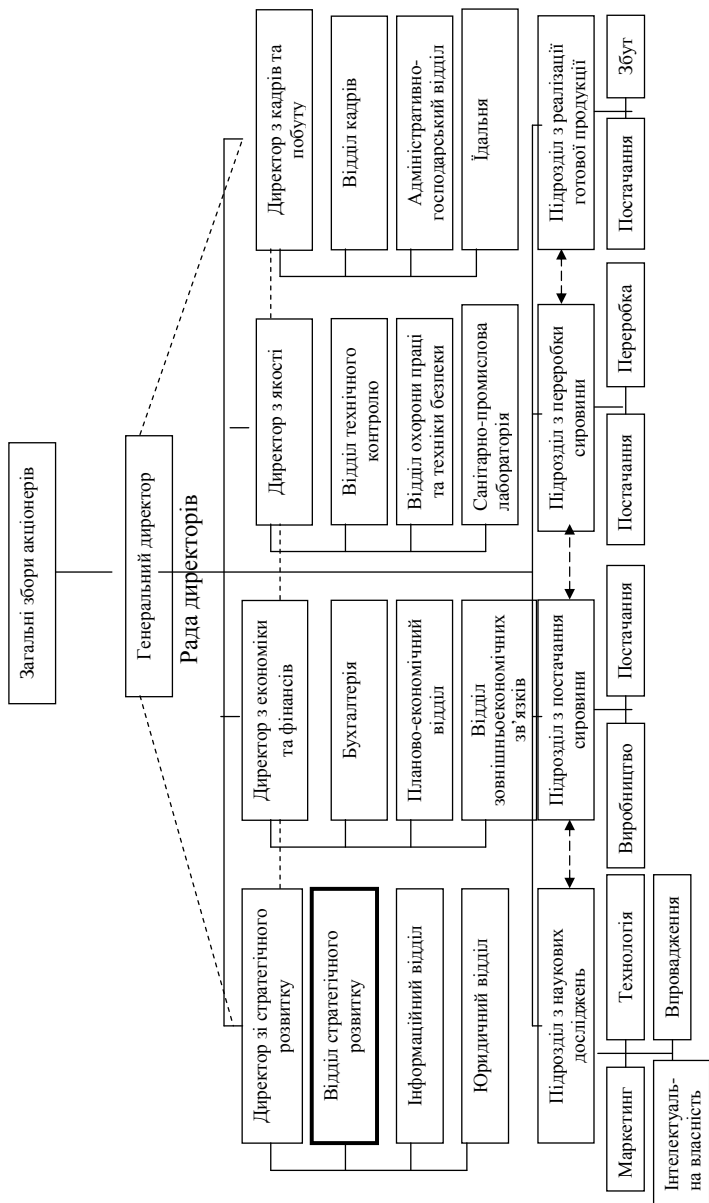


Рис. 1.6. Організаційно-управлінська структура м'ясопереробного підприємства (типова для великих підприємств)

Всі підрозділи, які входять до складу м'ясопереробного підприємства, слід вважати однією стратегічною бізнес-одиницею, яка наділена бізнес-відповідальністю, тобто відповідальністю не лише за прибутки та результати, а й за стратегічний аналіз, конкурентоспроможність, обсяги товарообігу, рівень витрат, ефективність постачань тощо [16].

Створені підрозділи повинні підпорядковуватися безпосередньо вищому керівництву м'ясопереробного підприємства. Тут неможлива суперечність цілей підрозділів загальним цілям розвитку підприємства.

При обґрунтуванні ефективності стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства, який засновано на довгострокових договірних відносинах зі стратегічними партнерами (сировинні та торговельні підприємства) важливе значення, на наш погляд, має порівняльний аналіз управлінських витрат. Для їх оптимізації корисним може бути використання функції такого вигляду:

$$F = \sum_{n=1}^l (A'_n + A''_n) + \sum_{i=1}^m C_i \rightarrow \min, \quad (1.13)$$

де F – очікувані сумарні втрати прибутку і витрати в системі управління в період прийняття та реалізації рішення;

A'_n – очікувані втрати прибутку за одиницю часу, пов'язані з простоями та неефективністю дії n -го локального об'єкта управління, в період очікування управлінських команд (до встановлення довгострокових договірних відносин зі стратегічними партнерами);

A''_n – очікувані витрати, пов'язані з удосконаленням дій (роботи) локального об'єкта управління (після встановлення довгострокових договірних відносин зі стратегічними партнерами, створення відділу стратегічного розвитку);

n – номер локального об'єкта управління;

t – кількість локальних об'єктів управління;

C_i – очікувані витрати за одиницю часу, пов'язані зі створенням та експлуатацією i -ї управлінської ланки в загальній структурі управління;

i – індекс ланки управління;

m – кількість ланок управління.

Здійснення стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства, яке засноване на довгострокових договірних відносинах зі стратегічними партнерами надасть можливість скоротити трансакційні витрати

(витрати, які пов'язані з виконанням угоди: пошук інформації, ведення переговорів та укладення контрактів, контроль за дотриманням умов договорів), що набувають значних розмірів через надмірне збільшення кількості різних посередників, бізнес-структур, які одержують чималі прибутки за рахунок дезінтеграції підприємств.

Одним із способів для визначення ефективності стратегічного плану, створеного на підставі встановлення довгострокових договірних відносин зі стратегічними партнерами, можна вважати показник середньої економії трансакційних витрат для підприємств, які є стратегічними партнерами (E), що розраховується за формулою [24, с. 68]:

$$E = \sum_{i=1}^n \frac{TC(k)}{n} - \frac{\sum_{i=1}^n TC(k) + nTC}{n^2}, \quad (1.14)$$

де $TC(k)$ – трансакційні витрати i -го підприємства в ринковому середовищі, грош. од.;

TC – трансакційні витрати стратегічних партнерів, грош. од.;

n – кількість стратегічних партнерів.

Окремо для м'ясопереробного підприємства, як і для кожного з його стратегічних партнерів, економія трансакційних витрат розраховується за такою формулою:

$$E(k) = TC(k) - \frac{\sum_{i=1}^n TC(k) + nTC}{n^2}. \quad (1.15)$$

Ця математична формула дає змогу кожному стратегічному партнеру оцінити на конкретному прикладі економію трансакційних витрат від співпраці. Але слід зауважити, що, на наш погляд, значення цього показника залежить від ефективності дій відділу стратегічного розвитку м'ясопереробного підприємства, створення якого не потребує великих витрат.

Наступним кроком на шляху реалізації розробленої стратегії діяльності підприємства є формування бюджету. Під бюджетом слід розуміти метод розподілу ресурсів компанії, формалізованих у кількісному вигляді, для досягнення цілей, які також визначені у кількісній формі [17, с. 20]. Іншими словами, бюджет являє собою прогноз майбутніх господарських операцій та їх фінансових результатів.

Тут основні підходи та принципи, які застосовуються для розробки бюджетів, повинні збігатися з принципами організаційного управління. Це означає, що бюджети всіх рівнів необхідно підпорядкувати загальній меті розвитку м'ясопереробного підприємства та не допустити протидії ї

невідповідності фінансового забезпечення одних підрозділів планам інших підрозділів. При цьому необхідно забезпечити високий ступінь обґрунтованості прогнозних грошових сум та їх взаємодію з маркетинговими та виробничими планами м'ясопереробного підприємства. Досягти цього, на нашу думку, можна шляхом впровадження на м'ясопереробному підприємстві стратегічного бюджетування.

Принципова позиція стратегічного бюджетування полягає в тому, що управління м'ясопереробним підприємством та планування його діяльності тільки на підставі фінансових показників є недостатньо ефективним. На це є ряд причин:

1. Фінансові індикатори відображають діяльність підприємства в майбутньому, тобто вони є «повільними» індикаторами, які не спроможні відобразити реальну роботу менеджерів у звітному періоді та забезпечити адекватне керівництво до дії.

2. Надлишковий акцент на досягненні короткострокових фінансових результатів викликає надлишкову увагу до вирішення короткострокових проблем. Інакше кажучи, існує розрив між стратегічною та оперативною діяльністю.

3. Розвиток негативних тенденцій у діяльності може позначитися на виразі фінансових показників не одразу, а коли вже неможливо виправити ситуацію незначними змінами та необхідно вирішувати глобальну проблему виживання підприємства.

Для того, щоб запобігти цьому, необхідно розробити збалансовану систему індикаторів діяльності м'ясопереробного підприємства [23], яка спроможна вирішити завдання стратегічного та тактичного управління підприємством. Основне завдання при цьому – посилення впливу стратегічних факторів діяльності, донесення стратегії до кожного робітника підприємства, забезпечення моніторингу та зворотного зв'язку з метою визначення та генерації організаційних ініціатив всередині структурних підрозділів підприємства.

Система індикаторів діяльності м'ясопереробного підприємства повинна розроблятися за такими сферами:

- 1) фінанси – містить фінансові критерії якості праці, які відображають чи сприяють удосконаленню стратегії підприємства. Фінансові показники повинні бути головним орієнтиром для координації всіх напрямів діяльності підприємства та створення єдиної системи їх оцінювання та управління. Значення фінансових показників м'ясопереробного підприємства повинні

виступати як один з вагомих факторів для привертання уваги з боку сировинних та торговельних підприємств, їх зацікавлення у довгострокових взаємовідносинах. Саме це, на наш погляд, є основною підставою для досягнення цілей м'ясопереробного підприємства й у всіх інших сферах ведення діяльності (табл. 1.3);

2) споживачі – визначає ті сегменти ринку та споживацькі групи, в яких необхідно вести боротьбу з конкурентами. Ця сфера надає можливість м'ясопереробному підприємству визначити основні оціночні характеристики означеного сегмента споживацького ринку: визначити ступінь задоволення попиту споживачів, приваблення нових споживачів, збереження попиту, підвищення рівня прихильності споживачів до даної торговельної марки, а також оцінити ринкову вартість пропозиції – основний показник стану споживацького ринку;

3) внутрішні процеси – передбачає оцінку внутрішньої комерційної діяльності підприємства. Управлінці підприємства повинні визначити господарські операції, які відіграють важливу роль у задоволенні інтересів власників та клієнтів, та розробити програми діяльності виходячи із завдань-орієнтирів та оціночних показників фінансової та споживацької сфери;

4) інтегрований інтелект підприємства – містить цілі та оціночні показники їх досягнення у сфері перенавчання, підвищення кваліфікації кадрів, створення сприятливого клімату в колективі, а також оцінку ефективності інформаційної системи підприємства.

Система індикаторів діяльності підприємства виключно за всіма сферами повинна визначити ті показники, за якими м'ясопереробне підприємство повинно досягти успіху. Оскільки саме фінансові показники повинні бути головним орієнтиром для координації всіх напрямів діяльності м'ясопереробного підприємства та створення єдиної системи їх оцінювання та управління, пропонуємо до уваги основні етапи бюджетного процесу на підприємстві з визначенням основних фінансових розрахункових показників відповідно до кожного етапу (табл. 1.4).

Таблиця 1.3

**Система цілей та показників для планування діяльності
м'ясопереробного підприємства**

Сфера	Цілі	Показники
1. Фінанси	1. Зростання прибутку	Темп зростання, %
	2. Зростання рентабельності продажу	Рівень рентабельності продажу, %
	3. Зростання кількості оборотів власного капіталу	Кількість оборотів за рік, разів
	4. Зменшення вартості позикового капіталу	Середня ставка, %
	5. Зростання вартості власного капіталу	Темп зростання, %
	6. Зростання вартості підприємства *	Різниця між рентабельністю використаного капіталу та його вартістю, %
2. Споживачі	1. Задоволення продажним обслуговуванням	Коефіцієнт задоволення споживачів (опитування)
	2. Наявність повного асортименту товарів та послуг	Втрачений продаж, %
	3. Постійне оновлення асортименту товарів та послуг	Частка продажу нових позицій, %
	4. Розширення меж роздрібної торгівлі	Обсяги продажу через роздрібну мережу, грош. од.
	5. Співпраця з існуючими оптовими клієнтами	Обсяги продажу оптовим клієнтам, грош. од.
	6. Зростання обсягів продажу	Темп зростання, %
	7. Зростання частки ринку	Обсяги продажу, грош. од. Частка на ринку, %
3. Внутрішні процеси	1. Мінімізація витрат на управління	Управлінські витрати на од. товарної продукції, грош. од.
	2. Покращення умов внутрішнього товарообігу	Час руху товарів між складами, годин
	3. Підвищення ефективності облікової системи	Відхилення фактичних строків подачі звітності від планових, діб; визначення помилок
	4. Підвищення якості товарів та послуг	Частка повернення неякісного товару, %
	5. Оновлення обладнання та транспорту	Ступінь зносу та оновлення по кожній групі основних засобів, %
	6. Ефективна система мотивування працівників	Рівень заробітної плати та преміювання робітників, %
4. Інтегрований інтелект	1. Навчання всіх адміністративних робітників передовим технологіям ведення діяльності	Ступінь відповідності кваліфікації робітників встановленим потребам, %
	2. Підвищення рівня кваліфікації торговельного персоналу	Ступінь відповідності кваліфікації торговельних працівників встановленим нормам, %

*Примітка: кінцева ціль діяльності, яка передбачає збільшення активів підприємства за вирахуванням всіх зобов'язань.

При цьому слід зауважити, що на підставі показників таблиці розраховується ряд узагальнюючих показників, які характеризують майбутній фінансовий стан м'ясопереробного підприємства, а саме:

- 1) сума значень 1 та 2-го показників становлять показник валового позитивного грошового потоку з операційної діяльності підприємства;
- 2) сума значень 3-5-го показників показує валовий від'ємний грошовий потік з операційної діяльності (витрати грошових коштів);
- 3) різниця між валовим позитивним грошовим потоком з операційної діяльності підприємства та її валовим від'ємним грошовим потоком становить суму чистого грошового потоку з операційної діяльності;
- 4) сума значень 6-9-го показників показує валовий позитивний грошовий потік з інвестиційної діяльності (надходження грошових коштів);
- 5) сума значень 10-14-го показників показує валовий від'ємний грошовий потік з інвестиційної діяльності (витрати грошових коштів);
- 6) різниця між валовим позитивним грошовим потоком з інвестиційної діяльності підприємства та її валовим від'ємним грошовим потоком становить суму чистого грошового потоку з інвестиційної діяльності;
- 7) сума значень 15-18-го показників показує валовий позитивний грошовий потік з фінансової діяльності (надходження грошових коштів);
- 8) сума значень 19-21-го показників показує валовий від'ємний грошовий потік з фінансової діяльності (витрати грошових коштів);
- 9) різниця між валовим позитивним грошовим потоком з фінансової діяльності підприємства та її валовим від'ємним грошовим потоком становить суму чистого грошового потоку з фінансової діяльності.

Таблиця 1.4

Характеристика етапів бюджетного процесу на м'язопреробному підприємстві

Етап	Зміст	Планові показники
I	Прогнозування надходжень та витрат грошових коштів щодо операційної діяльності підприємства як підстави для розробки планових показників діяльності підприємства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сума надходження грошових коштів від реалізації продукції. 2. Інші надходження грошових коштів в процесі операційної діяльності. 3. Витрати грошових коштів на виробництво та реалізацію продукції (без амортизаційних відрахувань). 4. Податки та збори з доходів (що входять у ціну продукції). 5. Податки та збори з прибутку
II	Розробка планових показників надходження та витрат грошових коштів щодо інвестиційної діяльності підприємства (з урахуванням чистого грошового потоку по його операційній діяльності)	<ol style="list-style-type: none"> 6. Надходження грошових коштів від реалізації основних засобів та нематеріальних активів. 7. Надходження грошових коштів від реалізації довгострокових фінансових інструментів інвестиційного портфеля. 8. Надходження грошових коштів від реалізації власних акцій, які було викуплено раніше. 9. Сума дивідендів та відсотків за довгостроковими фінансовими інструментами інвестиційного портфеля. 10. Придбання основних засобів. 11. Приріст незавершеного капітального будівництва. 12. Придбання нематеріальних активів. 13. Придбання довгострокових фінансових інструментів інвестиційного портфеля. 14. Придбання власних акцій.
III	Розрахунок планових показників надходження та витрат грошових коштів щодо фінансової діяльності підприємства, яка повинна забезпечувати джерела зовнішнього фінансування його операційної та інвестиційної діяльності в майбутньому (визначений період)	<ol style="list-style-type: none"> 15. Власний акціонерний або пайовий капітал, що додатково залучається з зовнішніх джерел. 16. Додатково залучені довгострокові кредити та позики. 17. Додатково залучені короткострокові кредити та позики. 18. Надходження засобів у вигляді цільового фінансування. 19. Сплата основного боргу по довгострокових кредитах та позиках. 20. Сплата основного боргу по короткострокових кредитах та позиках. 21. Сплата дивідендів (відсотків) власникам (акціонерам) підприємства.
IV	Прогнозування валового та чистого грошових потоків, а також динаміки залишків грошових коштів у цілому по підприємству	<ol style="list-style-type: none"> 22. Залишок грошових коштів на початок планового періоду. 23. Валовий позитивний грошовий потік (надходження грошових коштів). 24. Валовий від'ємний грошовий потік (витрати грошових коштів). 25. Чистий грошовий потік. 26. Залишок грошових коштів на кінець планового періоду.

Ми вважаємо, що запропонована система фінансових показників, які відображають планування діяльності м'ясопереробного підприємства за всіма напрямками формування його грошових потоків, є підставою для розробки стратегічного бюджету м'ясопереробного підприємства.

Бюджет допомагає не тільки планувати діяльність, а й слідкувати за ефективністю виконання робіт та отриманням прибутку в підрозділах. На початку звітного періоду бюджет – це просто план, а в кінці – повинен виконувати роль вимірювача, який дає змогу порівняти отримані результати із запланованими з метою покращення подальшої діяльності. Іншими словами, бюджет повинен виконувати функції планування стратегії та контролю за її реалізацією, а також оцінку досягнутих стратегічних орієнтирів та аналізу шляхів покращення використання ресурсів для майбутніх стратегій.

Етап впровадження бюджетування на підприємстві є дуже важким і повинен відбуватися таким чином.

На підставі аналізу структури та бізнес-процесів визначаються підрозділи м'ясопереробного підприємства, по яких будуть складатися окремі бюджети, а також порядок консолідації бюджетів окремих підрозділів у загальний бюджет підприємства. Кожен центр відповідальності повинен складати свій бюджет (або систему бюджетів) та відслідковувати його виконання (рис 1.7).

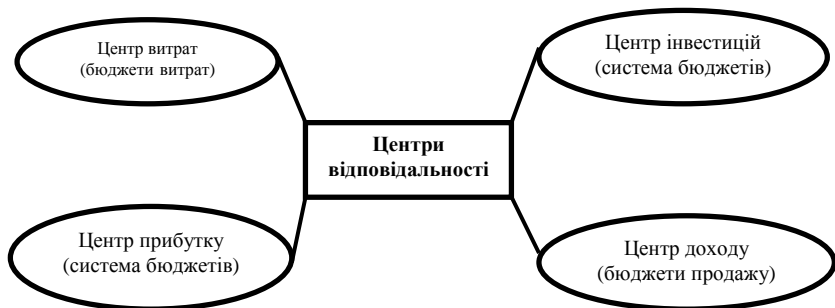


Рис. 1.7. Центри відповідальності, що беруть участь у бюджетному процесі

Так, відповідно до запропонованої організаційно-управлінської структури м'ясопереробного підприємства (рис. 1.6), вважаємо, що зазначені центри відповідальності (рис. 1.7) повинні бути в кожному з підрозділів м'ясопереробного підприємства. При чому стосовно діяльності підрозділів з постачання сировини, її переробки та реалізації готової продукції бюджети повинні складатися для кожної асортиментної групи товарів.

Що стосується підрозділу з наукових досліджень, то бюджети повинні складатися по кожному окремому напрямку дослідження. При цьому м'ясопереробне підприємство повинно виступати в ролі центру повної фінансової відповідальності, що відповідає за результати своєї діяльності, грошові потоки, складання прогнозного балансу та прогнозного звіту про прибутки.

Особливу роль у вирішенні організаційної проблеми бюджетування має бюджетний комітет, який повинен складатися з двох груп спеціалістів. Перша група повинна нести постійну відповідальність за всю роботу щодо бюджетування. До її складу мають входити робітники фінансової служби м'ясопереробного підприємства, бюджетного управління (для великих підприємств) та планово-економічного відділу.

Друга група повинна складатися з ключових менеджерів підприємства, кожен з яких повинен відповідати за свою окрему предметну галузь діяльності. Ці члени бюджетного комітету повинні брати участь у процесі бюджетування тоді, коли приймаються бюджети (на місяць, квартал або рік), а також коли необхідно проводити аналіз виконання бюджетів, що були прийняті раніше, після закінчення планового періоду.

Головою бюджетного комітету повинен бути або голова виконавчої влади м'ясопереробного підприємства, або голова правління. Фінансовий директор має бути технічним керівником робіт з бюджетування та володіти повною мірою владою й відповідальністю за своєчасну та якісну реалізацію бюджетного процесу.

Для того, щоб забезпечити єдність рішень та виконання, передбачити можливі помилки та недоробки, своєчасно визначити відхилення від встановленого напрямку та досягти поставлених завдань у визначені строки, необхідно забезпечити на м'ясопереробному підприємстві ефективну систему контролю на всіх стадіях процесу стратегічного планування.

Головною метою контролю повинно бути визначення внутрішніх резервів, які дають змогу покращити діючу систему прийняття рішень, та пошук шляхів підвищення ефективності управління підприємством.

У літературі наявні такі основні методи контролю, як попередній, спрямовуючий та заключний [33]. Попередній контроль полягає у встановленні правильності формулювання цілей та стратегій.

Після стадії попереднього контролю настає стадія переходу до оперативного управління, яка передбачає управління реалізацією стратегії з урахуванням неочікуваних змін, які здійснюються дуже швидко і не можуть

бути миттєво враховані при розробці стратегічного плану. При цьому необхідно використовувати метод спрямовуючого контролю від початку практичного здійснення рішення до його заключного етапу.

Коли стратегічний план вважається виконаним здійснюється заключний контроль за отриманими результатами, який має бути націлений на оцінку та аналіз ефективності досягнення поставлених цілей та завдань. Залежно від результатів цього аналізу процес стратегічного планування повинен або повернутися на стадію постановки завдань для внесення коригувань, або перейти на наступний рівень розвитку для розробки нової стратегічної поведінки.

Отже, на наш погляд, реалізація стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства шляхом послідовного виконання визначених етапів, а саме розробки планів, проведення змін організаційно-управлінської структури підприємства, формування бюджетів та забезпечення на підприємстві ефективної системи контролю, з урахуванням запропонованих нами їх корегувань, надасть змогу зробити це більш швидко та досконало.

1.4. Обґрунтування вибору варіанта стратегічного плану діяльності підприємства

Виходячи з того, що стратегічний план діяльності підприємства повинен містити у собі реалізацію чотирьох основних напрямів його подальшого розвитку, процес розробки стратегії підприємства повинен враховувати, як мінімум, чотири стратегічні альтернативи (п. 1.2). При цьому зберігається принцип: результатом реалізації стратегічного плану діяльності підприємства є поступове досягнення всіх встановлених цілей. Це не означає, що кожний альтернативний варіант повинен бути спрямований на досягнення лише якоїсь однієї цілі. Можливо, що запропоновані альтернативи призведуть до виконання декількох встановлених підприємством цілей.

Основним завданням тут, на наш погляд, повинно бути створення інструментальних засобів, які дають змогу визначити, проаналізувати, оцінити ринковий потенціал підприємства та здійснити процес стратегічного планування на підприємстві на підставі оцінки рівня використання цього потенціалу.

Вихідними положеннями при цьому є: розрахунок внутрішнього потенціалу підприємства та представлення даних як параметрів внутрішнього середовища підприємства; формування багатьох стратегічних альтернатив на

підставі аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, розробка стратегії підприємства, прогноз зміни рівня використання потенціалу підприємства в умовах реалізації даної стратегії.

Розрахунок внутрішнього потенціалу підприємства (*ВПП*) у вигляді даних, що є параметрами його внутрішнього середовища, пропонуємо за такою методикою.

ВПП – це можливість підприємства щодо використання сукупності ресурсів, які є в його розпорядженні, яка обумовлена умовами відтворення, тобто зумовлена можливістю. У вигляді математичного виразу це можна представити таким чином:

$$ВПП = \sum_{i=1}^n K_i * P_i * \Pi_i, \quad (1.16)$$

де *n* – види ресурсів підприємства;

K_i – коефіцієнт співвідношення ресурсів;

P_i – кількість ресурсу визначеного виду;

Π_i – якість ресурсу визначеного виду.

Коефіцієнт у формулі співвідносить елементи внутрішнього потенціалу та призводить їх до деякого єдиного вимірювання. Ми вважаємо, що універсальною одиницею виміру, яка підходить для співвідношення всіх видів ресурсів підприємства є їх грошове визначення.

Так, наприклад, відповідно до формули (1.16), необхідно визначити внутрішній потенціал підприємства в галузі матеріальних ресурсів. У цьому випадку він буде дорівнювати сумі добутків вартості одиниці матеріальних ресурсів визначеного виду (*K_i*), кількості ресурсу визначеного виду в натуральному виразі (*P_i*) та фактичній нормі витрат визначеного ресурсу для виготовлення одиниці продукції підприємства (*Π_i*).

Наступний приклад пояснює розрахунок *ВПП* в галузі трудових ресурсів. Так, внутрішній потенціал трудових ресурсів підприємства дорівнює сумі добутків розміру оплати праці однієї людини-години для виконання визначеного виду робіт (*K_i*), фактичної кількості робітників для виконання визначеного виду робіт (*P_i*) та трудомісткості цієї роботи (*Π_i*).

Аналогічним чином визначається *ВПП* по всіх видах його діяльності, відповідно до кожного визначеного виду ресурсу, яким володіє підприємство.

Ринковий потенціал підприємства (*РПП*) – це можливість підприємства щодо управління його стратегічними ресурсами на певних етапах свого розвитку з метою ефективної взаємодії з ринком. Кожне підприємство володіє ринковим потенціалом, але не всі використовують його на *100%*.

Розрахунок *РПП* можна здійснювати також на підставі формули (1.16), але при цьому необхідно враховувати не фактичні показники діяльності підприємства, а планові показники, які було встановлено з урахуванням впливу чинників зовнішнього середовища на його діяльність та визначення можливостей підприємства, на використання яких (можливо поступове) воно повинно спрямовувати свою діяльність (стратегічне планування діяльності підприємства).

Рівень використання ринкового потенціалу (*РВРП*) – це спосіб управління ресурсами підприємства з метою ефективної взаємодії з ринком на деякий момент часу. Тобто це зіставлення фактичної діяльності підприємства з існуючими можливостями, які виникають у його ринковому середовищі. *РВРП* може мати значення від *0* до *100%*.

Якщо *РВРП* підприємства менший за *100%*, це означає, що підприємство не повністю використовує свої ринкові можливості. У разі, коли *РВРП* підприємства дорівнює *100%*, це означає, що *РПП* = *ВПП*. Досягти цього дуже важко, але необхідно намагатися це зробити.

Основними складовими ринкового потенціалу як елементу стратегічного планування, на наш погляд, є ресурси, система управління і стратегічного планування підприємства та маркетинг. Вони охоплюють всі основні стратегічні компоненти підприємства, які дають змогу досягати поставлених цілей.

В управлінському блоці формулюється місія, розробляється стратегія подальшого розвитку, визначаються цілі. Реалізація встановлених цілей повинна здійснитися за рахунок ресурсів, які є на підприємстві (трудові, інформаційні, фінансові, матеріальні).

Маркетинговий блок відображає діяльність персоналу: аналітичну (A_{∂}), виробничу (B_{∂}), комунікаційну (K_{∂}). Таким чином, визначенням *РПП* поєднуються не тільки ресурси, а й методи, застосування яких дає змогу найбільш ефективно використовувати ринкові можливості підприємства.

Для розрахунку *РВРП* необхідно впорядкувати складові дані та визначити взаємозв'язки між компонентами. Ресурси є предметом управлінської та маркетингової діяльності. Таким чином, визначаються два напрями аналізу ринкового потенціалу підприємства: аналіз маркетингової діяльності в галузі

ресурсів та аналіз управлінської діяльності в галузі ресурсів (перший рівень декомпозиції).

Потенціал маркетингової діяльності, в свою чергу, складається з потенціалів аналітичної, виробничої та комунікаційної діяльності; а потенціал управлінської діяльності – з потенціалів планової, організаційної, мотиваційної та контрольної діяльності (другий рівень декомпозиції) (рис. 1.8).



Рис. 1.8. Складові ринкового потенціалу підприємства

Наступний рівень декомпозиції повинен бути представлений складовими попереднього рівня. Таким чином третій рівень декомпозиції ринкового потенціалу підприємства повинен бути представлений окремими видами ресурсів в межах кожної зазначеної складової другого рівня декомпозиції. Останній, четвертий, рівень декомпозиції повинен базуватися на предметах діяльності в межах складових третього рівня.

Так, наприклад, на четвертому рівні потенціал аналітичної діяльності в галузі трудових ресурсів може бути представлений потенціалами предметів аналітичної діяльності в галузі трудових ресурсів. Це може бути аналіз впливу різних факторів на виробіток працівників, аналіз формальної та неформальної

взаємодії робітників різних рівнів ієрархії, аналіз організаційної структури тощо.

Після визначення всіх складових *РПП* постає завдання їх оцінки, тобто оцінки потенціалу кожної складової *РПП*. Оскільки просте арифметичне додавання потенціалів складових *РПП* є некоректним, необхідно використовувати вагові коефіцієнти (K_{θ}), які відображають рівень вагомості складових *РПП* в ринковій діяльності підприємства, що можуть мати значення від 0 до 1. Наприклад, для якогось підприємства аналітична діяльність має більший вплив на ефективність маркетингової діяльності, ніж комунікаційна та виробнича. Таке саме значення мають вагові коефіцієнти для складових інших рівнів декомпозиції. Так, наприклад, аналітична діяльність у галузі фінансових ресурсів може мати більше значення в маркетинговій діяльності підприємства, ніж аналітична діяльність у галузі інформаційних ресурсів.

Таким чином, потенціал маркетингової діяльності ($ПМ_{\theta}$) розраховується як сума добутків рівня використання потенціалу аналітичної діяльності ($РВПА_{\theta}$) та коефіцієнта її вагомості ($K_{\theta}A_{\theta}$), виробничої діяльності ($РВПВ_{\theta}$) та коефіцієнта її вагомості ($K_{\theta}B_{\theta}$), комунікаційної діяльності ($РВПК_{\theta}$) та коефіцієнта її вагомості ($K_{\theta}K_{\theta}$):

$$ПМ_{\theta} = РВПА_{\theta} * K_{\theta}A_{\theta} + РВПВ_{\theta} * K_{\theta}B_{\theta} + РВПК_{\theta} * K_{\theta}K_{\theta}. \quad (1.17)$$

У свою чергу, потенціал управлінської діяльності ($ПУ_{\theta}$) розраховується як сума добутків потенціалу підприємства в галузі планування ($РВПП_{\theta}$) та коефіцієнта його вагомості ($K_{\theta}П_{\theta}$), організаційної діяльності ($РВПО_{\theta}$) та коефіцієнта її вагомості ($K_{\theta}O_{\theta}$), мотиваційної діяльності ($РВПМ_{\theta}$) та коефіцієнта її вагомості ($K_{\theta}M_{\theta}$), контрольної діяльності ($РВПК_{\theta}$) та коефіцієнта її вагомості ($K_{\theta}K_{\theta}$):

$$ПУ_{\theta} = РВПП_{\theta} * K_{\theta}П_{\theta} + РВПО_{\theta} * K_{\theta}O_{\theta} + РВПМ_{\theta} * K_{\theta}M_{\theta} + РВПК_{\theta} * K_{\theta}K_{\theta}. \quad (1.18)$$

Аналогічно визначаються формульні вирази складових всіх рівнів. Таким чином, враховуються всі фактори, які мають вплив на потенціал підприємства.

Оскільки в роботі досліджуються процеси забезпечення ефективної виробничо-господарської діяльності м'ясопереробних підприємств Запорізької області в мінливих умовах ринкового середовища, було проведено розрахунок *РВРП* діяльності представників різних груп підприємств, що відрізняються за розмірами (великі, середні, малі), за запропонованою методикою та оцінку їх

ринкового потенціалу, шляхом аналізу їх виробничо-господарської діяльності та застосування методу експертних оцінок провідними спеціалістами цих регіональних підприємств.

Для цього було сформульовано основні тенденції розвитку підприємств відповідно до стратегії ведення їх виробничо-господарської діяльності, а саме: основні тенденції у сфері маркетингу, управлінської діяльності, ресурсів підприємства, технології виробництва та його ефективності, інноваційної діяльності, а також динаміку та напрям змін у кожній з сфер (зменшення або зростання показників, різка або поступова зміна).

Графічне зображення рівня використання ринкового потенціалу м'ясопереробних підприємств Запорізької області подано на рис. 1.9, 1.10.

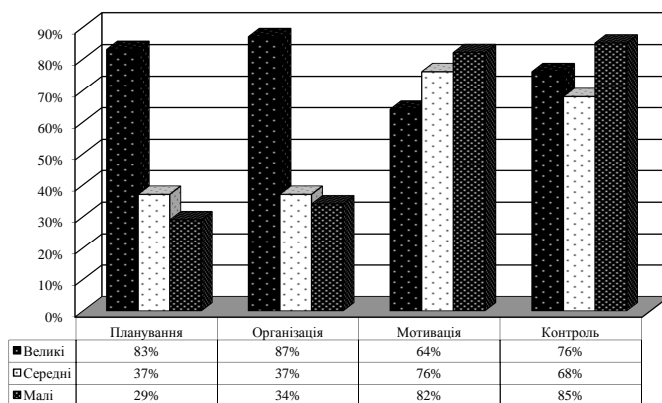


Рис. 1.9. Рівень використання потенціалу управлінської діяльності м'ясопереробних підприємств

На підставі аналізу зовнішнього середовища та рівня використання ринкового потенціалу м'ясопереробними підприємствами Запорізької області сформульовано два основні стратегічні напрями їх подальшого розвитку:

1) стратегія раціоналізації виробництва та збута на основі лідування за витратами на конкурентному ринку (намагання підприємства домінувати на достатньо широкому ринковому просторі за рахунок високого внутрішнього виробітку, низьких витрат виробництва та, відповідно, низької ціни виробленої продукції);

2) товарна експансія на основі диференціації (обмеження асортименту та обсягу виробництва продукції при одночасному підвищенні її якості та виробництві нових видів продукції).

Планування показників, які лежать в основі визначення рівня використання ринкового потенціалу підприємства, на нашу думку, становлять основу розробки стратегічного плану діяльності підприємства. Саме тому рівень використання ринкового потенціалу, який забезпечує кожен з розроблених альтернативних варіантів стратегічного плану, повинен бути критерієм вибору за визначеними умовами.

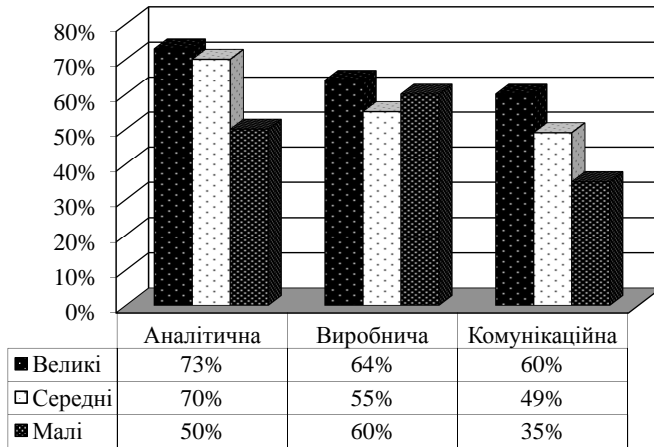


Рис. 1.10. Рівень використання потенціалу маркетингової діяльності м'ясопереробних підприємств

В процесі стратегічного планування та формування стратегій щодо основних напрямів діяльності підприємства необхідно для кожного варіанту (комбінації стратегічних рішень) спрогнозувати величину ринкового потенціалу. Комбінація стратегічних рішень (варіант стратегічного плану), яка забезпечує максимальний розмір рівня використання ринкового потенціалу, є найкращою. При цьому кожен стратегічний варіант повинен містити дерево стратегій, починаючи з корпоративної та закінчуючи стратегіями підрозділів підприємства.

Прогнозування ринкового потенціалу може відбуватися з використанням якісних методів прогнозування, таких як експертний метод, метод побудови сценаріїв. Побудовою прогнозного значення *РВРП* повинен займатися відділ маркетингу з використанням експертних оцінок керівників підрозділів або

провідних спеціалістів підприємства. Розрахунок та прогнозування рівня використання ринкового потенціалу підприємства необхідно здійснювати кожного разу, коли підприємство приймає стратегічно важливі рішення, які, в свою чергу, повинні сприяти зростанню його ринкового потенціалу. Таким чином, для сучасного підприємства вивчення власної структури ринкового потенціалу є необхідним етапом стратегічного аналізу.

Після розробки альтернативних варіантів керівництво підприємства повинно їх якісно проаналізувати та визначити, чи це є остаточний варіант, чи щось необхідно доробити. Пропонуємо такі критерії оцінки альтернативних варіантів стратегічного плану діяльності підприємства:

1. Кількість варіантів максимально можлива. При цьому вважається, що чим більше варіантів, тим менша імовірність, що підприємство втратить найбільш сприятливу можливість.

2. Необхідно визначити, чи всі варіанти були враховані. Яка ймовірність того, що якісь альтернативи залишилися непоміченими.

3. Альтернативні варіанти повинні бути незалежними один від одного. Інакше буде порушено принцип альтернативності.

4. Запропоновані альтернативи повинні бути чітко направлені на досягнення поставлених цілей.

При умові, що розроблені варіанти стратегічних альтернатив не відповідають хоча б одному з перерахованих параметрів, необхідно здійснити зворотний зв'язок, тобто повернутися до розробки альтернативних варіантів згідно з вказаними параметрами. Пропонуємо схематичне зображення процесу визначення найкращого варіанта стратегічного плану на підставі оцінки рівня використання ринкового потенціалу підприємства (рис. 1.11).

Безпосередній вплив на формування стратегічних альтернатив, на наш погляд, мають тільки фактори внутрішнього середовища підприємства, а саме: знання та досвід керівництва та співробітників підприємства, здібності яких реалізуються при формуванні альтернативних варіантів. Чим гірша якість цих факторів, тим нижча якість стратегічних альтернатив.

У процесі розробки альтернативних варіантів крім керівництва підприємства повинні бути залучені й інші працівники підприємства. Тільки в цьому випадку альтернативні варіанти стратегічного плану будуть відповідати визначеним вимогам.

Досвід стратегічного планування діяльності підприємства показує, що відокремити процес розробки альтернативних варіантів стратегічного плану від процесу вибору одного з них дуже важко. Слід зазначити, що на практиці ці два

процеси відбуваються одночасно і не піддаються відокремленню, оскільки обидва процеси містять безпосередню аналітичну роботу над стратегічними альтернативами. Робота ця дуже трудомістка, та від того, наскільки вона повно та якісно проведена, залежить якість кінцевого рішення керівництва стосовно вибору генерального стратегічного плану діяльності підприємства.



Рис. 1.11. Схема визначення найкращого варіанта стратегічного плану на підставі оцінки рівня використання ринкового потенціалу підприємства (RVPII)

1. Постановка завдання повинна бути сполучним елементом, який пов'язує процес планування та реалізації стратегії і передбачає кількісну конкретизацію цілей м'ясопереробного підприємства з уточненням способів та строків їх досягнення для кожного рівня: корпоративного, ділового, функціонального.

2. Результатом здійснення стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства є зниження ризику, що можливо тільки завдяки ретельному аналізу. В першу чергу, пропонується визначити припущення, на

яких засновано план, та використати ці припущення для вирішення проблеми ризику. Добре зроблені припущення можуть допомогти при оцінці того ризику, з яким зіткнеться підприємство, та знизити або ліквідувати цей ризик. Вважаємо за доцільне обґрунтування прогнозних параметрів системи «собівартість – ціна» та оцінку ступеня економічного ризику, який виникає в результаті впливу факторів зовнішнього середовища, як одну з підстав стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства, на підставі математичного методу, що враховує тенденції попереднього періоду, та методу експертних оцінок, який передбачає аналітичну обробку інформації спеціалістами галузі.

3. Сучасний стан відносин м'ясопереробних підприємств зі своїми контрагентами викликає необхідність внесення принципових змін, які обов'язково необхідно враховувати в процесі розробки стратегії їх діяльності. При цьому обов'язковою умовою є взаємозацікавленість в успіху, досягнення якої можливе шляхом створення довгострокових договірних відносин між м'ясопереробними підприємствами та його контрагентами. Довгострокова договірна основа надасть можливість отримати переваги від більш масштабних операцій на ринку без значного зростання ризику або потреби у великих розмірах інвестицій. Другою обов'язковою умовою є забезпечення високого рівня менеджменту при роботі всіх складових ланцюга. Угода між підприємствами повинна охоплювати не тільки ринкову діяльність, а й технологічну та фінансову політику. Переважну роль при функціонуванні вищевказаного ланцюга, повинно мати переробне підприємство як його центральна ланка. Запропоновано обґрунтування ефективності стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства, який засновано на довгострокових договірних відносинах зі стратегічними партнерами, на підставі порівняльного аналізу управлінських та трансакційних витрат, в основу якого покладено їх розмір у грошовому визначенні до та після впровадження стратегічного планування.

4. Реалізацію стратегії діяльності м'ясопереробного підприємства пропонується здійснювати за такою послідовністю: розробка планів; адаптація організаційно-управлінської структури підприємства до цілей та завдань прийнятої стратегії його діяльності; формування бюджетів. Щодо першого її етапу – запропоновано систему планів, яка відповідає характеру діяльності м'ясоперобних підприємств, а саме: базовий стратегічний план, який описує основний напрямок діяльності підприємства, містить у собі корпоративну стратегію на довгострокову перспективу; тактичні плани розвитку конкретних

напрямів діяльності окремих підрозділів; оперативні плани, які регламентують поточну діяльність відділів та служб для досягнення корпоративної стратегії підприємства в цілому та ділової стратегії підрозділів, до складу яких входять ці відділи; плани-проекти, які мають цільовий характер та містять такі програми, як розробка нової продукції, проникнення на нові ринки, проведення масштабної рекламної кампанії, зниження витрат на виробництво, модернізація виробництва, економія енергоресурсів тощо. На другому етапі – створити відділ стратегічного розвитку з метою підвищення ефективності менеджменту шляхом регулювання дій управлінського персоналу окремих підрозділів та підприємства в цілому. Вихідні параметри для стратегічного плану діяльності м'ясопереробного підприємства повинні визначитися відділом стратегічного розвитку на основі розгляду альтернативних варіантів залежно від потенційних можливостей ринку, на якому функціонує підприємство, та обраного стратегічного курсу. На третьому етапі – розробити збалансовану систему індикаторів діяльності м'ясопереробного підприємства, яка спроможна вирішити завдання стратегічного та тактичного управління підприємством та охоплювати, крім загальновідомої фінансової сфери, яка є підставою для розробки стратегічного бюджету підприємства, ще такі: споживачі, внутрішні процеси та інтегрований інтелект підприємства. Відповідно до запропонованих сфер розроблено приклад системи цілей та показників для планування та характеристику етапів бюджетного процесу на підприємстві з уточненням фінансових показників щодо кожного етапу.

5. Для того, щоб забезпечити єдність рішень та виконання, передбачити можливі помилки та недоробки, своєчасно визначити відхилення від встановленого напрямку та досягти поставлених завдань у задані строки пропонується забезпечити на м'ясопереробному підприємстві ефективну систему контролю на всіх стадіях процесу стратегічного планування. Головною метою контролю повинно бути визначення внутрішніх резервів, які дають змогу покращити діючу систему прийняття рішень, та пошук шляхів підвищення ефективності управління підприємством.

6. Оптимізація процесу стратегічного планування полягає у визначенні найкращого, за певними критеріями, варіанта стратегічного плану із сукупності можливих альтернатив. Пропонується вважати такими критеріями внутрішній потенціал підприємства (ВПП) та ринковий потенціал підприємства (РПП), на підставі яких можливий розрахунок рівня використання ринкового потенціалу (РВРП) підприємства. Вихідними положеннями при цьому є: розрахунок внутрішнього потенціалу підприємства та представлення даних як параметрів

внутрішнього середовища підприємства; формування багатьох стратегічних альтернатив на підставі аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища; розробка стратегії підприємства; прогноз зміни рівня використання потенціалу підприємства в умовах реалізації даної стратегії.

Список використаних джерел

1. Аакер Д. А. Стратегическое рыночное управление: Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / Д. А. Аакер : [пер. с англ.]. С.Пб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Андреева Л. О. Удосконалення методичного забезпечення розробки стратегії діяльності підприємства / Л. О. Андреева // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2011. - №1 (13).– С. 14-21.
3. Андреева Л. О. Стратегічне планування – фундамент довгострокового бізнесового благополуччя / Л. О. Андреева // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2011. - № 4– С. 32-41.
4. Андреева Л. О. Системний аналіз організації / Л. О. Андреева // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. – № 2 (18), том 5. – с. 7-14 (374 с.)
5. Андреева Л. О. Моделювання роботи економічного механізму маркетингу / Л.О. Андреева // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. – № 2 (18), том 5. – с. 7-14.
6. Андреева Л. О. Теоретичні аспекти ефективності маркетингової діяльності підприємства / Л. О. Андреева // Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств [матеріали II міжнародної науково-практичної інтернет-конференції]. – Львів: ЛНАУ, 2013. – с.14-17.
7. Андреева Л. О. Ідентифікація стратегічної поведінки сільськогосподарських підприємств / Л. О. Андреева // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / за ред. М.Ф. Кропивка. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013 – с.24-27.

8. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф: [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
9. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф: . – С.Пб.: ПитерКом, 1999. – 416 с.
10. Аткина Н. А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала предприятия / Н. А. Аткина, В. Л. Хантина, В. Е. Попов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 2. – С. 3-12.
11. Багриновский К. А. Основы согласования плановых решений / К. А. Багриновский . – М.: Наука, 1977. – 304 с.
12. Белошапка В. А., Загорий Г. В. Стратегическое управление: принципы и международная практика / В. А. Белошапка, Г. В.Загорий; под ред. В. А. Белошапки. – К.: Абсолют-В, 1998. – 352 с.
13. Беседін В. Ф. Прогнозування і розробка програм (методичні рекомендації) / В.Ф. Беседін. – К.: Науковий світ, 2000. – 468 с.
14. Беседін В. Створення, становлення та трансформування системи планування в Україні / В.Ф. Беседін // Економіка України. – 2002. – № 5. – С. 4-9.
15. Бодди Д. Основы менеджмента / Д. Бодди, Р.Пейтон. – С.Пб., 1999. – 816 с.
16. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство. Возможности для будущего процветания / Х. Виссема: [пер. с англ.]. – М.: Финпресс, 2000 – 271 с.
17. Гончаров В. Д. Методические основы маркетинга на перерабатывающем предприятии / В. Д. Гончаров // Экономика с-х и перерабатывающих предприятий. – 2000. – № 6. – С. 19-22.
18. Горячек І. Стратегічне планування як функція менеджменту / І. Горячек // Економіка, фінанси, право. – 2000. – № 2. – С. 16-20.
19. Гевко І. Б. Операційний менеджмент: навч. пос. / І. Б. Гевко. – К: Кондор, 2005.– 228 с.
20. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І.З. Должанський. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
21. Економіка підприємства: підручник / М. Г. Гришак, В. М. Колот, А. П. Наливайко [та ін.], [за заг. ред. С. Ф. Покропивного]. – [2 – е вид., доп.]– К.: КНЕУ, 2001.-528 с.
22. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування / А. М. Єріна: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 170 с.
23. Ефремов В. С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. / В. С. Ефремов – М.: Финпресс, 2001. – 240 с.

24. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп-бизнес, 2004. – 245 с.
25. Каплун М. С. Механізм функціонування координаційного центру в агропромислових формуваннях / М. С. Каплун, В. М. Заболотній // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 66-70.
26. Клименко С.М. Обґрунтування господарських рішень і оцінка ризиків: [навч. посіб. для самостійного вивчення дисципліни.] /С.М.Клименко, О.С. Дуброва. - К.: КНЕУ, 2006.- 188 с.
27. Мескон М.Х. Основы менеджмента: навч. посіб. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. Пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.
28. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку [Текст]: монографія. / А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
29. Наливайко А. П. Еволюція теорії стратегії підприємства / А.П. Наливайко // Економіка України. – 2002. – № 1. – С. 24-29.
30. Свободин В., Свободина М. Маржинальний анализ эффективности производства // АПК: экономика и управление. – 2001. – № 11. – С. 65-72.
31. Смолін І.В. Конкурентоспроможність підприємств: навч. посіб. / І.В. Смолін. Київський національний торговельно-економічний ун-т. – К., 2006. – 204с.
32. Федоренко А. Застосування математичних моделей у стратегічному управлінні підприємством. / А. Федоренко // Ринок ЦП. - 2006. - №3. – С. 55 - 68.
33. Хасси Д. Стратегия и планирование / Д. Хасси. – С.Пб.: Питер, 2001. – 384 с.
34. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. Київський національний економічний ун-т. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 700 с.
35. Юданов А. Ю. Фірма й ринок: навч. посібник / А. Ю. Юданов. - М.: Знання, 2008. – 234 с.

РОЗДІЛ 2

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА

2.1. Теоретичні аспекти формування і розвитку ринку продукції садівництва

Україна, маючи найкращий у світі потенціал ресурсів в аграрному секторі економіки, за роки радянської влади виявилася не здатною його раціонально використовувати. Не вдавалося вирішити продовольчу проблему на належному рівні при самих сприятливих для розвитку сільського господарства «погодних» умовах. По вживанню найважливіших продуктів харчування в розрахунку на душу населення Україна відставала від більшості розвинених країн у 1,5-2 рази, а за їх набором та якістю ще більше. З цього можна зробити висновок: якщо Україна має один з найкращих земельних ресурсів, і він залишається не затребуваним повною мірою, чинником тому є не сформована система аграрних відносин.

Перехід до ринкових відносин в багатьох галузях сільського господарства пов'язаний з розвитком багатоукладності, удосконаленням форм власності, створенням багатьох організаційних структур, що в свою чергу є напрямом розвитку промислового садівництва, має єдину ціль – торгівельну [21]. Тому ринок, якщо роздивлятися його відносно садівництва, найбільш точно визначає необхідний обсяг, видову структуру садівничої продукції, напрямок розвитку галузі, де плоди виступають у вигляді товару і нічого спільного не мають з садом, який влаштовується для потреб родини. Крім того для отримання найбільшого результату функціонування системи всі можливі форми власності та господарювання повинні знайти свою сферу та межі поширення. Досвід європейських країн показав, що по всім економічно-фінансовим показникам мають перевагу індивідуальні селянські господарства, хоча в інших країнах світу спостерігається збільшення виходу товарної продукції та чистого грошового доходу на 1 га землі і на 100дол. капіталу за мірою збільшення масштабу виробництва. Тому ефективність виробничих відносин повинна ґрунтуватись на поєднанні форм господарювання. На сьогодні крупні садівничі спеціалізовані підприємства домінують на ринку плодової продукції, тому вважаємо, що вони і залишаться основними товаровиробниками садівничої

продукції на найближчу перспективу. При оптимальній організаційній структурі вони мають значно кращий виробничий потенціал, ніж дрібні (де обмежене можливості для високоефективного використання техніки, прогресивних технологій і т.п.).

Разом з загальними закономірностями формування відносин в сільському господарстві, кожна галузь має свої особливості, врахування яких є дуже важливим для підвищення ефективності виробництва. Особливо це стосується галузі садівництва. Велике значення особливості виробництва плодів здобувають в умовах ринку, у зв'язку з чим є доцільним розгляд найбільш характерних з них.

Важливість галузі садівництва полягає в тому, що тут виробляються винятково цінні продукти харчування, що мають лікувальні властивості. Плодові насадження у відмінності від інших основних засобів виробництва, самі відтворюють новий продукт, їх не можна використовувати для інших цілей (якщо не рахувати декоративного садівництва), крім як для виробництва певних видів продукції. Тільки вони володіють здібністю забезпечувати ефективне використання інших основних виробничих фондів садівництва, чим і обумовлюється головна роль у підвищенні ефективності галузі [21]. Багаторічні насадження активно формують новий продукт при сприянні інших засобів виробництва.

Провідні вчені відмічають наступні основні відмінні риси галузі садівництва від інших галузей [17, 21]. По-перше, садівництво базується на процесах відтворення і продуктивного використання багаторічних насаджень, як головного елемента основних виробничих фондів у галузі. Процес їхнього виробництва не можна «законсервувати» (як це стосується інших об'єктів основних засобів виробництва), або перенести на інший час. Вони або нормально ростуть і розвиваються, або відстають у рості та просто гинуть. По-друге, стабільність виробництва плодів на підприємстві вдасться забезпечити тільки при умовах постійного дотримання оптимальної вікової структури насаджень, що досягається шляхом планомірного їхнього відтворення. По-третє, значна частина плодоносних насаджень унаслідок фізичного, або морального зносу щорічно випадає з господарського обліку і повинна бути замінена новими елементами. По-четверте, планомірне відтворення плодкових насаджень все більш стає одним з важливих факторів інтенсифікації садівництва. Це пояснюється тим, що саме через відтворення плодкових насаджень постійно реалізуються новітні досягнення науково-технічного прогресу, а також тенденцією загального скорочення тривалості садообігу, а

саме впровадженням садів короткого циклу використання. Останнє обумовлюється необхідністю швидкого відновлення сортового складу садів відносно до змін кон'юнктури ринку садівничої продукції, а також прискорення окупності капітальних вкладень при створенні насаджень і скорочення їхнього непродуктивного періоду.

Таким чином, планомірність відтворення плодкових і ягідних насаджень – процес цілком об'єктивний, який з однієї сторони визначається безпосередньо природою рослин, а з іншого боку – чинниками, що впливають на показники економічної ефективності виробництва, а саме: трудо- енерго- матеріаломісткістю продукції та її якістю.

Внаслідок біологічних особливостей плодкових культур та під впливом різноманітних природних і організаційно-господарських чинників, садівнича продукція може піддаватися великим змінам - від володіння високими споживчими властивостями і товарними якостями, до повної їхньої втрати. Плодова продукція – це продукція, яка швидко псується та погано транспортується. З цією особливістю пов'язана об'єктивна необхідність інтеграції сфер виробництва, промислової переробки, збереження та реалізації плодів.

Садівництво потенційно входить до високоефективних галузей агропромислового комплексу, що дає можливість при створенні раціонального породно-сортового складу насаджень від реалізації садівничої продукції одержувати прибуток протягом року, при цьому враховуються та водночас відіграють важливу роль природно-кліматичні умови півдня України. Садівництво, більш ніж інші галузі, страждає від коливань ринку, оскільки віддача від вкладень має значний часовий розрив. Тому, ця галузь вимагає гарантованої системи державних субсидій на закладку багаторічних насаджень. У протилежному випадку це призведе до проблеми задоволення населення плодами.

Найбільш характерними особливостями садівництва, які мають вирішальне значення в його організаційному становленні як високотоварної галузі є наступні:

✓ плодові насадження, на відміну від інших основних виробничих фондів сільського господарства не проходять стадію обміну (реалізації). Насадження вимагають оптимізації вікової структури з урахуванням комплексу організаційно-технологічних факторів, яка повинна забезпечувати планомірне їх відтворення у кожному господарстві;

- ✓ висока капітало- та фондомісткість вимагає фінансування інвестицій, у тому числі необхідність виділення державних капітальних вкладень на закладку садів та догляд за молодими насадженнями;
- ✓ садівнича продукція вирощується для безпосереднього споживання, має товарну спрямованість і найбільш пристосована до ринкових відносин порівняно з іншими галузями сільського господарства і рослинницької продукції;
- ✓ продукція галузі швидко псується і погано транспортується, тому вимагає негайної реалізації у свіжому вигляді в торгіву мережу, на переробні підприємства, а також збереження в спеціальних сховищах. Це обумовлює необхідність інтеграції в садівничому господарстві сфер виробництва, переробки і збереження, з метою одержання кінцевого продукту і підвищення ефективності розвитку галузі;
- ✓ садівництво є високоефективною галуззю сільського господарства, однак дуже швидко реагує на несприятливі погодні умови. У зв'язку з цим у садівничому господарстві ризиковано займатися монокультурою, а варто мати оптимальну породну структуру насаджень, яка найбільш повно відповідає конкретним умовам і цілям виробництва;
- ✓ плодові насадження та їх сорти дуже відрізняються між собою споживчими якостями і часом споживання, а також організаційно технологічними чинниками, що безпосередньо впливають на ефективність виробництва. У зв'язку з цим обґрунтованому породно-сортовому складу садів належить вирішальна роль у раціональному веденні галузі;
- ✓ на рівні споживання садівничої продукції позначається платоспроможний попит населення і його матеріальний дохід, а також корисність плодів та їхні лікувальні властивості;
- ✓ кон'юнктура ринку садівничої продукції, як свідчить закордонний досвід, постійно змінюється, тому галузь повинна бути дуже гнучкою до змін місткості ринку, що передбачає необхідність більш швидкого відновлення сортового складу, вирощування швидкоплідних і високоврожайних плодових культур.

В умовах ринку змінюються принципи організації товарного садівництва порівняно з принципами організації економіки регульованою державою (рис.2.1).

Основними відмінностями є: зміна мети виробництва – отримання прибутку, пріоритетними стають не технологічні, а організаційно-економічні функції, а також принципи маркетингу: виробляти те, що реалізується.



Рис.2.1. Умови організації товарного садівництва, яке орієнтоване на ринок

Формування і розвиток ринку плодівницької продукції (як і ринку будь якого товару) неможливе без створення організаційно-економічних основ ринку (рис. 2.2).

У створенні ринку сільськогосподарської продукції важливу роль відіграє держава. При відсутності відповідних державних дотацій виробництво продукції, яка неприбуткова, неминуче припиниться, тоді відкриються двері для її постачання із закордонних країн. Таке становище є характерним для нашого вітчизняного садівництва. Плоди не включені в державний контракт, тому садівничі господарства не отримують кредити на одержання пального, мінеральних добрив, інших матеріалів, що ставить їх у загрозову ситуацію при виконанні комплексу робіт по догляду за багаторічними насадженнями. В США щорічно держава складає з фермерами угоди на окремі види продукції, згідно з якими вона зобов'язується закупити чи прийняти в заклад цю продукцію.

Продовольчий ринок не повинен бути саморегулюючою системою. На теперішній час не можна обійтись без добре продуманих і організаційно-державних, регулюючих зі сторони держави механізмів. Ці умови знаходять відображення в законах і законодавчих актах. Кабінетом Міністрів України була прийнята «Галузева програма розвитку садівництва України на період до

2025 року», в якій основні тенденції розвитку садівництва в Україні, умови формування та функціонування ринку плодів та ягід.

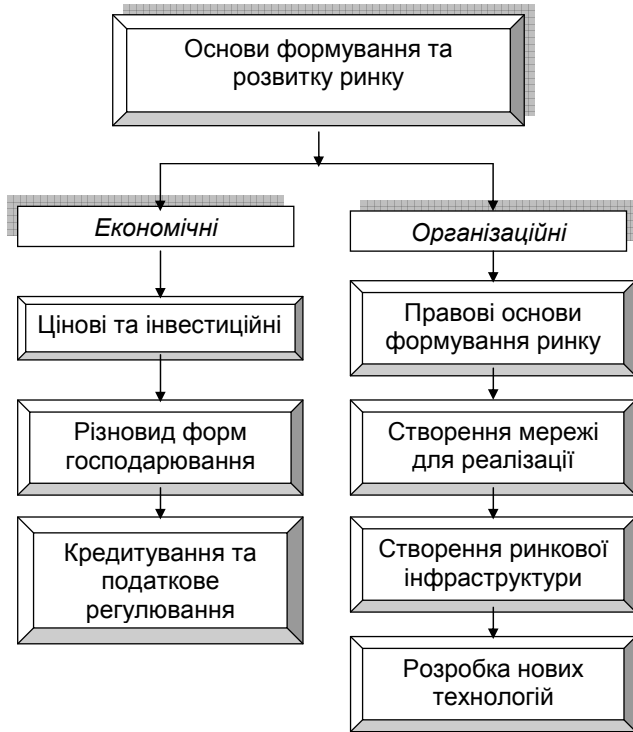


Рис. 2.2. Основи формування та розвитку ринку плодівницької продукції

Стратегічною метою розвитку садівництва на перспективу згідно даної програми є:

- ✓ стабілізація і подальше збільшення виробництва плодів і ягід;
- ✓ насичення внутрішнього продовольчого ринку конкурентоспроможними продуктами та розширення їх експорту, щоб створити можливості до 2025 року повністю забезпечити потреби населення у цих продуктах за фізіологічними нормами; забезпечення розширеного відтворення виробництва головним чином за рахунок самофінансування галузі;
- ✓ розширення виробництва екологічно чистої продукції шляхом переходу від індустріально-хімічних методів ведення господарства до біологічних;

- ✓ інтенсивне господарювання шляхом удосконалення технологій і організації виробництва на основі використання досягнень науки й передового досвіду.
- ✓ Відповідно до поставленої мети бали зазначені завдання та заходи, щодо її вирішення:
 - ✓ удосконалення системи економіко-правового забезпечення галузі, узгодження її з міжнародними стандартами;
 - ✓ активізація інвестиційної політики, зокрема за рахунок розширення доступу виробників плодючої продукції до кредитних ресурсів на пільгових умовах;
 - ✓ удосконалення механізму регулювання ринку плодів і ягід, забезпечення умов для формування і розвитку його інфраструктури;
 - ✓ формування ефективних організаційних структур промислового садівництва;
 - ✓ максимальне використання можливостей для прискореного розвитку галузі на основі раціонального розміщення промислових насаджень плодючих культур;
 - ✓ виважена сортова політика, що передбачає широке впровадження тільки районованих вітчизняних та зарубіжних сортів на засадах ліцензування;
 - ✓ розвиток розсадницької бази, створення умов для повного переходу виробництва садивного матеріалу плодівих та ягідних культур на безвірусній основі;
 - ✓ впровадження інноваційних технологій виробництва плодів і ягід;
 - ✓ удосконалення системи зберігання та переробки плодів і ягід;
 - ✓ здійснення наукового забезпечення галузі садівництва.

За останні роки в Україні докорінно змінилися підходи в ціноутворенні на сільськогосподарську продукцію [8]. Нині практично на всі продукти ціни формуються, виходячи з кон'юнктури ринку, залежно від якості і споживчих властивостей продукції, за домовленістю між покупцем та продавцем. Методологія ціноутворення, яка була характерна при державній системі, не підходить - рівень прибутковості має забезпечувати розширене відтворення. В сільському господарстві ціна виробництва повинна відшкодувати галузеві витрати та забезпечувати достатній прибуток на авансовий капітал з урахуванням терміну його обороту. Важлива роль при регулюванні ціни на плодіву продукцію відводиться державі. Так наприклад, такі держави як Франція, Італія, де сільське господарство має значну питому вагу, політику підтримки сільського господарства проводили шляхом ізоляції ринку

сільськогосподарських продуктів та створення системи цін, економічного бар'єру імпорту. Ціни при цьому орієнтувалися на фіксовані владою «ціни підтримки». У тих державах, де сільськогосподарське виробництво не має значної питомої ваги, наприклад Великобританія, підтримка сільськогосподарського виробника провадилася шляхом прямих дотацій.

Не слід забувати, що ціни в умовах ринку формуються під впливом попиту та пропозиції. А в цих умовах (умовах вільних цін) важливе значення має принцип активного впливу держави на платоспроможність населення. Це важливе значення має для сільськогосподарської продукції, якій характерна еластичність між ціною на продукти харчування та їх попитом. Ціновий механізм повинен знаходитись у тісному зв'язку з так званим споживчим кошиком, який визначає мінімально-нормативний попит населення на продовольчі товари.

Ціни на плодону продукцію і продукти переробки повинні забезпечувати розширене відтворення для зміцнення господарств, що можливо тільки при державних дотаціях садівництва (30-35% від обсягу реалізованої продукції). Механізм цінового регулювання сільськогосподарського виробництва в США може бути використано для ціноутворення в АПК України. Політика формування цін та селянських доходів в США передбачає організацію спостереження динаміки ряду економічних показників: витрат на виробництво; паритету цін на засоби виробництва, які поставляються для потреб сільського господарства; прибутковості ферм, галузей виробництва та всього сільського господарства. Загальний механізм дії цінового регулювання США полягає у підтримці певного паритету – цільових цін, що встановлюються державою - з одного боку, а з іншого боку – ціни, які склалися на ринку. Фермери реалізують продукцію по ринковим цінам, які можуть бути вище, або нижче цільових цін. Але на в кінці року або протягом року за авансовими виплатами фермер отримує різницю між цільовою ціною та ціною реалізації, тобто отримує додатковий прибуток.

Важливе місце в успішному розвитку галузі займає спеціалізація і раціональна інтеграція з іншими галузями. Поглиблення спеціалізації, збільшення концентрації, розширення кооперації дає значний економічний ефект в усіх галузях громадського виробництва, у тому числі і агропромислового. Спеціалізація сприяє впровадженню прогресивних технологій, ефективному використанню машин і механізмів, забезпечує більш ефективне використання матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, широке використання в галузі досягнень науково-технічного прогресу. Насамперед,

спеціалізація виявляється в концентрації виробництва тих видів сільськогосподарської продукції, для яких склалися сприятливі ґрунтово-кліматичні та економічні умови. Поглиблення спеціалізації садівництва є одним з основних факторів забезпечення конкурентоспроможності господарств і збільшення нагромадження капіталу. Його необхідно здійснювати з урахуванням можливих обсягів продажу свіжої продукції на внутрішньому ринку, виробництва сировини для промислової переробки продукції і для реалізації на зовнішньому ринку. Розмір садівничих господарств повинен відповідати раціональним параметрам: частина продукції садівництва в загальному обсягу товарної продукції підприємства – 60-70%, площа всіх плодово-ягідних насаджень 600-700 га, у тому числі плодоносних – 400-500 га, питома вага плодоносних садів у сільськогосподарських угіддях – 25-35%. У садівничих підприємствах, необхідно раціонально розвивати скотарство, кормовиробництво, бджільництво, організувати збереження і переробку плодів. Цілеспрямовано довести частину виручки від реалізації продукції тваринництва і технічної переробки фруктів у структурі товарної продукції садівничих господарств до 10 – 13% та 21- 31% відповідно [21]. Проведені нами дослідження залежності ефективності виробництва від рівня спеціалізації показали, що високий рівень садівництва супроводжується високою питомою вагою товарної продукції у загальній вартості продукції по господарству: з підвищенням рівня спеціалізації плодівництва зростає урожайність плодів, яка в свою чергу впливає на підвищення продуктивності праці, зниження собівартості виробництва плодів, збільшення прибутку.

Основними принципами організації спеціалізованих господарств і об'єднань є: високий рівень спеціалізації головної галузі, широкий розвиток інтеграції виробництва, товарної обробки, збереження і переробки продукції. Тому, в основному спеціалізовані садівничі підприємства, зберігаючи при цьому технологію вирощування плодівницької продукції, можливу її переробку і збереження в перспективі можуть стати основними конкурентами імпортової продукції на внутрішньому ринку.

Перспективними формами організації виробництва плодової продукції є: об'єднані спеціалізовані господарства, що містять у собі агрофірми, агроторгові й агропромислові підприємства; спеціалізовані бригади і цехи; внутрішньогосподарські плодови комплекси в багатогалузевих господарствах; фермерські господарства [4]. Фермерське господарство – це специфічна форма територіальної організації виробництва – об'єднання земельної ділянки і садиби, що включає в себе житло і весь господарський комплекс. Ферма – це

елемент розселення, що й обумовлює специфічні особливості створення, розміщення, формування землеволодінь фермерських господарств. Відносно галузі садівництва передбачаються такі основні шляхи устрою садівничих ферм:

- 1) на землях, виділених з цією метою;
- 2) трансформація існуючих присадибних садів на основі розширення їхньої площі (за рахунок паїв);
- 3) приватизація і оренда громадських (власних) садів.

Визначаючи розмір саду (сімейної ферми) варто враховувати трудовий потенціал і нормативне навантаження насаджень на одного працівника (у межах 3-4 га). Доцільно розміщати такі ферми певними блоками (4-5 господарств). У наслідок чого, ефективніше будуть розвиватися їхня виробнича кооперація, а також соціальна сфера. За даними ННЦ «Інституту аграрної економіки» НААН, фермерські господарства середня земельна площа яких біля 20 га є недоцільними. Розраховувати на ефективне господарство можливо в господарствах з земельною площею більш 150-200 га, разом з тим раціональний розмір земельної ділянки при плодово-ягідному напрямку дорівнюють 30-60 га. Спеціалізовані господарства можуть досягнути раціонального рівня за обсягами виробництва на менших земельних ділянках порівняно з багатопрофільними господарствами [5].

Ринок продовольства характеризується великою кількістю тісно взаємозв'язаних та взаємодіючих елементів – основних технологічних операцій, ринкових економічних процесів і ринкової інфраструктури, вони повинні активно допомагати результативності виробництва продукції, її зберігання та ефективної реалізації.

Виробнича інфраструктура садівничих господарств включає в себе систему агротехнічного, агрохімічного та технічного обслуговування, систему заготівлі, збереження та переробки плодової продукції, тарне та транспортне господарства, збут продукції та наукові дослідження в цієї галузі. Ефективність кінцевих результатів в більшості визначається узгодженістю роботи підприємств по виробництву, заготівлі та реалізації сільськогосподарської продукції.

Особливістю сучасного ринку плодової продукції є недостатньо висока якість продукції, обмежений асортимент продуктів, що негативно впливає на конкурентоспроможність плодової продукції вітчизняного виробника відносно імпоротної продукції. Відомо, що конкурентоспроможність господарств підвищується при збереженні та переробці плодової продукції безпосередньо в

місцях її виробництва. Особливо в останній час набули масового характеру внутрігосподарська переробка продукції і реалізація готових продуктів харчування. Проте це не завжди виправдовується.

По-перше, дуже низький рівень закупівельних цін не замінює навіть затрат на виробництво продукції, по-друге, переробка продукції у господарствах не забезпечує повного контролю за якістю й санітарними нормами готової продукції, по-третє, переробка продукції потребує додаткових затрат, по-четверте, основні виробничі фонди у спеціалізованих на переробці підприємствах внаслідок неповного навантаження устаткування окупаються повільніше. Тому, вирішенням даних розбіжностей є внутрігосподарська агропромислова інтеграція окремих економічно сильних сільськогосподарських підприємств, а інші господарства - шляхом кооперації зусиль та коштів товаровиробників з переробниками для покращення їх виробничо-господарської діяльності, забезпечення здорової конкуренції у сфері виробництва, переробки та збуту продукції.

Інтеграція ефективна при об'єднанні спеціалізованих господарств для виконання деяких виробничих функцій по виробництву плодової продукції, або об'єднання виробничих ресурсів та грошових коштів для створення великих спеціалізованих підприємств з метою створення єдиного технологічного циклу виробництва продукції, її переробки, стандартизації, збереження та збуту з мінімальними витратами матеріальних та трудових ресурсів [9]. Так, наприклад, в Італії переважна частка фермерів-аматорів (більш ніж 80%) об'єднуються у кооперативи, що дозволяє їм будувати крупні комплекси для збереження та товарної обробки продукції, при тому в цій країні спеціально для переробки фрукти не вирощують, так як вартість цих плодів у 2-4 рази нижче ніж у спожитих у сирому вигляді. На переробку йде та частина урожаю, яка не задовольняє вимогам ринку з якості. Ці переваги стимулюють удосконалення виробництва, збереження, товарної обробки плодів.

У більшості країн кооперація має багатоступінчасту галузеву структуру, в рамках якої сільськогосподарська продукція проходить шлях до оптової і роздрібної торгової мережі, де реалізуються готові продовольчі товари. Для полегшення реалізації продукції організують кооперативи по реалізації продукції. Дослідження відносно поширення фермерської збутової кооперації дає можливість з'ясувати структуру збуту сільськогосподарської продукції. Як свідчать показники, в Нідерландах фермерські кооперативи збувають 75% усієї плодової продукції, Бельгії – 54%, Франції – 42%, Великобританії та Італії – 36% та 34% відповідно, в США цей показник становив 30% , при цьому 65-76%

прибутку залишається у фермерів, а при збуті через торговельну мережу – тільки 30%.

Форми і методи реалізації продукції мають велике економічне і виробниче значення. Нерозвиненість системи збуту веде до значних витрат, знижує ефективність діяльності підприємства. Досвід розвинутих країн показує, що в реалізації плодової продукції важливу роль відіграють оптові ринки. Метою створення оптових ринків є забезпечення роздрібною торгівлі та системи громадського харчування широким асортиментом продукції як вітчизняного так і зарубіжного виробництва в одному центрі. Створення оптових ринків є закономірним кроком на шляху реформування оптової та роздрібною торгівлі. Так, наприклад, відкриття оптового ринку знижує роздрібні ціни у місті на 10-20 %. Створювати ринки, слід там де потреба в їх послугах є найгострішою, тобто їх потребують міста України з населенням понад 1 млн. чоловік. За формою власності ринки бувають різні. В Японії переважають державні, в США значне поширення знайшли приватні оптові ринки продовольчих товарів. В цілому закордоном найчастіше можна зустріти ринок у формі господарського товариства, яка за думкою автора найбільше підходить для умов нашої країни.

Ціна на продукцію на оптових ринках складається на основі попиту та пропозиції, тому оплата відбувається після її реалізації. Центральне місце в системі розподілу Японії займають оптові ринки (аукціони). На оптові ринки надходить 80-90 % виробленої в країні плодової продукції. Інша частина продукції надходить прямо в супермаркети [8]. Однак зниження роздрібною ціни в Японії пов'язують, головним чином, з підвищенням ефективності функціонування системи розподілу і, в першу чергу, роздрібною торгівлі, оскільки на неї доводиться основна частина в оптово-роздрібній націнці на плодово-овочеву продукцію. Реалізація продукції за допомогою великих підприємств роздрібною торгівлі (типу супермаркет), де більш ефективно використовуються приміщення і робоча сила – один зі шляхів зниження витрат, пов'язаних зі збутом.

У штаті Вашингтон (США) важливу роль в організації збуту відіграє комісія з реалізації, зокрема яблук. У її функції входить: вивчення внутрішнього і зовнішнього ринків яблук на основі збору інформації про сорти, що реалізуються, розмір цін на продукцію, площу плодоносних садів, вплив попиту на основі опитування працівників роздрібною торгівлі і споживачів, забезпечення цією інформацією товаровиробників яблук, рекламування продукції штату. Результати досліджень, проведені в штаті Алабама (США) показали, що фермерам найбільше вигідно здійснювати збут продукції на

основі передчасно-укладених контрактів, а також за цінами на початку сезону. У цьому випадку вони одержують більш високі прибутки, а також нейтралізують ризик, пов'язаний з коливанням цін. В Україні на сучасному етапі розвитку ринкових відносин створюються ринки плодово-ягідної продукції в Києві, Харкові, Львові та інших містах, проте вони до суттєвого полегшення збуту цієї продукції товаровиробниками не призвели. У зв'язку з нерозвиненою сферою реалізації садівничої продукції загальна товарність її у всіх категоріях господарств знижується. Чимало садівничих господарств не можуть цілком реалізувати вирощену продукцію.

В ринкових умовах пошук ринків збуту виробленої продукції стає однією з основних функцій керівників і фахівців усіх рівнів і рангів. Для значної економії часу та коштів на організацію збуту та переробки продукції у розвинутих країнах організують та активно діють так звані маркетингові групи, в які як правило об'єднуються виробники певних видів продукції. Маркетингові групи є формою співробітництва у сфері сільськогосподарського виробництва, переробки та реалізації з метою збільшення загального обороту в закупівлі і реалізації, уникнення індивідуальними виробниками ризику від коливання цін на ринку, гарантування членами групи стабільних цін на їх продукцію, виходу на нові ринки збуту, зменшення непродуктивних витрат, одержання необхідних консультацій та навчання, гарантування оплати за продукцію у визначені терміни, сприяння розвитку виробництва продукції та матеріально-технічної бази господарств. Маркетингові групи (служби) повинні проводити аналіз ринку продовольства, вивчати товар та його конкурентоспроможність, планувати товарообіг, збут, сервіс, готувати рекомендації по формуванню попиту та пропозиції, розробляти та забезпечувати реалізацію інформаційних та маркетингових програм. Основними функціями маркетингу є: вивчення рівня та динаміки споживчого попиту для використання отриманих даних у розробці та застосуванні господарських рішень, максимальне пристосування виробництва до вимог ринку з метою підвищення ефективності функціонування підприємства, вплив на ринок і споживчий попит за допомогою реклами, стимулювання збуту та інше.

Маркетинг у садівництві розглядається як засіб для досягнення мети найбільш ефективним способом, сутність його полягає у тісному зв'язку обсягів виробництва і видової структури садівничої продукції із потребами споживачів. Дослідження інформації про становище, кон'юнктуру, потужність ринку тих чи інших видів продукції є основою маркетингової діяльності. На основі

одержаних даних обґрунтовуються пропозиції щодо стратегії розвитку галузі, окремо визначаються оптимальні площі насаджень, обсяги виробництва продукції. Проте попит на продукти харчування, у тому числі на плоди і ягоди, є більш консервативним, ніж на інші товари, який також змінюється залежно від купівельної спроможності населення та екологічного становища навколишнього середовища тощо. Маркетинг з'являється там, де змінюються канали реалізації продукції, виникають складності зі збутом, або ринок перенасичений товаром і виробник змушений приймати неординарні рішення по його завоюванню.

До принципів маркетингу, що мають важливе значення в садівництві відносять:

по-перше - програма виробництва продукції повинна базуватися на точному обліку вимог споживачів, ринковій ситуації та оцінці реальних можливостей підприємства;

по-друге - організація збуту продукції здійснюється на конкретних ринках, у необхідних обсягах і в чітко визначений термін;

по-третє - прибутковість виробництва забезпечується на основі новітніх технологій ефективних форм організації;

по-четверте – виробництво постійно повинне реагувати на зміни попиту покупців.

На ринку сільськогосподарської продукції маркетинг виконує ряд важливих функцій, які схематично зображено на рис.2.3.

Одним із основних об'єктів маркетингових досліджень є місткість ринку конкретних видів продукції, яка означає обсяг її реалізації протягом року. Для промислового садівництва важко переоцінити прогнозування змін місткості ринку садівничої продукції на основі вивчення тенденцій попиту, оцінки факторів, що впливають на його зміну. До всебічної оцінки потенційних можливостей підприємства відносять:

- ✓ відповідність природно-кліматичним умовам підприємства біологічним вимогам плодових культур, що планується вирощувати;
- ✓ врахування зональної ефективності вирощування плодових культур за даними дослідницьких станцій, сортосадів і кращих господарств;
- ✓ оцінку економічних умов і виробничого потенціалу господарства (розміщення ринків збуту продукції і плодопереробних підприємств, транспортні можливості, матеріально-технічна база і т.д.).



Рис. 2.3. Основні функції маркетингу на ринку продукції плодівництва

При визначенні мети виробництва необхідно врахувати більш ефективне використання існуючих виробничих ресурсів, біокліматичного потенціалу, а також забезпечення повернення не тільки усіх виробничих витрат, а і отримання достатнього прибутку для розширеного відтворення. Напрямок спеціалізації виробництва і видова структура продукції визначаються у відповідності до природно-кліматичних умов садівничих господарств. Стратегія виробництва - це перш за все поглиблення спеціалізації, форми кооперування, промислової переробки і збуту продукції. Унаслідок стратегічної спрямованості обумовлюються напрямки капітальних вкладень у виробничу і соціальну сфери. Стратегія маркетингу також передбачає пошук ринку реалізації плодів і ягід, ніші в ньому, формування постійного контингенту споживачів цієї продукції.

Таким чином, створення і функціонування повноцінного ринку садівницької продукції неможливо без його організаційно-економічних основ формування, а саме: всебічної державної підтримки, за допомогою цінової та податково-кредитної політики; поглиблення спеціалізації та концентрації виробництва; реформування організаційних структур промислового

садівництва, поліпшення взаємовідносин між сферами виробництва, переробки та реалізації продукції; досконале вивчення кон'юнктури ринку за допомогою маркетингу. Проте, всі ці фактори не впливатимуть на подальший розвиток садівницької галузі, якщо не буде вирішена найактуальніша проблема на сучасному етапі – активізація процесів відтворення плодкових насаджень. Це пов'язано перш за все тим, що планомірне відтворення садів один - із найважливіших факторів інтенсифікації, бо саме через створення нових насаджень передусім реалізуються найновіші досягнення науково-технічного прогресу, які впливатимуть на поповнення сільськогосподарського ринку вітчизняною плодовою продукцією.

2.2. Основні напрями розширення ринку плодів і підвищення ефективності виробництва

2.2.1 Розвиток, розміщення та ефективність виробництва продукції садівництва

Важливе місце серед рослинницьких галузей сільського господарства України займає садівництво. Країна є крупним регіоном промислового виробництва продукції садівництва. Важливість цієї галузі полягає в тому, що тут виробляються винятково цінні продукти харчування, які спроможні задовольнити потреби населення в дуже цінних у харчовому і лікувальному відношенні елементах. Продукція галузі забезпечує плодопереробну промисловість необхідною кількістю різноманітної сировини; сприяє зміцненню економіки сільськогосподарських підприємств різних форм власності, насамперед в районах промислового розвитку цієї галузі, створенню умов для раціонального використання землі. Садівництву належить також важлива роль у більш раціональному розвитку особистих підсобних господарств населення [6].

До продукції галузі садівництва відносять плоди (зерняткові, кісточкові), ягоди, горіхоплідні, саджанці плодкових і ягідних культур. В Україні вирощують найбільш цінні сорти яблуні, груші, сливи, вишні, а в південній частині – черешні, абрикосу, персика і аличі. Також, поширено вирощування різноманітних ягідних культур. Цьому сприяє сприятливі ґрунтово-кліматичні умови країни. Достаток тепла і світла, тривалий період з температурою повітря більш 10⁰С, відносно м'яка зима, наявність родючих земель – всі ці важливі

фактори природних ресурсів, раціональне використання яких є підґрунтям для створення високопродуктивних садів і отримання плодів і ягід високої якості.

В сучасному садівництві країни визначено ряд промислових районів. Перш за все до них відносять райони промислових центрів та приміських зон крупних міст; райони розміщення підприємств плодопереробної промисловості і виробництва продукції за їх межі; райони, що виробляють продукцію для задоволення власних потреб населення.

Відповідно до даних останнього перепису площ багаторічних насаджень (1998 рік), загальна площа під плодовими культурами, що вирощуються в господарствах суспільного сектору займає 70,6 % всієї площі багаторічних насаджень країни і 29,4 % - в особистих селянських господарствах населення. Відповідно і розміщення порід по території країни за категоріями господарств характеризується великою нерівномірністю. У насадженнях суспільного сектору переважають зерняткові культури. Яблуна і груша, як основні промислові плодові породи розташовані по всіх областях. З усіх сортів яблуні найбільшу цінність становить група осіннього та зимового строків дозрівання, оскільки забезпечує споживання свіжих фруктів майже протягом всього року.

З півночі на південь питома вага зерняткових зменшується і збільшується частка кісточкових порід. В насадженнях південних областей кісточкові породи складають значну питому вагу.

Найбільш нерівномірно розміщені насадження черешні. Великі масиви розташовані в зоні Степу України. Найбільш крупним районам виробництва товарної продукції є Запорізька область. Тут це найбільш поширена кісточкова порода. Центр вирощування цієї культури – Мелітопольський район, де більш 85 % дерев сконцентровано в господарствах суспільного сектору. В структурі площ особистих селянських господарств ця культура займає провідне місце серед всіх видів плодових культур. В даному регіоні черешню вирощують в основному для експорту в великі промислові центри і за межі країни.

Слива і вишня поширені повсюдно, їх площі розміщені в центральних і північних районах країни. Більша частка вирощується в господарствах населення.

Абрикос і персик – теплолюбіві породи, тому розташовані в південних районах. Ці культури отримали значне розповсюдження у власників особистих підсобних господарств здебільшого для власної потреби, а іноді для реалізації.

Плоди і ягоди займають особливе місце серед продуктів харчування. Ці культури збагачують організм людини вітамінами, мікроелементами, вуглеводами та органічними кислотами. До складу плодово-ягідних культур

входять незамінні моносахариди (фруктоза і сахароза). Ці складові повністю засвоюються організмом людини і виконують дуже важливі функції життєдіяльності. Крім цього, у плодах міститься велика кількість елементів мінерального живлення (залізо, цинк, калій, фосфор), які забезпечують важливу фізіологічну роль в обміні й синтезі речовин.

Висока калорійність, наявність пектину і мінеральних речовин робить плодovu продукцію необхідною для раціонального харчування людини. Проте в останні роки в Україні йде значне зменшення застосовування населенням продукції плодівництва. На теперішній час споживання плодів, ягід і винограду на Україні в розрахунку на одну особу коливається в межах від 45кг до 53 кг (за останні роки). Одночасно за науково-обґрунтованою нормою, встановленою Інститутом гігієни харчування річне споживання плодів і ягід складає 79 кг. Ці норми затверджуються по кожній групі і окремій плодovій культурі. Рекомендований обсяг споживання плодів зерняткових культур складає 57,5 кг, у тому числі яблук – 50 кг, груша і айва – 7,5 кг; плодів кісточкових культур – 16 кг, у тому числі вишні – 4 кг, черешні – 2, сливи – 7, абрикоса – 2, персика – 1; горіхів – 1,5 кг і 4 кг ягід на рік.

Плоди і ягоди – це достатньо цінні і необхідні продукти харчування, виробництво яких в достатній кількості гарантує продовольчу безпеку та виступає як фактор формування пропозиції плодів в потрібних обсягах. Відповідно до раціональних норм споживання, виробництво плодово-ягідної продукції в Україні повинно складати 3,7 млн. тон. Водночас, виробництво продукції садівництва в Україні з розрахунку на одну особу за останні 5 років коливається в межах від 36 кг до 44 кг, що майже більш ніж в половину менше фізіологічної потреби, проте водночас спостерігається тенденція до зростання.

На сучасний момент галузь садівництва не задовольняє внутрішні потреби населення в плодово-ягідній продукції. Чинником цього стало зменшення обсягів виробництва плодів і ягід, скорочення площ багаторічних насаджень в Україні (табл. 2.1).

Останніми роками плодоносна площа садів і ягідників в усіх категоріях господарств постійно зменшується. Порівняно з 2005 роком вона скоротилась на 42,1 тис. га, або на 15,8 %. Плодоносні площі під зернятковими скоротилися в 2012 році майже на 18,7 %, при цьому темпи скорочення площ кісточкових культур за цей період дорівнюють 10,1 % (табл. 2.2).

Таблиця 2.1

**Динаміка плодоносних площ плодово-ягідних культур в усіх
категоріях господарств України, тис. га**

Культури	Роки				
	2005	2009	2010	2011	2012
Плодово-ягідні насадження	265,5	228,8	223,2	223,4	223,4
у т.ч. зерняткові	154,5	125,0	119,9	120,1	120,5
з них яблуна	137,9	110,0	105,2	105,2	105,5
груша	15,5	13,6	13,6	13,6	13,4
айва	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9
кісточкові	76,8	70,1	69,6	69,4	69,0
з них слива	21,7	19,9	19,6	19,3	19,2
вишня	21,7	20,0	20,0	20,0	20,0
черешня	14,6	12,6	12,6	12,5	12,5
абрикос	9,9	9,2	9,2	9,3	9,3
персик	8,9	6,1	6,0	6,1	5,9
горіхоплідні	14,4	14,1	14,1	14,2	14,2
ягідники	19,8	19,9	19,9	19,9	19,9
з них суниці та полуниці	9,1	8,2	8,1	8,2	8,4
малина	5,2	5,0	5,1	5,1	5,0
смородина	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4
агрус	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0

Таблиця 2.2

**Динаміка виробництва плодів і ягід в усіх категоріях господарств
України, тис. тонн**

Роки	Плодово-ягідні насадження		У тому числі					
			Плодові культури		З них			
	Урожайність, Ц/га	Валовий збір, Тис. Тонн	Урожайність, Ц/га	Валовий збір, Тис. Тонн	Зерняткові		Кісточкові	
					Урожайність, Ц/га	Валовий збір, Тис. Тонн	Урожайність, Ц/га	Валовий збір, Тис. Тонн
2005	63,7	1689,9	64,3	1580,1	58,6	905,2	76,0	583,7
2009	8,7	1618,1	72,6	1417,4	80,7	1007,8	58,4	409,6
2010	78,2	1746,5	81,3	1541,4	87,4	1048,5	70,8	492,9
2011	84,9	1896,3	87,8	1664,2	93,1	1118,3	78,6	545,9
2012	89,9	2008,7	94,3	1787,2	107,7	1297,7	71,0	489,5

Особливо скоротились плодоносні площі під яблунею – на 23,4 %, грушею – 13,5 %, сливою – 11,5%, черешнею – 14,3 %. Площа плодово-ягідних насаджень у плодоносному віці складає близько 84 % від загальної, що свідчить про зниження темпів відтворення плодкових садів. Для стабільного розвитку галузі і повноцінного відтворення плодово-ягідних культур молоді насадження в структурі площ повинні займати 20-25 %. Основну масу плодово-ягідної продукції України забезпечують зерняткові породи (яблуна, груша і айва), частка яких займає більш 62 % валового збору плодкових культур в цілому по країні.

Кісточкові породи (вишня, черешня, слива, абрикос і персик) становлять 24,4% загального збору плодів і ягід; ягідники (полуниця, малина, агрус, смородина та інші) -6,2%, горіхоплідні – 4,9% всього валового збору плодово-ягідних культур України (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Виробництво плодів і ягід в усіх категоріях господарств України, тис. тонн

Культури	Роки				
	2005	2009	2010	2011	2012
Плоди та ягоди – всього	1689,9	1618,1	1746,5	1896,3	2008,7
у тому числі зерняткові	905,3	1007,8	1048,5	1118,3	1297,7
з них яблуна	719,8	853,4	897,0	954,1	1126,8
груша	177,3	145,9	141,7	153,1	157,5
айва	8,2	8,1	9,6	9,9	10,5
кісточкові	583,7	409,6	492,9	545,9	489,5
з них слива	165,9	136,7	154,5	134,7	147,2
вишня	181,8	115,8	154,5	172,9	172,8
черешня	100,2	53,0	73,0	72,8	72,6
абрикос	94,2	74,3	77,2	119,9	62,9
персик	41,6	19,6	22,1	33,4	22,9
горіхоплідні	91,1	85,8	87,5	112,6	97,0
ягоди	109,8	114,9	117,6	119,5	124,5
з них суниці та полуниці	48,3	57,9	57,2	56,0	60,0
малина	28,5	24,7	25,7	28,1	30,3
смородина	24,8	23,2	25,8	25,7	24,1
агрус	8,2	6,1	6,8	7,3	7,5

Порівняно зі скороченням площ під багаторічними насадженнями в Україні поліпшується якісний склад насаджень. У 2012 році валовий збір

плодів і ягід в господарствах усіх категорій країни збільшився порівняно з 2005 роком на 318,8 тис. тонн (або на 18,9 %) та значно збільшився порівняно з попередніми роками. Така тенденція склалась в результаті зростання урожайності плодово-ягідних культур у 2012 році порівняно з іншими роками.

Починаючи з 2009 р. по 2011 р. рівень урожайності плодів і ягід мав тенденцію до підвищення з 8,7 ц /га до 84,9 ц /га, а в 2012 р. її рівень становив 89,9 ц /га. Розрахунки показують, що для задоволення потреб населення в плодах і ягодах відповідно до науково – обґрунтованих норм їх споживання урожайність садів слід підвищити до 120-150 ц /га.

Тенденція планомірного збільшення виробництва плодово-ягідної продукції існувала в період до 2011 року. Особливо у 2012 р. зросло валове виробництво зерняткових культур – на 43,4 %, хоча одночасно рівень валового виробництва кісточкових культур порівняно з 2005 роком зменшився за рахунок скорочення плодоносних площ на 53,6 %, що пояснюється підвищенням показників якісного складу насаджень.

Урожайність є найважливішим якісним показником розвитку садівництва. Вона обумовлюється комплексом факторів, таких як система догляду за плодово-ягідними насадженнями та їх щільність, природно-кліматичні умови, віковий склад садів та ягідників тощо. Це обумовлено рядом особливостей галузі садівництва порівняно з іншими галузями сільського господарства.

Сільськогосподарське виробництво вимагає поєднання і взаємодії чотирьох факторів – робочі сили, основних засобів, предметів праці і землі. Будь яке виробництво передбачає витрати ресурсів і одержання істотно не однакових за величиною результатів. Тому, економічна ефективність виробництва плодово-ягідної продукції означає одержання максимальної кількості продукції з одного гектара насаджень при мінімальних матеріальних витратах і праці в розрахунку на одиницю виробленої продукції.

Ефективність виробництва продукції садівництва відображає не тільки співвідношення витрат і отриманих результатів. В ній відбиваються здатність продукції задовольняти потреби споживача через підвищення якості, що досягається за рахунок додаткових витрат живої і уречевленої праці. Підвищення економічної ефективності виробництва плодово-ягідної продукції сприяє не тільки збільшенню доходів сільськогосподарських підприємств, а й вдосконаленню виробництва продукції і організації праці, своєчасному відтворенню багаторічних насаджень, підвищенню оплати праці та культурно-побутових умов працівників.

Для характеристики рівня економічної ефективності продукції садівництва використовують систему взаємопов'язаних показників, які найбільш об'єктивно повинні відображати її рівень. Використовують натуральні і вартісні показники ефективності.

До натуральних показників відносять затрати праці в розрахунку на одиницю виробленої продукції та на 1 га плодоносної площі насаджень; урожайність плодово-ягідних культур.

Урожайність являє собою показник, величина якого характеризує досягнутий рівень використання землі при вирощуванні багаторічних насаджень. Показник урожайності в садівництві має більш загальне значення, оскільки об'єднує інформацію по групі різни плодкових культур зерняткових, кісточкових і ягідних порід. В зв'язку з тим, що в саду вирощують кілька сортів однієї й тієї ж культури, визначити урожайності окремих сортів дуже складно.

Однією з особливостей різних плодкових культур є здатність давати неоднакову кількість урожаю вищих товарних сортів і нестандартної продукції при вирощуванні в однакових ґрунтово-кліматичних умовах. Це пов'язано з біологічними особливостями різних сортів, їх неоднаковою стійкістю до впливу несприятливих умов. При цьому використовують показник вартість плодово-ягідної продукції розрахунку на одиницю площі, в якому окрім кількісної характеристики і співвідношення товарних сортів (через систему цін), відображаються також смакові якості продукції.

Як і в інших сільськогосподарських галузях, основними факторами, які визначають рівень продуктивності праці в садівництві є розмір трудових затрат на одиницю площі даної плодової культури (люд.-год/га) в розрахунку на одиницю урожаю (люд.-год/ц). При цьому, з підвищенням урожаю збільшується питома вага трудових затрат на його збирання при одночасному скороченні кількості праці, що витрачається на вирощування одиниці продукції.

Ефективність виробництва плодово-ягідної продукції характеризується максимальною наближеністю обсягу реалізованої продукції до обсягу зібраного врожаю. Співвідношення товарної (реалізованої) і валової продукції (визначеної за єдиними цінами, або в натуральному виразі) дає можливість розрахувати рівень товарності.

Проте натуральні показники не дають повної характеристики ефективності виробництва плодово-ягідної продукції, оскільки однаковий рівень урожайності досягається при різних витратах. Для порівняння витрат і результатів, основні показники обчислюються у вартісному виразі.

Повне уявлення про економічну ефективність плодово-ягідної продукції дає показник собівартості, який визначають в розрахунку на 1 ц та 1 га плодоносної площі культур.

Оскільки, в структурі собівартості продукції садівництва основна частка припадає на трудові вкладення (витрати праці), то при підвищенні урожайності виробничі витрати знижуються в такому ж темпі, в якому підвищується продуктивність праці.

Собівартість продукції садівництва складається з суми витрат планового року без вартості паростків, живців, вусів, які оцінюють за реалізаційними цінами та падалиці, яку оцінюють за цінами можливого використання. Собівартість 1 ц плодів і ягід визначають відношенням загальної суми витрат на вирощування певної культури і кількості центнерів продукції.

Розрізняють виробничу і комерційну (повну) собівартість плодово-ягідної продукції. Виробнича собівартість включає сукупні витрати живої і уречевленої праці на виробництво 1 ц продукції та її транспортування в межах підприємства.

У неспеціалізованих підприємствах, де витрати планують в цілому по садівництву, визначають середню собівартість усіх видів одержаної продукції. У разі необхідності визначення собівартості кожного виду продукції загальну суму витрат розподіляють між окремими видами пропорційно її вартості за реалізаційними цінами.

Комерційна (повна) собівартість характеризує сукупну суму виробничих витрат з додаванням витрат на збут плодово-ягідної продукції. Сума витрат на реалізацію зазвичай планується в межах 5-10% від виробничої собівартості і включає витрати на транспортування до місця реалізації, фасування, доопрацювання, зберігання, торгові платежі.

Дослідження свідчать про високу залежність ефективності садівництва від рівня виробничих витрат в розрахунку на 1 га площі насаджень. Особливо це підтверджується в спеціалізованих підприємствах, оскільки проведення повного комплексу агротехнічних заходів призводить до значних матеріальних витрат та, відповідно, до підвищення урожайності плодово-ягідних культур, товарності продукції та прибутковості виробництва. Хоча досвід свідчить, що в спеціалізованих підприємствах збільшення витрат призводить до протилежних наслідків. Вони не в змозі щорічно дотримуватись агротехнічних вимог через розосереджування коштів в інші напрямки. А ефективність галузі садівництва залежить, перш за все, від постійного, щорічного вкладення капітальних витрат у виробництво.

Виробнича собівартість плодово-ягідної продукції формується з таких складових:

- ✓ Прямі матеріальні витрати – вартість насіння і садивний матеріал, паливо й мастильні матеріали, добрива, засоби захисту рослин, інші витрати (вапно, вода, електроенергія, опори).
- ✓ Прямі витрати на оплату праці – сума основної і додаткової оплати праці (премії, заохочення, компенсаційні виплати, оплата відпусток) працівникам за роботи, що виконані на виробництві продукції, надані послуги. Витрати на основну оплату праці виписуються з виробничих звітів, або розраховуються відповідно до норм і рекомендацій тарифних ставок. Додаткова заробітна плата обчислюється через співвідношення її до основної оплати праці по галузі.
- ✓ Інші прямі витрати – відрахування на соціальні платежі; плата за оренду основних засобів, земельних ділянок, майнових паїв; витрати на утримання основних засобів виробництва галузі (витрати на освітлення, водопостачання, використання електроенергії); амортизація плодово-ягідних насаджень (амортизаційні відрахування від балансової вартості насаджень здійснюється відповідно до обраного методу з врахуванням строку продуктивного використання культур і норм амортизаційних відрахувань); податки і збори (обов'язкові платежі), які включають у виробничі витрати у зв'язку з чинним законодавством; інші прямі витрати, які прираховують до виробничих.
- ✓ Загальновиробничі витрати – витрати управління підприємством; амортизація необоротних активів загальновиробничого призначення; витрати на утримання, ремонт, страхування, оренду засобів виробництва загальновиробничого призначення; витрати на обслуговування виробничого процесу; витрати на охорону праці та довілля, техніку безпеки.

Рівень собівартості характеризує використання наявного потенціалу господарства, характеризує якісну сторону виробничо-господарської діяльності. Отже і зміна рівня собівартості свідчить про здешевлення, або подорожчання одиниці продукції, що і відбивається на прибутковості.

Прибутковість виробництва продукції садівництва залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів. Основними з яких є: урожайність плодів і ягід, величина виробничих витрат, понесених на 1 га плодоносних насаджень, собівартість 1 ц продукції, обсяг реалізованої продукції, і, відповідно, рівень товарності, ціна реалізації, методи і способи збуту продукції, наявність пропозицій на ринку та рівень платоспроможності населення тощо.

В садівництві визначають два відносних показника прибутковості: в розрахунку на 1 га плодоносної площі насаджень і в розрахунку на 1 ц

продукції. Величина отриманого прибутку в розрахунку на 1 ц і його динаміка пропорційно залежить від собівартості 1 ц плодово-ягідної продукції. Тобто, при зниженні собівартості 1 ц збільшується прибуток.

Інтегральним показником діяльності садівничого сільськогосподарського підприємства є рівень рентабельності. Величина цього показника формується під впливом структури реалізації плодів і ягід, ціни реалізації і собівартості окремих видів, порід і сортів плодово-ягідних культур. Рівень рентабельності продукції садівництва визначається відношенням отриманого прибутку від реалізації продукції до її собівартості реалізації (повної собівартості).

У садівництві багатьох господарств спостерігається періодичність плодоношення плодово-ягідних насаджень, тому економічна ефективність виробництва продукції садівництва визначається в середньому за 4-6 років. Її рівень залежить від виробничих витрат на 1 га саду, урожайності плодів і ягід, якості продукції та цін її реалізації.

Економічна ефективність садівництва, особливо рівень рентабельності. Залежить від ціни реалізації плодів і ягід. Ціни реалізації на продукцію формуються залежно від зон, регіону, сортів і строків реалізації. Ціни реалізації на яблука і грушу в зимовий період підвищуються залежно від тривалості їх зберігання та величині пропозиції на ринку.

2.2.2 Економічна оцінка сортів різних плодово-ягідних культур

Основним резервом збільшення виробництва плодів і ягід є підвищення продуктивності насаджень. Основні її напрямки в садівництві зводяться до виведення нових сортів плодово-ягідних культур, розробка високоефективних типів насаджень, підбір сортових комбінацій. Ринкові умови висувають ряд вимог до сортового складу промислових садів і ягід. Здійснення ретельного відбору найбільш ефективних типів сортів плодово-ягідних культур проводиться для конкретних природно - економічних умов з врахуванням цілей підприємства. При цьому продуктивність не є основним показником, оскільки досягається в результаті різних затрат, а враховуються типи і сорти насаджень, що забезпечують зниження трудомісткості садівництва.

Тому, основне завдання економічної оцінки сортів полягає у визначенні його економічної ефективності і доцільності вирощування в конкретних умовах. Оскільки сорти однієї тієї ж породи різняться між собою урожайністю, скоростиглістю, строками дозрівання, якістю, стійкістю до шкідників і хвороб, строками зберігання, транспортальністю тощо.

Економічна оцінка різних типів насаджень і сортів плодово-ягідних культур визначається комплексом показників, який поділяється на 2 групи:

- перша характеризує матеріальні і трудові витрати – собівартість продукції, трудомісткість і рівень рентабельності;
- друга характеризує ефективність використання землі – урожайність, валова продукція, доход в розрахунку на 1 га насаджень.

Для економічної оцінки різних типів і сортів насаджень необхідно використовувати дані за максимально можливою кількістю років не менш як за 4-6 років в плодівництві та 2 роки – в ягідництві. Розрахунки економічної оцінки типів насаджень і сортів доцільно виконувати в наступній послідовності: спочатку визначають строки переведу багаторічних насаджень в групу плодоносних, питомі капітальні вкладення і витрати праці на їх створення, виробничі витрати і витрати праці, урожайність за всі роки. Потім – вартість продукції за цінами реалізації, собівартість 1 ц плодів і ягід, прибуток, трудомісткість і рівень рентабельності, коефіцієнт економічної ефективності і строк окупності.

Економічне оцінювання сортів найкраще робити в період повного плодоношення на підставі даних про кількість і якість продукції. Проводити оцінку сорту необхідно в цілому по породі та в межах кожної групи сортів за строками дозрівання. Це надає можливість визначити вигідні сорти для кожного періоду дозрівання. З економічних показників оцінки сортів головними є рівень рентабельності і сума прибутку на 1 га насаджень. Крім того, важливим є визначення урожайності, вартості валової продукції з 1 га, затрат праці на 1 ц продукції, собівартості 1 ц, строку окупності.

Методика визначення цих показників наступна:

1. Вартість валової продукції з 1 га визначається за фактичними цінами реалізації продукції даного сорту на підприємстві, або в постійних цінах 2010 р.

2. Собівартість 1 ц продукції досліджуваного сорту визначають за формулою:

$$C_c = \frac{(B_v - B_z) + B_{zc}}{U_{pc}} ; \quad (2.1)$$

де C_c – собівартість 1 ц продукції досліджуваного сорту, грн.

B_v – виробничі витрати по догляду за насадженнями (включаючи витрати на збирання урожаю) в розрахунку на 1 га, грн.

V_z – витрати на збирання урожаю з 1 га насаджень плодово-ягідних культур, грн.

V_{zc} – витрати на збирання урожаю конкретного сорту з 1 га насаджень плодово-ягідних культур, грн.

U_{pc} – урожайність культури даного сорту, ц /га.

Обсяг виробничих витрат по догляду за насадженнями в розрізі сортів однієї й тієї ж плодової (ягідної) культури майже однаковий, проте різниця складається залежно від їх урожайності - сума виробничих витрат нового сорту буде відмінною від суми витрат на величину затрат на збирання урожаю нового сорту.

3. Трудомісткість виробництва сортів плодових і ягідних культур визначають за формулою:

$$T_c = \frac{(T - T_z) + T_{zc}}{U_{pc}} ; \quad (2.2)$$

де T_c – трудомісткість 1 ц плодів (ягід) нового сорту, люд. год.

T – затрати праці на 1 га насаджень плодових чи ягідних культур, люд. год.

T_z – витрати праці на 1 га насаджень плодових чи ягідних культур на збирання урожаю, люд. год.

T_{zc} - витрати праці на 1 насаджень плодових чи ягідних культур на збирання урожаю даного сорту; люд. год.

4. Прибуток з 1 га досліджуваної породи або сорту визначають множенням прибутку в розрахунку на 1 ц (різниця між середньою ціною і повною собівартістю) на урожайність цієї породи (сорту).

5. Рівень рентабельності визначають як відношення загальної суми прибутку до собівартості товарної продукції садівництва.

2.2.3 Економічна ефективність інтенсивної технології вирощування садів промислового типу

Інтенсифікація садівництва являє собою основну форму розширеного відтворення, яка шляхом оптимізації обсягів і засобів виробництва продукції, раціонального їх використання, удосконалення технології і організації виробництва забезпечує збільшення виробництва високоякісної продукції з

одного гектара насаджень плодово-ягідних культур, зниження собівартості і трудомісткості продукції.

Інтенсивним є сад, в якому при оптимальному співвідношенні основних виробничих фондів, оборотних засобів і засобів праці досягається більш висока ефективність виробництва порівняно з найбільш поширеним типом насаджень в конкретних природно - економічних умовах.

Основу інтенсивних або екстенсивних систем ведення садівництва складають типи плодово-ягідних насаджень. Під типом насаджень розуміють загальну техніко-економічну характеристику саду і ягідника, яка включає форму крони дерев, схему їх висадки, сортову та підщепну комбінацію тощо.

Типи плодкових і ягідних насаджень, як найбільш динамічні фактори технології промислового садівництва, під впливом ряду економічних факторів постійно змінюються. В сьогоdnішній час у садівництві використовують декілька типів крон промислового значення. Для зерняткових порід – сади з округлою кроною з загущеною висадкою, пальметні, площинною кроною, шпалерно - карликові; для кісточкових порід – сади з округлою і площиною кроною дерев.

Визначений тип насаджень не може бути універсальним. Окремо обраний тип може бути достатньо ефективним в одному регіоні і одночасно поступатися показниками ефективності в іншому. Досвід показує, що шпалерно – карликові та напівкарликові сади є високоінтенсивними в південних регіонах України, водночас в північних областях краще показали себе пальметні сади інтенсивного типу. Тому, вибір інтенсивного типу плодово-ягідних насаджень залежить від конкретних природно – економічних умов і мети виробництва.

Проведені Інститутом садівництва УААН, дослідження з економічної ефективності багатьох типів садів і ягідників у різних природно – економічних зонах України визначили комплекс показників економічної оцінки типів насаджень. До цих показників відносять: капітальні вкладення на створення 1 га насаджень (балансова вартість 1 га насаджень), грн.; затрати праці на створення 1 га саду (ягідника), люд. год.; рік вступу їх у товарне плодоношення; урожайність (тон /га) плодів – за 4-6 років, ягідників – за 2 роки, у тому числі вищий і перший товарні сорти у відсотках до валового збору; виробничі витрати на 1 га насаджень, грн.; собівартість реалізації 1 ц плодів, ягід, грн.; витрати праці на виробництво 1 ц плодів, ягід, люд. год.; прибуток з 1 га саду, ягідника, грн.; рівень рентабельності виробництва продукції, %; коефіцієнт економічної ефективності капітальних вкладень у створення насаджень; строк окупності, років.

Рік вступу саду в товарне плодоношення залежить від біологічних особливостей плодкових культур, високого рівня агротехнічних заходів. Дослідженнями встановлено, що переводити молоді насадження в категорію плодоносних найдоцільніше в кінці того року, в якому вартість одержаної продукції за фактичними цінами її реалізації перевищує всі витрати поточного року, з врахуванням витрат на догляд за молодими насадженнями, витрат на збирання і умовної суми амортизаційних відрахувань з балансової їх вартості. Тільки після одержання такого врожаю молоді сади (ягідники) враховуються у складі плодоносних.

Строк переведення молодих садів (ягідників) до складу плодоносних обчислюється за формулою:

$$ВП)3d + 3z + A, \quad (2.4)$$

де $ВП$ – вартість продукції отриманої з молодих насаджень за діючими цінами, грн.

$3d$ – витрати поточного року на догляд за молодими насадженнями, грн.;

$3z$ – витрати поточного року на збирання плодів і ягід з молодих насаджень, грн.;

A – сума амортизаційних відрахувань з балансової вартості молодих насаджень на початок планового року, грн.

Балансова вартість плодово-ягідних насаджень складається з суми капітальних вкладень (інвестицій) на створення садів і ягідників. До витрат відносять: витрати на підготовку земельної ділянки, садіння саджанців (маркування площі, копання ям, внесення органічних і мінеральних добрив); витрати по догляду за молодими насадженнями (з року садіння до вступу їх в категорію плодоносних); вартість проектно-кошторисної документації на влаштування садів, ягідників; орендна плата за землю.

Для оцінки економічної ефективності капітальних вкладень у багаторічні насадження обов'язково враховують середній час трансформації капітальних вкладень. Цей показник характеризує середню тривалість часу, протягом якого капітальні вкладення використовуються в інвестиційному процесі та визначає доцільний тип плодово-ягідних насаджень серед декількох варіантів за найменшою величиною.

Середній період трансформації капітальних вкладень дозволяє визначити період обов'язкових вкладень і суму інвестицій для створення саду:

$$T_{тр} = \frac{\sum_{i=1}^n K_i \cdot T_c}{K_{вн}} ; \quad (2.5)$$

де $T_{тр}$ – середній період трансформації капітальних вкладень у діючі основні засоби виробництва, роки;

K_i – обсяг капітальних вкладень i -го року створення, грн.;

T_c – кількість років. Що залишається до переведення молодих насаджень у склад плодоносних, років;

$K_{вн}$ – загальний обсяг капітальних вкладень (інвестицій), грн.

Розрахунок приведемо на прикладі: обсяг капітальних вкладень на створення 1 га яблуні шпалерно - карликого типу (форма крони площина, слаборосла підщепа, схема садіння 4,0x2,5) складає 46, 4 тис грн., тривалість створення 3 роки. Приклад розрахунку наведено в таблиці 2.4.

Отже, $T_{тр}=2,15$.

Таблиця 2.4

Розрахунок середнього часу трансформації капітальних вкладень у плодоносні насадження

Роки створення	Річні капітальні вкладення, тис. грн.	Кількість років, яка залишилася до переведення	Витрати – роки (2x3)
Перший	16,2	3	48,6
Другий	21,0	2	42,0
Третій	9,2	1	9,2
Всього	46,4	3	99,8

Як бачимо на прикладі сад створюється 3 роки, але капітальні вкладення задіяні в процесі створення 2,15 роки. Тому, з 46,4 тис. грн. інвестицій підприємець використовує 33,2 тис. грн. (46,4:4) саме на створення саду, а залишок може використати як обігові кошти тощо.

Основні показники ефективності капітальних вкладень (інвестицій) у створення садів і ягідників в роки їх плодоносного використання - коефіцієнт економічної ефективності і строк окупності.

Коефіцієнт економічної ефективності створення садів і ягідників визначається за формулою:

$$E_{cm} = \frac{П}{К_{вн}} \cdot К_{н}; \quad (2.6)$$

де E_{cm} – коефіцієнт економічної ефективності створення садів і ягідників;
 $П$ – прибуток (чистий дохід) з 1 га плодкових чи ягідних насаджень, грн.;

$К_{н}$ – коефіцієнт, що враховує питому вагу насаджень в обсязі всіх основних засобів, задіяних у виробництво (первинні дані бухгалтерського обліку, або норматив).

Строк окупності капітальних вкладень створених насаджень визначається за формулою:

$$Ток = \frac{1}{E_{cm}} \cdot Т_{mp}; \quad (2.7)$$

де $Ток$ – строк окупності капітальних вкладень.

У випадках, коли важливо визначити кращий варіант за економічною ефективністю капітальних вкладень, доцільним може бути використання показника приведених витрат, який визначається за формулою

$$V_{пр} = C + E_n \cdot K_{вн}; \quad (2.8)$$

де $V_{пр}$ – приведені витрати, грн.;

C – витрати виробництва, грн.

Приведені витрати визначають як за повною сумою капітальних вкладень і виробничих витрат, так і за питомими величинами (на 1 га, 1 ц).

Для повної оцінки економічної ефективності капітальних вкладень (інвестицій) у створення плодово-ягідних насаджень використовують такі додаткові показники як обсяг валової, товарної продукції, матеріаломісткість і енергомісткість.

2.2.4 Шляхи підвищення економічної ефективності виробництва плодів і ягід

Сприятливі природні умови для вирощування всіх плодкових і ягідних культур, помірний клімат в поєднанні з традиціями давнини дозволяють Україні займати провідне місце серед країн найбільш розвинутого промислового виробництва.

Сучасний рівень виробництва плодів і ягід в Україні занадто низький. Існує великий розрив між нормою і фактичним рівнем їх споживання. Тому, значне збільшення виробництва продукції садівництва на перспективу є одна з першочергових завдань агропромислового комплексу України. Для досягнення цієї мети в садівництві переважними будуть напрями підвищення ефективності використання землі, виробничих фондів, а також матеріальних, трудових ресурсів і капітальних вкладень.

Досягнення цих результатів в нинішній час можливо шляхом інтенсивного розвитку виробництва. Темпи розвитку садівництва і підвищення його ефективності безпосередньо залежить від рівня науково-технічного прогресу в галузі, ступеня використання його досягнень у виробництві. Значення науково – технічного прогресу в галузі полягає у використанні нових і удосконаленні діючих основних засобів виробництва, предметів праці та технологій вирощування; промислової переробки, зберігання плодів і ягід; в прискоренні процесів відтворення та оновлення фізично і морально застарілих типів насаджень, сортів плодово-ягідних культур; удосконаленні організаційних структур, форм організації і морального стимулювання праці.

В садівництві визначають чотири групи факторів науково – технічного прогресу: технічні, технологічні, біоекономічні і організаційні.

До першої групи відносять створення технологічної, матеріально – технічної бази та виробничої інфраструктури, меліорацію (зрошення) і хімізацію (використання добрив і засобів захисту рослин від шкідників і хвороб).

Обов'язковою умовою інтенсифікації садівництва і переходу на промислову основу є створення матеріально – технічної бази. Формування оптимального складу основних виробничих фондів досягається за рахунок цільового напрямку виділення та засвоєння капітальних вкладень.

Підвищення рівня механізації виробництва плодів і ягід є одним з факторів успішного розвитку садівництва. Проте, оскільки, садівництво відноситься до найбільш трудомістких галузей сільського господарства рівень механізованих робіт в загальних витратах не перевищує 15-20%, навіть при можливому використанні сучасних систем машин.

В структурі витрат праці на виробництво більш 85% витрат складають витрати на проведення робіт по догляду за насадженнями та збирання врожаю. Ці види робіт здійснюються вручну. Обрізування є одним з найбільш дійових прийомів, що впливають на ріст і розвиток плодкових дерев. Регулярне обрізування дерев поряд з іншими агротехнічними заходами забезпечує

одержання приросту урожайності до 40-50 ц/га. В структурі витрат праці догляд за кронами займає до 20%. Проте, трудомісткість процесів зменшують за рахунок використання контурних механізованих обрізчиків. Використання машини з ріжучим апаратом скорочує витрати ручної праці втричі.

Для підвищення рівня механізації збиральних робіт в садівництві доцільно плодови і ягідні насадження розподіляти на 2 групи: насадження, плоди яких збирають вручну з використанням різних приладів; насадження, де збирання врожаю здійснюється за допомогою вібраційних та інших типів машин.

Впровадження комплексної механізації збирання плодів дозволяє знизити трудові затрати на ці операції не менш як у 10 разів. Для цього в Інституті зрошуваного садівництва УААН підібрані сорти і розроблена форма крони кісточкових культур, яка забезпечує ефективну роботу плодозбиральної машини МПУ-1. Затрати праці при збиранні плодів цією машиною з одного дерева в середньому складають 1,5-2 хв. Тому, ті сади, що розраховані на механізоване збирання плодів необхідно закладати рекомендованими сортами порід в поєднанні з прогресивними способами формування і обрізування крони, через створення жорсткої її конструкції. Недоліком механізованого збирання є недостатньо високе пошкодження плодів і в подальшому використання цієї продукції лише для промислової переробки. В той час як при ручному збиранні плодів значно підвищується товарна їх оцінка.

Зниження витрат праці при навантажувально – транспортних роботах здійснюється за рахунок використання контейнерів, піддонів і транспортних навантажувачів. За даними дослідів продуктивність праці при поточному збиранні та транспортуванні плодів підвищується в 1,5-2 рази.

Найбільш ефективним фактором підвищення продуктивності садів і ягідників є зрошення, особливо в південних областях. Призначення його зводиться до оптимізації водяного і повітряного режимів. У садівництві застосовують такі способи поливу: поверхневі (по борознах, чашах), дощування, крапельне зрошення, внутрішньогрунтове зрошення.

В садівничих господарствах урожайність садів в умовах зрошення більша на 80-85 %, ніж у садах на багарі.

Південні райони України належать до зони недостатнього природного зволоження. Значна економія води досягається при зрошенні краплинним способом. Прибавка урожаю зерняткових порід при цьому становить 20-65 ц/га, кісточкових – 20-40 ц/га в залежності від способу зрошення. Максимальна

ефективність зрошення досягається при регулярному проведенні поливу відповідно потребі дерев у волозі протягом вегетаційного періоду.

Дослідженням встановлено наявність високої ефективності використання мінеральних і органічних добрив в садах і ягідниках. За даними Інституту садівництва НААН України кожний центнер мінерального добрива (діючої речовини) забезпечує додаткове отримання продукції до 4-6 ц плодів в Поліссі, 6-8 ц – Лісостепу, 8-12 ц – в Степу.

Вченими розроблена та використана система добрив в залежності від стану ґрунту. З органічних добрив вносять гній, компост. Основними мінеральними добривами є азотні (аміачна селітра, сечовина), фосфорні (суперфосфат і амофос) і калійні (калійна сіль, хлористий калій, сульфат калію). Розрахункові норми добрив встановлюються наступним чином:

- передсадивне удобрення: під оранку вносять по 40 тонн / га гною, або еквівалентно компосту. В кожному посадковому яму: гною – 8-10 кг, фосфору – 0,2-0,3 кг, калію – 0,1-0,2 кг.;
- удобрення молодих насаджень: вносять лише азотні добрива в розрахунку 30-45 кг /га один раз у 2-3 роки, у подальші роки – 45-60 кг / га д.р.;
- удобрення плодоносних насаджень: органічні добрива 30-40 тон /га один раз у 2-4 роки, азотні добрива – 60-90 кг / га д.р., фосфорні – 20-45 кг / га д.р., калійні – 45-70 кг /га д.р.

В умовах інтенсифікації зростає необхідність використання хімічних засобів захисту рослин від шкідників і хвороб. З метою охорони навколишнього середовища і забезпечення високої якості плодів необхідно впровадження комплексної системи захисту насаджень і біологічних заходів.

До технологічних факторів науково-технічного прогресу в садівництві відносять вдосконалення існуючих і створення нових механізмів плодів і ягід, вирощування оздоровленого посадкового матеріалу тощо. Підґрунтя сучасних технологій виробництва плодово-ягідної продукції складають насадження інтенсивного типу. Найбільш перспективними є насадження з коротким циклом відтворення, за якими зводяться до мінімуму або зовсім виключаються ручне обрізування дерев; сировинні сади, в яких обмежується використання хімічних засобів захисту рослин від шкідників і хвороб та забезпечується повна механізація всіх виробничих процесів; насадження, в яких використовуються безпечні технології з метою отримання високоякісної продукції для споживання у свіжому вигляді (особливо кісточкових і ягідних культур).

До групи біоекономічних факторів науково – технічного прогресу відносять формування породно – сортового складу садів і ягідників, виведення нових і вдосконалення високоефективних сортів, підбір подвоїв і сортоподвійних комбінацій. Впровадження нових перспективних сортів відноситься до найбільш ефективних факторів інтенсифікації садівництва. Разом з високопродуктивними якість сорт повинен володіти скоростиглістю, стабільністю плодоношення, відрізнятися помірним ростом, невисокою трудомісткістю, бути прийнятними до використання засобів механізації в садах і ягідниках, забезпечувати швидку окупність вкладень на створення насаджень.

У корисній ґрунтово – кліматичній зоні з районованих сортів доцільно вирощувати найбільш продуктивні, зимостійкі сорти різного строку досягання. Сортовий склад культур розглядають як найбільш надійний і економічно вигідний фактор швидкого підвищення врожаю і його якості. Кожний сорт здатен давати продукцію лише певної якості і властивості, які відомі вже при закладці насаджень і не змінюються протягом багатьох років плодоношення. В зв'язку з цим обґрунтуванню породно-сортового складу садів належить вирішальна роль в раціональній організації і побудові галузі садівництва. Коротка характеристика перспективних сортів плодових культур наступна:

Яблуна. Літні сорти: Алі паруса (20-25 тон/га), Мелба (18-25 тон/га), Паніровка (10-15 тон/га), вступають у плодоношення на 3-4 рік.; осінні сорти: Гала, Слава переможцям, Сентябрьське красне, Прима, Салгирське урожайність 25-30 тон/га вступають у плодоношення на 3-4 рік (Салгирське – на 2-3, Сентябрьське красне -на 4-5рік); зимові сорти: Айдаред, Голден Делішес, Голдспур, Кимерія, Кальвіль сніговий, Кримське зимове, Мантуанер, Ренет Симиренко, Рум'яний альпініст, Спартан, Старкримсон характеризуються середньою силою росту дерев. Урожайність від 20 до 33 т/га, в залежності від сорту, вступають у плодоношення на 3-4 рік.

Груша. Літні сорти: Бере Жиффар, Бере прекокс Мореттіні вступають у плодоношення на 6-7 рік, урожайність – 10-12 і 13-15 т/га відповідно. Вільямс, Вільямс Руж Дельбара вступають у плодоношення на 4-5 рік, урожайність 18-20 т/га; осінні сорти: Вікторія, Гранд Чемпіон, Десертна, Таврійська, Шунтукська, Якимівська вступають в плодоношення на 5-6 рік, Надія Степу і Янтарна – на 6-7 рік, урожайність від 18 до 30 т/га.

Черешня - Мелітопольська рання, Престижна, Скороспілка – урожайність 37-41 кг/дер.; Дачниця, Дилема, Електра – 45-47 кг/дер.; Дніпровка, Донецька красавиця, Іскра, Тавричанка, Ярославна – 50-53 кг/дер.; Догана жовта, Дружба,

Присадибна, Сюрприз, Червнева рання – 55-58 кг/дер.; Валерій Чкалов, Казка – 60-62 кг/дер.; Анонс, Талісман, Удівительна – 69-71 кг/дер.; Крупноплідна, Мелітопольська Красна – 76-77кг/дер.; Виставочна – 80 кг/дер.; Мелітопольська чорна – 87 кг/дер. Практично всі перелічені сорти відрізняються високою зимостійкістю генеративних утворень, стійкі до моніліозу.

Вишня - Встреча, Мелітопольська десертна, Ожиданіє – 25 кг/дер.; Гріот Мелітопольський, Гріот Подбельський, Любська, Примітна, Тургенівка – 30 кг/дер.; Жуковська – 37 кг/дер.; Ігрушка – 45 кг/дер.

Слива - Анна Шпет, Ренклюд Альтана, Угорка ажанська, Угорка донецька – 50 кг/дер.; Ренклюд ранній, Угорка донецька рання – 60 кг/дер.; Волошка, Стен лей – 70 кг/дер.

Абрикос - ранні і середньоранні сорти: Буревісник Мелітопольський ранній, Мелітопольський лучистий, Зоряний - урожайність становить від 10 до 15 т/га; середній строк досягання: Ананасний Цюрупинський, Краснощокій, Олімп, Парнас – урожайність від 8 до 14 т/га; пізній строк досягання: Авіатор, Консервний пізній, Мелітопольський пізній, Сульмона, Кримський Амур – урожайність становить від 8 до 12 т/га.

Персик. Ранні і середньоранні сорти: Дніпровський, Златогор, Київський ранній, Кремлівський, Чемпіон – урожайність від 12 до 16 т/га; Мелітопольський ясний, Кримський феєрверк, Сочний – до 30 т/га; середній строк досягання: Восток-3, Редхавен, Сказка – від 11 до 17 т/га; Молодіжний, Пам'ять Шевченка, Поломок, Славутич – 14-20 т/га; пізній строк досягання: Золота Москва, Ювілейний, Знамя, Кримська осінь – від 13 до 20 т/га, Золотистий – 29-40 т/га.

Сортовий склад культур розглядають як найбільш надійний і економічно вигідний фактор швидкого підвищення врожаю і його якості. Кожний сорт здатен давати продукцію лише певної якості і властивості, які відомі вже при закладанні насаджень і не змінюються впродовж багатьох років плодоношення. В зв'язку з цим обґрунтуванню породно-сортового складу садів належить вирішальна роль в раціональній організації і побудові галузі садівництва.

Інститутом садівництва НААН розроблено породно-сортове співвідношення, яке передбачає раціональне розміщення порід і сортів по зонам України (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Рекомендоване породно-сортове співвідношення по зонам
плодівництва України, %**

Порода	Поіся	Лісостеп	Центральний степ	Південний Степ	Закарпаття	Крим
Яблуня	79	74	67	53	59	55
у т.ч. сорти літні	5	5	5	5	5	5
осінні	15	15	15	15	15	10
зимові	80	80	80	80	80	85
Груша	8	8	10	12	10	13
у т.ч. сорти літні	50	25	40	33	30	30
осінні	35	62	40	42	50	30
зимові	15	13	20	25	20	40
Айва	-	-	1	-	1	1
Вишня	5	7	7	6	1	3
Черешня	1	2	4	11	7	8
Слива	5	7	8	6	18	5
Абрикос	1	1	1	6	1	2
Персик	-	-	1	4	2	12
Алича	1	1	1	1	1	1

До основних організаційних факторів в садівництві відносять поглиблення спеціалізації, раціональне розміщення і концентрація галузі, інтеграції виробництва, промислова переробка і збереження плодів і ягід, прогресивні форми організації виробництва і реалізації продукції, організація і матеріальне стимулювання праці.

2.2.5 Механізм формування ціни на плодове продукцію

При виборі методу ціноутворення на підприємстві враховують весь аналіз інформації, який отримано у попередніх етапах, а саме аналіз цін і якості продукції конкурентів, оцінка витрат на виробництво, визначення попиту на продукції та інше. Ціну на плодове продукцію можна визначити різними способами, кожен за яких по різному впливає на її рівень.

Обраний метод дозволяє визначити орієнтований рівень ціни. Остаточна ціна встановлюється після врахування додаткових факторів, які можуть вплинути на визначений рівень: реакція споживачів на встановлений рівень ціни, конкурентів, посередників, відповідність цілям цінової політики господарства. При визначенні ціни на продукцію повинні враховуватись не тільки інтереси товаровиробників та інтереси споживачів. Деякі методи ціноутворення (перш за все це витратні методи) враховують тільки інтереси виробників, які прагнуть відшкодувати свої витрати і отримати прибуток, при цьому не береться до уваги відповідність адекватної ціни ступеню якості та корисності цієї продукції для споживача. Якщо підійти до ціни з позиції корисності (тобто з позиції споживача), то випускають з уваги вигідність цієї ціни виробникові. Отже формування ціни на плодону продукцію та вплив на її рівень є симбіоз інтересів споживачів та товаровиробників.

Існуючі методи ціноутворення мають ряд переваг та недоліків (табл. 2.6), врахування яких доцільно при виборі методу ціноутворення. При розрахунку ринкової ціни на плодону продукцію найбільш поширеними методами є витратні методи ціноутворення. Поширеним використанням цих методів користуються господарства з середнім та низьким рівнем спеціалізації садівництва.

Суть даного методу, що базується на визначенні повних витрат полягає в сумуванні сукупних витрат (змінних та постійних) та прибутку, що планується. При визначенні ціни пропозиції прибуток може спрямовуватись на просте та розширене відтворення. Розрахунок орієнтованої ціни пропозиції здійснюється за формулою:

$$Ц_i = \left(3Bo + \frac{PB}{Q} \right) \cdot Kpv \quad (2.9)$$

де C_o – ціна пропозиції плодової продукції,

$3Bo$ – змінні (прямі) витрати на одиницю продукції;

PB – загальна сума постійних витрат на дану продукцію;

Q – обсяг продукції, яку планується реалізувати;

Kpv – коефіцієнт розширеного відтворення з врахуванням приведених витрат на закладку та догляд саду.

Беззбиткову діяльність та сплату обов'язкових бюджетних платежів забезпечує рівень прибутку у розмірі 5-7%. Цей рівень прибутковості вважається доцільним для підприємств, які знаходяться в умовах обмежених фінансових можливостей, а їх продукція характеризується низькою якістю та неконкурентоспроможністю на ринку. Але цей рівень прибутку може

задовольнити тільки на початковому етапі, оскільки закладений рівень прибутку у цьому розмірі не покриває необхідні витрати по відтворенню багаторічних насаджень. Питомі вкладення на створення плодкових насаджень коливаються в залежності від схеми розміщення дерев та природно-кліматичних зон (для використання зрошення, або без використання останнього).

Для рівномірного розподілу цих витрат протягом всього періоду промислового використання доцільно застосовувати коефіцієнт приведення витрат на закладку та догляд саду. Розрахунок здійснюють на основі нормативів питомих капітальних вкладень на створення плодкових насаджень для зони Лісостепу та Степу у двох варіантах: без зрошення та із зрошенням. Розрахунки коефіцієнта розширеного відтворення достатньо відрізняється як по культурам та в залежності від використання зрошуваних систем, або за відсутністю останніх. Для отримання прибутку, який забезпечить розширене відтворення без використання зрошення коефіцієнт приведених витрат повинен бути в межах 0,4 (або 40%); при використанні зрошуваних систем за рахунок значного підвищення урожайності - дорівнюватиме 0,23 (або 23 %).

Ціна пропозиції повинна розраховуватись з урахуванням норми прибутку (відношення прибутку до середньорічної вартості основних фондів та обігових засобів) на рівні не нижчим середнього по галузях агропромислового комплексу у розмірі 15 %. Орієнтований рівень ціни з врахуванням норми прибутку дозволить отримати дохід на авансований у виробництво капітал. В цьому випадку формула розрахунку ціни матиме вигляд:

$$Ц_i = 3V_o + \frac{ПВ + (ВФ_{осн.} + ВФ_{об.}) \cdot Н_{пр}}{Q} \quad (2.10)$$

де $ВФ_{осн.}$ – середньорічна вартість основних фондів в розрахунку на 1 га саду;

$ВФ_{об.}$ – вартість обігових засобів з урахуванням коефіцієнту обігу;

$Н_{пр}$ – норма прибутку

Таблиця 2.6

Основні переваги та недоліки методів ціноутворення плодової продукції

Методи ціноутворення	Сутність методу	Переваги	Недоліки
Витрати:			
- метод повних витрат	Визначення повних витрат через сумування сукупних витрат та бажаного рівня прибутковості.	Простота при використанні	Не враховує дійсний внесок цієї продукції у дохід підприємства.
- метод прямих витрат	Встановлення ціни сумуванням змінних витрат та маржинального прибутку	Дозволяє врахувати дійсний внесок продукції в дохід підприємства	Не враховують ринкову ситуацію на ринку
- метод беззбитковості	Встановлення ціни з врахуванням запасу безпеки.	Дозволяє варіювати ціною реалізації в залежності від якості продукції.	Мінімальна ціна реалізації не враховує стихійність ринку.
Ринкові:			
- метод поточної ціни	Встановлення ціни реалізації з початком «сезону реалізації»	Враховує ціну конкурентів, яка задовольняє купівельним вимогам споживача.	Не гарантує покриття понесених витрат.
- метод рівноваги витрат і стану ринку	Встановлення ціни з врахуванням попиту на плодову продукцію, рівня співвідношення цін виробництва і цін конкурентів.	Повне врахування всіх факторів формування ціни на ринку.	Складність проведення попередніх досліджень.
- метод за рівнем попиту	Встановлення ціни з врахуванням відповідності запропонованої продукції споживачу	Дає можливість корегування рівня ціни в залежності від ценової еластичності. З'являється можливість прогнозування поведінки споживачів відносно коливання цін.	Складність отримання інформації.
Параметричні:			
- метод бальної оцінки споживчої якості	При визначенні ціни враховують параметри плодової продукції (якість, корисність, зовнішній вигляд).	Дає уяву товаровиробнику про конкурентоспроможність своєї продукції на основі експертних оцінок.	Суб'єктивність експертних оцінок.

Джерело: авторська розробка

Вартість обігових фондів сільськогосподарського призначення, які використовують при виробництві плодової продукції розраховується як різниця між сумою витрат на виробництво товарної продукції (повною собівартістю) та сумою амортизації основних засобів. Середньорічна вартість оборотних засобів по кожному виду продукції коригується коефіцієнтом обігу оборотних засобів, який залежить від тривалості виробничого циклу, специфіки використання добрив та ядохімікатів, терміну обороту фонду оплати праці тощо. Коефіцієнт обігу оборотних засобів при виробництві плодової продукції приймається в залежності від тривалості виробничого циклу окремо по кожній плодової культурі.

Слід відмітити, що витратний метод визначення ціни з використанням загальної суми повних витрат включає до себе загальну суму постійних затрат в цілому по підприємству, а не затрат для виробництва саме плодової продукції. Тому цей метод віднесення на собівартість продукції загальної суми постійних витрат є умовним і не враховує дійсний внесок даної продукції в доход підприємства.

В цьому випадку доцільне використання методу визначення ціни, орієнтуючись на загальну суму прямих витрат. Суть даного методу полягає у встановленні орієнтованої ціни шляхом додавання до змінних витрат визначеного прибутку. Тут постійні витрати не розподіляються по окремих видах продукції, а погашаються з різниці між виручкою від реалізації всієї продукції та змінними витратами на її виробництво. Ця різниця отримала назву маржинального прибутку, який повинен містити в собі частку рентабельності і суму для покриття загальних постійних витрат на виробництво товарної продукції у підприємстві.

Визначення орієнтованої ціни методом прямих витрат починається з оцінки потенційного обсягу реалізації продукції за ціною пропозиції та розраховується за формулою:

$$Ці = 3Bo + Пм , \quad (2.11)$$

де $Пм$ – величина маржинального прибутку в розрахунку на одиницю продукції.

Даний метод дозволяє встановити орієнтований рівень ціни реалізації в залежності від зміни обсягу товарної продукції. З урахуванням скорегованого обсягу реалізації визначається оптимальна ціна при найбільшому рівні запланованого прибутку. Цей метод дозволяє з урахуванням умов збуту

знаходити оптимальне поєднання обсягів виробництва, цін реалізації та витрат. Тому при досягненні рівня реалізації, при якому покривається вся загальна сума постійних витрат, товаровиробник має можливість знизити рівень ціни.

Останнім часом при використанні затратних методів ціноутворення використовують метод, що ґрунтується на аналізі беззбитковості виробництва. Беззбитковість виробництва забезпечує нульовий рівень рентабельності, тому в даному випадку ціна реалізації повинна хоча б на мінімальному рівні забезпечувати віддачу сукупних витрат.

Умова беззбитковості виробництва характеризується рівнянням:

$$Vp = PV + 3Bo \cdot Q, \quad (2.12)$$

де Vp – виручка від реалізації продукції.

При умові беззбитковості виробництва доцільно провести розрахунок мінімальної ціни реалізації, яка відповідатиме умові вищезгаданого рівняння (2.12).

$$Ц_{мін} = \frac{Q \cdot 3Bo + PV}{Q}, \quad (2.13)$$

Порівняння мінімального рівня ціни з орієнтовано запланованим дозволяє розрахувати рівень запасу безпеки, або можливий відсоток зниження орієнтовано запланованої ціни до рівня нульової прибутковості:

$$3б = \frac{Ці - Ц_{мін}}{Ці} \cdot 100, \quad (2.14)$$

де $3б$ – запас безпеки,

$Ці, Ц_{мін}$ – рівні запланованої та мінімальної цін.

Ризик отримання нульового прибутку характеризує величина рівню безпеки: чим вищий рівень безпеки, тим менший ризик та навпаки. Одночасно запас безпеки за рівнем орієнтовано запланованої ціни характеризує зміни маси прибутку в залежності від зміни рівня ціни:

$$Пзб = \frac{3б \cdot Ці \cdot Q}{100}, \quad (2.15)$$

де $P_{зб}$ – прибуток, що отримує господарство при відповідному рівні безпеки.

Метод «безбитковості» дозволяє порівняти розміри одержаного прибутку при різних рівнях запланованих цін та дає можливість реалізовувати плодovu продукцію за такою ціною, яка забезпечує досягнення мети ціноутворення. Норма безбитковості дає рівень мінімального обсягу товарності для відновлення сукупних витрат на виробництво продукції.

Головною перевагою витратних методів ціноутворення є їх простота при використанні. Товаровиробник чітко орієнтується в затратах, при цьому не звертає уваги на зовнішнє середовище ринкового попиту. Найбільша кількість садівничих підприємств використовують затратно-розрахунковий метод при встановленні оптимального рівня ціни на свою продукцію. Кінцевий рівень ціни встановлюється тільки перед початком «сезону реалізації» плодової продукції. С початком так званого «сезону реалізації» вступає в дію фактор конкуренції, який має вагомий вплив на механізм ціноутворення. Рівень ціни, який встановлюється господарством може бути зависоким, трохи нижчим, або на рівні ціни конкурентів. Цей метод встановлення ціни має назву «метод поточних цін» та являє собою результат спільного оптимального рішення і відноситься до ринкових методів ціноутворення. Це, перш за все, стосується реалізації тієї плодової продукції, яка за своїми зовнішніми якістьами не відрізняється від продукції конкурентів, ціна яких вже встановлена і задовольняє купівельним вимогам споживача.

Серед параметричних методів найбільш привабливим для визначення ціни на плодovu продукцію є метод бальної оцінки споживчої якості. Оскільки при аналізі виробничих витрат встановлено, що норми витрат матеріальних та трудових ресурсів змінюють так звані параметри плодової продукції (якість, корисність, зовнішній вигляд). Даний метод дозволяє встановити ціну на продукцію в залежності від її споживчих якостей з врахуванням нормативних витрат на одиницю параметра продукції.

Суть даного методу полягає в присвоєнні кожному параметру визначеного числа балів, сумування яких дає загальну оцінку даної продукції. Доцільно даний метод використовувати при порівнянні плодової продукції, яка пропонується товаровиробником з продукцією конкурентів на ринку та дає змогу мати уяву про її конкурентоспроможність.

Визначення орієнтовано запланованої ціни на продукцію здійснюється шляхом визначення ціни одного балу параметру та вагомості даного параметру при ціноутворенні. Так, наприклад, при купівлі яблук споживач знаючи про

корисність цього продукту звертає увагу на зовнішній вигляд, який одночасно характеризує його якість. Тому вагомість даних параметрів можна розподілити наступним чином: 0,3, 0,35, 0,35 відповідно за параметрами.

Приведемо приклад розрахунку ціни 1 кг яблук за допомогою методу бальної оцінки споживчої якості при наступних умовах:

Таблиця 2.7

Параметри продукції для визначення ціни реалізації

Продукція	Параметри					
	Корисність		Зовнішній вигляд		Якість	
	бали	Коефіцієнт вагомості	бали	Коефіцієнт вагомості	бали	Коефіцієнт вагомості
Запропонована товаровиробником	45	0,3	70	0,35	80	0,35
Конкурентна	45	0,3	65	0,35	75	0,35

Перевагою цього методу є те, що товаровиробник перед початком сезону реалізації плодової продукції на ринку та в залежності від переваг або недоліків своєї продукції перед конкурентною має можливість встановити відповідну ціну своєї продукції. При даних умовах ціна, що склалася на ринку дорівнює 1 грн. Тоді ціну, за якою буде реалізовувати товаровиробник можна розрахувати за формулою:

$$C = \frac{C_k}{\sum (B_{k_i} \cdot K_{v_i})} \cdot \sum (B_{n_i} \cdot K_{v_i}) \quad (2.16)$$

де C_k – ціна, що склалася на ринку (ціна конкурентів);

B_{k_i}, B_{n_i} – бальна оцінка i – го параметру конкурентного та товару, що пропонується;

K_{v_i} – вагомість відповідного параметру .

Тоді згідно формули ціна 1 кг яблук буде дорівнювати:

$$C = \frac{3,0}{(45 \cdot 0,3 + 65 \cdot 0,35 + 75 \cdot 0,35)} \cdot (45 \cdot 0,3 + 70 \cdot 0,5 + 80 \cdot 0,35) = 3,44 \text{ грн.}$$

Аналогічним способом можна розрахувати реальну ціну, якщо продукція, що пропонується за деякими параметрами уступає конкурентній, також розрахувати ціну відносно товарам заміникам. При використанні даного методу головним є чітко визначити всі переваги і недоліки своєї продукції. Цей метод ґрунтується на основі експертних оцінок і передбачає ретельний аналіз продукції конкурентів. Остаточний вибір методу ціноутворення плодової

продукції здійснюється після проведення ретельного аналізу ринкової ситуації, фінансових можливостей підприємства та його цілей, а також після зважування всіх переваг та недоліків методів ціноутворення.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
2. Болтянська Л.О. Економічна оцінка типів насаджень та ефективність вирощування садів промислового типу / Л.О. Болтянська // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) - Мелітополь.- 2013, №3 (23).- С. 54-59
3. Болтянська Л.О. Ефективність інтенсивних технологій вирощування плодкових культур / Л.О. Болтянська, І.Л. Козинська // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Ринкові трансформації та економічний механізм підвищення ефективності підприємств аграрного сектору", Харківський державний аграрний університет, 8-9 жовтня 2009 р. Вісник ХНАУ, 2009 р.- №12 (серія Економіка АПК і природокористування) С. 50-55
4. Болтянська Л.О. Кооперація в садівництві / Л.О. Болтянська // ЕТАП. Економіка: теорія, аналіз, практика. №1 січень 2012, С. 24-28
5. Болтянська Л.О. Оптимізація розмірів садівничих підприємств регіону / Л.О. Болтянська // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) №1(13), Мелітополь 2011 р. 54-60.
6. Болтянська Л.О. Розміщення та динаміка виробництва продукції садівництва / Л.О. Болтянська // Стратегія розвитку і реалізація потенціалу АПК// Колективна монографія. – Житомир .– 2008.– С. 29-38.
7. Болтянська Л.О. Теоретичні засади механізму ціноутворення продукції садівництва / Л.О. Болтянська // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) №1 (17) Том 2, Мелітополь 2012, С. 54-59
8. Болтянська Л.О. Формування ринкової ціни плодової продукції. / Л.О. Болтянська // Вісник Харк. нац. тех. ун-ту сільського господарства: Економічні науки. Вип. 52. – Харків: ХНТУСГ, 2007 р. – 347 с. С.85-90.
9. Бурляй А.П. Розвиток форм інтеграції виробництва плодів і ягід, їх промислової переробки, зберігання і реалізації та кооперування садівницьких ферм/ А.П. Бурляй // Вісник аграрної науки «Причорномор'я», 2004.- Спеціальний випуск 2 (26). - Т. 2. – С. 49 – 54
10. Вітчизняне садівництво:стан та перспективи[Електронний ресурс]: - Режим доступу <http://agrokraina/cjm/ua/>

11. Економіка сільського господарства: підручник./ [О.І. Здоровцов, Л.І. Касьянов, В.І. Мацибора, В.Й. Шиян.]; За ред. О.І. Здоровцова, В.І. Мацибори. – К.: Вид-во УСГА, 1993. – 320 с.
12. Майдебура В.И. Экономика и организация садоводства. / [В.И.Майдебура, А.Н. Шестопаля, А.Е. Ермаков]; За ред. Майдебуры В.И. – К., Урожай, 1985, с. 90;
13. Методика економічної та енергетичної оцінки типів плодоягідних насаджень, помологічних сортів і результатів технологічних досліджень у садівництві / За ред. О.М. Шестопаля - К.: Науковий центр УААН «Плодівництво» Інститут садівництва УААН, 2002. – 133с
14. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг), затверджених наказом Державного комітету промислової політики України від 02 лютого 2001 р. №47.
15. Рекомендации по породно-сортовому составу плодовых насаждений в степных районах юга Украины //Запорожье, «Коммунар», 1983 – 34с.
16. Рутьев В.А. Интенсификация садоводства – основа возрождения отрясли / В.А. Рутьев // Садоводство и виноградарство. – 2001. – № 6 – С.2-3.
17. Рутьев В.А. Садівництво півдня України / В.А. Рутьев. – Запоріжжя: Дике поле, 2003. – 240 с.
18. Рутьев В.А. Відродження запорізького садівництва.// В.А. Рутьев, Д.Г. Легеза.- Запоріжжя: Дике поле, 2001. – 146с.
19. Рутьев В.А. Економічні проблеми розвитку садівництва України // В.А. Рутьев. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 360с
20. Сутність та економічна оцінка застосування інтенсивних технологій [Електронний ресурс] : <http://agroua.net/economics/documents/category-120/doc-194/>
21. Шестопаля О.М. Воспроизводство и эффективность продуктивного использования плодовых и ягодных насаждений. / О.М.Шестопаля – К.: Сільгоспсвіта, 1994.-256с.

РОЗДІЛ 3

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Інноваційна діяльність як процес

Інноваційна діяльність на сучасному етапі розвитку економіки України є фундаментом стабільного та ефективного економічного зростання як окремої галузі, так економіки країни загалом.

Практична реалізація переходу до інноваційної моделі розвитку економіки має особливе значення для аграрної сфери, тому що саме вона забезпечує продовольчу безпеку країни, формує 17 відсотків валового внутрішнього продукту та близько 60 відсотків фонду споживання населення. У сільській місцевості проживає третина загальної кількості населення. Однак економічна ситуація, що склалася на даний час, не дає змоги подолати негативні явища.

Розвиток аграрної сфери повинен забезпечуватися «... шляхом інноваційно-інвестиційного зміцнення матеріально-технічної бази аграрного сектору, впровадження екологічно безпечних, ресурсо- та енергозберігаючих технологій» [1, с. 6].

Ґрунтовне дослідження різних аспектів інновацій та інноваційного розвитку здійснили у своїх працях іноземні та вітчизняні вчені: Бездудний Ф.Ф., Горбунов В. С., Гохберг Л. М., Дасій О. І., Жукович І. А., Загородній А.Г., Кот О. В., Кравченко Н. П., Омарбакиєв Л. А., Саблук П. Т., Тоффлер Е., Уколова Н. В., Шпикуляк О. Г., Шумпетер Й., Ягудин С. Ю., Янковська О. І. та інші. Але питання інноваційного розвитку аграрної сфери виявилися недостатньо розробленими.

Поняття «інновація» вперше з'явилося в наукових дослідженнях в ХІХ столітті, хоча спочатку означало введення деяких елементів однієї культури (зазвичай, європейських звичаїв і способів організації) в іншу (в традиційні азійські і африканські суспільства). І лише на початку ХХ століття стали вивчатися закономірності технічних нововведень [2].

Основоположником теорії інновацій вважають Шумпетера Й. Він в своїй роботі «Теорія економічного розвитку», виданій в 1912 р., розглядав інновацію (нові комбінації) як засіб підприємництва для здобуття прибутку. В її зміст він втілював «конструювання нових способів виробництва і продуктів. У більш широкому, філософському змісті – це функція розвитку культури як сукупності

життєдіяльності людини. Нововведення є цілісною, внутрішньо суперечливою й динамічною системою» [3].

В сучасній літературі поширені два підходи щодо визначення поняття «інновація»:

1) статичний, де інновація виступає як «інновація-продукт», коли вона представляється як результат інноваційного процесу у вигляді нової техніки (продукції), технології, нового методу, що впроваджується на ринку;

2) динамічний, де інновація виступає як «інновація-процес», коли в динаміці розглядається процес, що охоплює дослідження, проектування, розроблення, організацію виробництва, комерціалізацію і поширення нових виробів, технологій, принципів замість існуючих [4, с. 156].

На наш погляд, залежно від предмета та об'єкта дослідження інновації можна розглядати як результат, як процес, як зміни та як стосунки (табл. 3.1 – 3.4).

Таблиця 3.1

Сучасне трактування інновацій «як результату»

Автори	Визначення
Височан О. С., Пікуш Ю. В. [5]	кінцевий результат інноваційної діяльності, який набув форми принципово нового або значно вдосконаленого виду продукції (роботи, послуги), техніки чи технології і якому передували науково-дослідні роботи з використанням нових методів, технологій, методик
Закон України «Про інноваційну діяльність» [6]	новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери
Омарбакиєв Л. А. [7, с.8]	результат діяльності, що отримала втілення в новому або вдосконаленому товарі, технологічному процесі, використовуваних в практичній діяльності, або в нових підходах до проблеми розвитку соціальних послуг
Чекаль Л. А., Павлова О. Ю., Строжук С. В. [8]	кінцевий результат інноваційної діяльності, який отримав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, що виводиться на ринок, а також нового або удосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності у новому підході до соціальних послуг та має економічний, соціальний, екологічний, науково-технічний або інший вид ефекту
Шпикуляк О. Г. [9, с. 100]	це закінчений результат творчої праці винахідника, який матеріалізований, тобто втілений у вигляді нового (або удосконаленого) продукту, процесу, послуги або системи управління, що базуються на отриманих нових знаннях, відкриттях чи винаходах, які запропоновані на ринку, але поки що не знайшли масового практичного застосування у споживачів

Так, в якості результату розглядає сутність інновації як економічної категорії Омарбакиєв Л. А.: «...результат діяльності, що отримала втілення в новому або вдосконаленому товарі, технологічному процесі, використовуваних в практичній діяльності, або в нових підходах до проблеми розвитку соціальних

послуг» [7, с.8]. Цю думку підтримують Височан О. С., Пікуш Ю. В. [5], Чекаль Л. А., Павлова О. Ю., Строжук С. В. [8], Шпикуляк О. Г. [9, с. 100] та інші вчені.

Таблиця 3.2

Сучасне трактування інновацій «як зміни»

Автори	Визначення
Бажал Ю. М. [10]	зміна технології виробництва, яка має історичне значення і становить собою стрибок від старої виробничої функції до нової
Дацій О. І. [11, с.11]	проведення зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також в соціальній сфері з метою одержання економічного ефекту на основі задоволення певних соціальних потреб

Дацій О. І. трактує сутність інновацій як зміни «...в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також в соціальній сфері з метою одержання економічного ефекту на основі задоволення певних соціальних потреб» [11, с. 11]. З ним згодні Бажал Ю. М. [10] та інші вчені-економісти.

Таблиця 3.3

Сучасне трактування інновацій «як процесу»

Автори	Визначення
Ильєнкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудин С. Ю. и др. [12]	перетворення потенційного науково-технічного прогресу на реальний, такий, що втілюється в нових продуктах і технологіях
Шахов А. В. [13, с. 8]	спосіб задоволення суспільних потреб, що склалися, що дає приріст корисного ефекту і, як правило, заснований на досягненнях науки і техніки
Шумпетер Й. [3, с.169-170]	конструювання нових способів виробництва і продуктів

Інновації як процес розглядають Ильєнкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудин С. Ю.: «...перетворення потенційного науково-технічного прогресу на реальний, такий, що втілюється в нових продуктах і технологіях» [12].

Уколова Н. В. вважає, що інновації – це «...сталі стосунки з приводу впровадження і застосування нововведень (нових технологій, винаходів, відкриттів)» [14, с. 15].

Сучасне трактування інновацій «як стосунків»

Автор	Визначення
Уколова Н. В. [14, с. 15]	сталі стосунки з приводу впровадження і застосування нововведень (нових технологій, винаходів, відкриттів)

Автор дотримується поглядів на інновацію як на «... закінчений результат творчої праці винахідника, який матеріалізований, тобто втілений у вигляді нового (або удосконаленого) продукту, процесу, послуги або системи управління, що базуються на отриманих нових знаннях, відкриттях чи винаходах, які запропоновані на ринку, але поки що не знайшли масового практичного застосування у споживачів» [9, с. 100].

Наведені підходи до визначення інновацій як економічної категорії свідчать про те, що вони є багатограними та різними за своїм характером, потребують подальшого тлумачення і класифікації.

Термін класифікація (від лат. *classis* – розряд та *facere* – робити) означає особливий випадок застосування логічної операції поділу об'єму поняття, що є деякою сукупністю ділень [15]. В основу ділення в класифікації обирають ознаки, суттєві для даних предметів, оскільки лише в такому випадку класифікація виявляє суттєві спільні та відмінні риси між предметами та має пізнавальне значення. Зазначені тези мають бути покладені в основу будь-якої класифікації, в тому числі й інновацій.

В економічній літературі представлені різні підходи до класифікації інновацій, тобто до виділення їх класифікаційних ознак та видів.

Слід відмітити, що Ілляшенко С. М. [16], Краснокутська Н. В. [17], Шевлюга О. Г., Олефіренко О. М. [18] зосереджують свою увагу на розгляді інновацій виключно за предметним змістом (або за сферою застосування), при цьому виділяють продуктові, технологічні, організаційно-управлінські, ресурсні та ринкові інновації. Шумпетер Й. [3, с. 159] за типами нових комбінацій змін або інновацій виділяє виробництво нового продукту, чи відомого продукту в новій якості, впровадження нового методу виробництва, залучення для виробничого процесу нових джерел сировини, освоєння нового ринку збуту та впровадження нових організаційних форм. Юхнов Б. Ю., Яшинов О. Л. [19] за предметним змістом інновацій відокремлює технічні, організаційні, економічні, соціальні та екологічні види інновацій.

Безумовно, використовуючи єдиний критерій класифікації інновацій, дані підходи мають обмежений характер, що не дозволяє в повній мірі розглядати

характер інноваційних процесів, визначатися у розробці напрямків інноваційної діяльності, розробляти форми і методи впливу на них.

Багато вчених, в тому числі Бажал Ю. [10, с. 54], Дацій О. І. [11, с. 15], Керницька М. [20, с. 207-208], Ковальов А. В., Сільченко І. А. [21], Луциків І. [22, с. 91-92], Ставська С. М. [23, с. 191], Третяк К. В. [24], Янковська О. І. [25] пропонують підходи, в основі котрих лежить багатокритеріальна класифікація інновацій, тобто класифікація за численними класифікаційними ознаками.

Так, Бажал Ю. [10, с. 54] виділяє інновації за трьома важливими ознаками: за типом, за інноваційною функцією та за новизною місця впровадження. Дацій О. І. [11, с. 15] в якості класифікаційних ознак обирає предметний зміст, ступінь новизни (інноваційний потенціал), характер суспільної потреби, що задовольняється, здатність до поширення, стимул (джерело) появи, походження ідеї нововведення, особливості організації інноваційного процесу.

Керницька М. [20, с. 207-208] розглядає види інновацій залежно від технологічних параметрів, за типом новизни для ринку, якщо розглядати підприємство (фірму) як систему, залежно від масштабності змін, що вносяться. Ковальов А. В., Сільченко І. А. [21] також розділяють інновації залежно від масштабності змін, що вносяться, а також за ступенем новизни. Але, крім цього, вони відокремлюють інновації по об'єкту застосування, за масштабами застосування, з причин виникнення та за ефективністю.

Більш розгорнуту класифікацію інновацій надає Луциків І. [22, с. 91-92]. Крім новизни, масштабу та ефекту, отриманого в результаті впровадження інновації, він розглядає інновації за призначенням, за результатами, за охопленням частки ринку, за сферою поширення, за темпами впровадження, за формою, за циклічним розвитком.

Ставська С. М. [23, с. 191] визначає різні види інновацій в залежності від таких класифікаційних ознак: за характером виникнення, за ступенем новизни, за характером застосування, за місцем в системі (на підприємстві), за характером охоплення ринку, за сферою застосування, за масштабами інновацій, за глибиною змін, а також за цілями застосування інновацій на підприємстві.

Янковська О. І. [25] визначає різновиди інновацій за новизною, за об'єктом управління, за цілями, за джерелом фінансування, за видом ефекту, за організацією інноваційного процесу.

На наш погляд, найбільш детально класифікує інновації Третяк К. В. [24]. Він поділяє інновації на види за наступними ознаками: технологічними параметрами, масштабами новизни інновації, місцем на підприємстві,

глибиною новизни, сферою діяльності або галуззю впровадження, етапом науково-технічного розвитку, ступенем інтенсивності, темпами здійснення, результативністю, сферою (видом) ефективності, стадіями життєвого циклу, на яких впроваджується інновація, сферою застосування інновації, частотою застосування інновацій, формою новизни та охороноздатності, підсистемами системи інноваційного менеджменту в якій впроваджується інновація, виходом на ринок, конкурентоспроможністю або за причинами виникнення, термінами розробки, витратами, ступенем ризику, фінансовою підтримкою, здатністю комерціалізації, розповсюдженням, місцем у виробничому циклі, охопленням очікуваної частки ринку. Однак на нашу думку, не всі з розглянутих критеріїв важливі для здійснення ефективної інноваційної діяльності.

Проведений теоретичний аналіз класифікацій інновацій, що запропоновані різними вченими, дозволив розробити набір класифікаційних ознак, що дозволяє, на наш погляд, раціонально організувати інноваційну діяльність (табл. 3.5).

За предметом та сферою застосування інновацій пропонуємо виділяти технічні, технологічні, економічні, соціальні, маркетингові, екологічні, а також інновації в менеджменті.

За ступеню новизни інновацій доцільно визначати нові для підприємства, галузі, регіону, області, країни. За новизною місця впровадження необхідно розрізняти інновації в нову галузь (нове виробництво) або в існуючу галузь (існуюче виробництво).

За формою реалізації доцільно виділяти інновації у формі продукту або у формі процесу.

За джерелами фінансування логічно визначати інновації за рахунок власних, позикових, бюджетних коштів, а також змішаного фінансування. За ступенем ризику необхідно розглядати ризикові та без ризикові інновації. За типом інновації можуть бути продуктовими, технологічними, сировинними, організаційними, збутовими, інфраструктурними. За масштабами застосування інновації доцільно розрізняти як галузеві, міжгалузеві, регіональні, а також в рамках підприємства.

За ефективністю інновації можна розглядати як економічні, соціальні, екологічні, інтегральні. В регіональному аспекті інновації слід розглядати в межах населеного пункту, району, області. За рівнем впровадження інновації необхідно вивчати на макрорівні (країна), мезорівні (галузь, регіон), а також на мікрорівні (підприємство).

Класифікація інновацій*

Класифікаційна ознака	Види інновацій
Предмет та сфера застосування інновацій	<ul style="list-style-type: none"> - технічні - технологічні - економічні - соціальні - інновації в менеджменті - маркетингові - екологічні
Ступінь новизни інновацій	<ul style="list-style-type: none"> - нові для підприємства - нові для галузі - нові для регіону - нові для області - нові для країни
За новизною місця впровадження	<ul style="list-style-type: none"> інновації в: - нову галузь (нове виробництво) - існуючу галузь (існуюче виробництво)
За формою реалізації інновацій	<ul style="list-style-type: none"> - у формі продукту - у формі процесу
Джерела фінансування	<ul style="list-style-type: none"> за рахунок: - власних коштів - позикових коштів - бюджетних коштів - змішаного фінансування
Ступінь ризику	<ul style="list-style-type: none"> - безризикові - ризикові
За типом	<ul style="list-style-type: none"> - продуктові - технологічні - сировинні - організаційні - збутові - інфраструктурні
За масштабами застосування	<ul style="list-style-type: none"> - галузеві - міжгалузеві - регіональні - в рамках підприємства
За ефективністю	<ul style="list-style-type: none"> - економічні - соціальні - екологічні - інтегральні
В регіональному аспекті	<ul style="list-style-type: none"> в межах: - населеного пункту - району - області
За рівнем впровадження	<ul style="list-style-type: none"> - на макрорівні (країна) - на мезорівні (галузь, регіон) - на мікрорівні (підприємство)

* розробка автора

В сучасній економічній літературі широко використовують термін «інноваційна діяльність» (табл. 3.6).

Сучасне трактування категорії «інноваційна діяльність»

Автор	Визначення
Жукович І. А. [26]	вид діяльності економічної, пов'язаний з трансформацією ідей у впровадженні на ринку технологічно нові або вдосконалені продукти (послуги), в нові або поліпшені інноваційні технологічні процеси, що використовуються у виробничій діяльності
Загородній А. Г. [27]	діяльність, спрямована на пошук можливостей інтенсифікації виробництва та задоволення суспільних потреб у конкурентоспроможних товарах і послугах завдяки використанню науково-технічного та інтелектуального потенціалу
Закон України «Про інноваційну діяльність» [6]	діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг
Уколова Н. В. [14, с. 15]	діяльність по виробництву і використанню нововведення, направлена на отримання результатів від цього нововведення
Шпикуляк О. Г. [9, с. 581]	це сукупність послідовних дій щодо трансформації ідей (у вигляді результатів науково-дослідних робіт, інженерно-технічних, підприємницьких і управлінських рішень) у передові розробки й технологічні процеси для створення нових чи удосконалених товарів і послуг, які користуються попитом на ринку
Янковский К. П. [28, с. 126]	всі види наукової діяльності, проектно-конструкторські, технологічні, експериментальні розробки, діяльність з освоєння нововведень у виробництві і у їхніх споживачів - реалізацію інновацій

Досліджуючи термінологічні суперечності стосовно інноваційної діяльності в аграрній сфері, необхідно врахувати специфіку останньої, тому що її перехід на інноваційну модель розвитку пов'язаний з проблемами, «...невідкладне розв'язання яких сприятиме виведенню економіки країни з глибокої кризи, забезпечить входження до світового співтовариства» [9, с. 115].

На думку Горбунова В. С., «специфіка застосування основних понять теорії інновацій до сільського господарства полягає у вплітанні її технологічних процесів в процеси, що відбуваються в природному середовищі, в участі у виробництві живих організмів, які можуть також бути об'єктами інновацій» [29, с. 11]. В той же час, на думку Саранчук Г. М., особливості інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві обумовлюють:

- 1) різноманітність сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, вагома різниця в технологіях їх виробництва;
- 2) значна диференціація окремих регіонів країни по агротехнологічних умовах виробництва;
- 3) залежність використовуваних у сільському господарстві технологій від природних умов;

4) розпорошеність сільськогосподарського виробництва на значній території;

5) велика різниця в періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції;

6) відособленість сільськогосподарських товаровиробників від наукових установ, що займаються виробництвом науково-технічної продукції;

7) відсутність організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробникам [30, с. 29-30].

Янковська О. І. виділяє п'ять особливостей інноваційного процесу в сільському господарстві:

- 1) тривалий процес розробки новації;
- 2) інновації носять, як правило, покращувальний характер;
- 3) дослідження живих організмів;
- 4) провідна роль науково-дослідних установ;
- 5) залежність від природної зони та клімату [31, с. 55; 19].

Різноманітність поглядів на специфічні особливості аграрного виробництва відбилися на підходах щодо тлумачення сутності агроінновацій (інновацій в аграрній сфері) (табл. 3.7).

Так, Кот О. В. розглядає агроінновації як «...системні впровадження в аграрну сферу результатів науково-дослідницької роботи, що призводять до позитивних якісних та кількісних змін у характеристиці взаємозв'язків між біосферою та техносферою, а також поліпшують стан навколишнього середовища» [33, с. 32].

Янковська О. І. визначає сутність агроінновацій як «...кінцевий результат впровадження новації у галузі сільського господарства (сорту рослин, порід тварин, засобів захисту рослин або тварин, технологій вирощування тощо), який призвів до отримання економічного, соціального, екологічного та інших видів ефекту» [36].

З її думками перекликаються погляди Кравченко Н. П., який вважає, що агроінновація – це «...кінцевий результат впровадження нової або вдосконаленої продукції (послуги), техніки, технології, сорту, породи, організації виробництва, системи його управління з метою отримання різних видів ефекту і забезпечення процесу розширеного відтворення» [34, с. 14].

Узагальнюючи різні точки зору, автор надає своє визначення агроінновації. Під агроінновацією слід розуміти перетворення в аграрній сфері, які стосуються техніки, технології, організації виробництва, екології, а також соціальної сфери села, метою яких є одержання різних видів ефектів на основі

задоволення певних соціальних потреб та забезпечення продовольчої безпеки країни.

Таблиця 3.7

Сучасне трактування категорії «агроінновація»

Автори	Визначення
Бухвостов Ю. В. [32, с. 7]	результат праці, отриманий завдяки застосуванню нових наукових знань, що перетворюють процес функціонування та розвитку виробничо-господарської системи АПК у напрямі підвищення її ефективності, стійкості та системної якості відносин
Кот О. В. [33, с. 32]	системні впровадження в аграрну сферу результатів науково-дослідницької роботи, що призводять до позитивних якісних та кількісних змін у характеристиці взаємозв'язків між біосферою та техносферою, а також поліпшують стан навколишнього середовища
Кравченко Н. П. [34, с. 14]	кінцевий результат впровадження нової або вдосконаленої продукції (послуги), техніки, технології, сорту, породи, організації виробництва, системи його управління з метою отримання різних видів ефекту і забезпечення процесу розширеного відтворення
Попова О. В. [35]	інновація, яка зачіпає безпосередньо (або опосередковано, в межах технологічного ланцюга) процеси, учасниками яких є людина, машина (обладнання, інструмент тощо) та компонент навколишнього середовища (тварина, рослина тощо) існування яких у природному середовищі (без участі людини) неможливе або можливе з втратою базових функціональних характеристик
Янковська О. І. [36]	кінцевий результат впровадження новації у галузі сільського господарства (сорту рослин, порід тварин, засобів захисту рослин або тварин, технологій вирощування тощо), який призвів до отримання економічного, соціального, екологічного та інших видів ефекту

Специфіка аграрної сфери знаходить своє відображення в класифікації агроінновацій (табл. 3.8).

Так, Шпикуляк О. Г. при класифікації інновацій в аграрній сфері використовує такі класифікаційні ознаки: за суб'єктами господарювання, за регіональною (територіальною) ознакою, за походженням новацій, за формою появи і кадрового забезпечення, за джерелами фінансування, за строками реалізації інноваційних проєктів, за рівнем окупності (результативності), за ступенем ризику, за видом ефективності (результативності), за призначенням, за масштабом впровадження. На наш погляд, ця багатоаспектна класифікація може бути застосована до інновацій в більш широкому сенсі, ніж інновації в аграрній сфері, тому що не відображає її специфіки.

Шквиря Н. О. [37, с. 19] при класифікації інновацій в сільському господарстві в якості класифікаційних ознак також обирає більш загальні, притаманні інноваціям взагалі: предмет та сферу застосування інновацій, ступінь їх новизни, глибину змін, що вносяться, форму реалізації,

спрямованість використання, період реалізації, походження, величину витрат, джерела фінансування, ступінь ризику (табл. 3.9).

Таблиця 3.8

Класифікація інновацій в аграрній сфері
(Шпикуляк О. Г., [9, с. 102-103])

Класифікаційна ознака	Види інновацій
За видом новацій	<ul style="list-style-type: none"> - організаційні - економічні - технічні - технологічні
За новизною	<ul style="list-style-type: none"> - нові для галузі в світі - нові для галузі в Україні - нові для господарства
За інноваційним потенціалом	<ul style="list-style-type: none"> - радикальні - поліпшуючі - модифікаційні
За суб'єктами господарювання	<ul style="list-style-type: none"> - людина - господарство
За регіональною (територіальною) ознакою	<ul style="list-style-type: none"> - населений пункт - район - область
За походженням новацій	<ul style="list-style-type: none"> - вітчизняні - зарубіжні
За формою появи і кадрового забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> - власними силами - за участю іноземних та вітчизняних вчених - за участю вітчизняних та іноземних спеціалістів
За джерелами фінансування	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти - позичені та залучені кошти - бюджетні та позабюджетні кошти - гранти на розвиток науки - інші джерела
За строками реалізації інноваційних проектів	<ul style="list-style-type: none"> - короткострокові (1-3 роки) - середньострокові (3-10 років) - довгострокові (понад 10 років)
За рівнем окупності (результативності)	<ul style="list-style-type: none"> - швидко окупні - середньо окупні - низько окупні
За ступенем ризику	<ul style="list-style-type: none"> - мало ризикові - помірно ризикові - ризикові
За видом ефективності (результативності)	<ul style="list-style-type: none"> - економічна - соціальна - екологічна - інтегральна
За призначенням	<ul style="list-style-type: none"> - багатоцільові (дифузні) - одноцільові
За масштабом впровадження	<ul style="list-style-type: none"> - масштабні - середньомасштабні - локальні (зональні)

Класифікація інновацій в сільському господарстві
(Шквиря Н. О., [37, с. 19])

Класифікаційна ознака	Види інновацій
Предмет та сфера застосування інновацій	<ul style="list-style-type: none"> - біологічні - технічні - технологічні - хімічні - економічні - соціальні - інновації в менеджменті - маркетингові
Ступінь новизни інновацій	<ul style="list-style-type: none"> - нові для підприємства - нові для галузі - нові для регіону - нові для області - нові для країни
Глибина змін, що вносяться	<ul style="list-style-type: none"> - базові - поліпшуючі - модифікаційні - прикладні
За формою реалізації інновацій	<ul style="list-style-type: none"> - у формі продукту - у формі процесу
Спрямованість використання	<ul style="list-style-type: none"> - прибуткові - неприбуткові - захисні - наступальні - руйнівні
Період реалізації	<ul style="list-style-type: none"> - довгострокові - середньострокові - короткострокові
Походження	<ul style="list-style-type: none"> - зовнішні - внутрішні
Величина витрат	<ul style="list-style-type: none"> - інновації, що вимагають великих вкладень - інновації, що вимагають мінімальних витрат - інновації можливі без додаткових витрат
Джерела фінансування	<ul style="list-style-type: none"> - власні кошти - бюджетні кошти - кредитні або інші позикові кошти - змішане фінансування
Ступінь ризику	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність невизначеності - часткова невизначеність - повна невизначеність

Але при більш детальному розгляді Шквирею Н. О. [37, с. 20-21] інновацій за предметом та сферою застосування у сільському господарстві, специфіка галузі, нарешті, виходить на перший план (табл. 3.10).

Вважаємо, що дану класифікацію можна було б доповнити екологічною та логістичною ознаками. За екологічною ознакою можна було б виділити екологізацію землеробства, екологізацію тваринництва, а також екологізацію переробки сільськогосподарської продукції.

За логістичною ознакою необхідно відокремити інновації в транспортуванні, інновації в зберіганні, інновації в внутрішньогосподарської переробці сільськогосподарської продукції, інновації в зберіганні, обробці та передачі відповідної інформації.

Таблиця 3.10

Класифікація інновацій за предметом та сферою застосування у сільському господарстві (Шквиря Н. О., [37, с. 20-21])

Класифікаційна ознака	Види інновацій
Біологічні	- нові сорти і гібриди сільськогосподарських рослин - нові породи, типи тварин і птиці - створення рослин і тварин, стійких до хвороб і шкідників, несприятливим факторам навколишнього середовища
Технічні	- використання нових видів техніки і обладнання
Технологічні	- нові технології обробки сільськогосподарських культур - нові технології в тваринництві - науково – обумовлені системи землеробства і тваринництва - нові ресурсозберігаючі технології виробництва і зберігання сільськогосподарської продукції - екологізація землеробства
Хімічні	- нові добрива і їх системи - нові засоби захисту рослин
Економічні	- нові форми організації, планування і управління - нові форми і механізми інноваційного розвитку підприємства
Соціальні	- забезпечення сприятливих умов для життя, праці і відпочинку сільського населення
Інновації в менеджменті	- нові форми організації і мотивації праці - нові методи ефективного управління персоналом
Маркетингові	- вихід на нові сегменти ринку - удосконалення якості продукції та розширення асортименту - нові канали розподілу продукції

Провівши теоретичні дослідження понятійної бази інноваційного розвитку аграрної сфери, було виявлено, що існує неоднозначне трактування різними науковцями таких категорій, як інновація, агроінновація. Це зумовлено, в першу чергу, особливостями самого сільського господарства.

Як зазначив Тоффлер Е., «...ні одна з проблем, з якими стикається американський бізнес, не є більш важливою і менш вивченою, ніж проблема нововведень» [38, с.53], тому подальші дослідження повинні спрямовуватися на вивчення та вдосконалення методики розгляду розвитку та ефективності інноваційної діяльності в аграрній сфері.

В якості стратегічних напрямків інноваційного розвитку сільського господарства в Україні визначається його високотехнологічний розвиток. На жаль, в сучасних умовах в українському аграрному секторі поширюється економічна нестабільність, загострюється проблема задоволення потреб населення в продуктах харчування. Дієвим шляхом подолання зазначених проблем є інтенсифікація сільськогосподарського виробництва.

Інтенсифікації сільськогосподарського виробництва завжди приділялася велика увага як з боку практиків, так і дослідників, в тому числі таких, як Агаркова Н. А., Балабанов В. С., Вітков М. С., Воронцова Ю. В., Гордеев Г. С., Дорогань Л. О., Емельянов А. М., Мертенс В. П., Месель-Веселяк В. Я., Саблук П. Т., Сатир Л. М., Стельмащук А. М., Суслов І. Ф. та інших. Однак багато проблем цього процесу ще не вирішені. До тепер збереглася велика різноманітність підходів, визначень, думок у розумінні сутності, показників рівня інтенсивності й ефективності інтенсифікації. Це, з одного боку, підкреслює його складність, а з іншого – велику кількість факторів, що впливають на цей процес.

Дуже широке розповсюдження серед учених одержало визначення інтенсифікації як додаткових витрат на одиницю земельної площі або голову худоби (табл. 3.11).

Так, наприклад, Баранов А. А. стверджує: «Досвід показує, що без витрат неможливо створити інтенсивне господарство» [39, с. 11]. Бородін І. дає визначення інтенсифікації сільського господарства як «... збільшення матеріальних і трудових витрат на одиницю земельної площі» [40, с. 16]. Йому вторить Гордеев Г. С.: «... інтенсифікацією сільського господарства буде називатися зростання вкладень капіталу на ту ж ділянку землі» [42, с. 280, 281]. Аналогічно Гумеров М. Н. і Ловков Я. А. висловлюють думку про те, що «... під інтенсивністю сільськогосподарського виробництва розуміється сума вкладень праці і засобів виробництва в господарство, яка віднесена до одиниці земельної площі» [43, с. 15].

Прихильниками «витратної» концепції в різний час були Зяблов Е. С. [44], Котов Г. [45], Лепкіна Ю. Г. [46], Огарков С. [47], Рогачов С. [48] та інші вчені. Але, на наш погляд, ця концепція має недоліки. Додаткові вкладення в сільськогосподарському виробництві не завжди приводять до підвищення рівня інтенсивності виробництва або підвищують його непропорційно додатковим вкладенням. Крім цього, таке визначення не підходить для галузей, які не використовують землю як основний предмет і засіб праці (наприклад, індустриальне птахівництво), тобто запропоноване визначення категорії «інтенсифікація» не є універсальним.

**Визначення інтенсифікації прихильниками концепції
«додаткових витрат на одиницю площі (голову худоби)»**

Автори	Визначення
Баранов А. А. [39, с. 11]	«Досвід показує, що без витрат неможливо створити інтенсивне господарство»
Бородін І. [40, с. 16]	«Інтенсифікація сільського господарства – збільшення матеріальних і трудових затрат на одиницю земельної площі...»
Воронцова Ю. В. [41, с. 17]	«Інтенсифікація відтворювальних процесів у сільському господарстві представляє собою збільшення витрат праці, матеріальних та інших ресурсів у розрахунку на одиницю земельних угідь, як найбільш обмеженого ресурсу в сільгоспвиробництві, тобто по суті зводиться до підвищення інтенсивності використання основного ресурсу даної галузі – землі»
Гордєєв Г. С. [42, с. 280,281]	«...інтенсифікацією сільського господарства буде називатися ріст вкладень капіталу на ту саму ділянку землі»
Гумеров М. Н., Ловков Я. А. [43, с. 15].	«...під інтенсивністю сільськогосподарського виробництва розуміється сума вкладень праці та засобів виробництва в господарство, яка віднесена до одиниці земельної площі»
Зяблов Е. С. [44]	«Інтенсифікація галузі рослинництва являє собою збільшення витрат трудових, матеріальних і інших ресурсів в розрахунку на одиницю земельних угідь, тобто по суті зводиться до підвищення інтенсивності використання основного ресурсу в цій галузі – землі»
Котов Г. [45, с. 35]	«самий процес інтенсифікації в використанні додаткових засобів, а іноді і праці при обробці тієї самої площі...»
Лепкіна Ю. Г. [46, с. 700]	«Рівень інтенсивності сільськогосподарського виробництва відображає ступінь концентрації засобів виробництва і праці на одній і тій же земельній площі»
Огарков С. [47, с. 69]	«Економічна суть інтенсифікації сільського господарства визначається як концентрація капіталу на одній і тій же земельній площі – вона розвивається не за допомогою збільшення кількості оброблюваної землі, а за допомогою поліпшення якості обробки й збільшення розмірів капіталу, вкладеного в колишню кількість землі»
Рогачов С. [48, с. 44, 45]	під інтенсифікацією необхідно розуміти «збільшення об'єктивно необхідних затрат на одиницю площі...»

Ряд учених виражає сутність інтенсифікації через збільшення виходу продукції (табл. 3.12). Так, Ємельянов А. М. вважає, що «...інтенсифікація є головною формою здійснення розширеного відтворення в сільському господарстві. Вона являє собою об'єктивний процес збільшення виходу продукції з однієї і тої же земельної площі» [49, с. 230]. Ільїн С. Ю. визначає сутність інтенсифікації виробництва як «...комплексний процес, спрямований на збільшення обсягу виробленої продукції, виконуваних робіт або послуг за рахунок якісного використання наявних виробничих ресурсів» [50, с. 14].

**Визначення інтенсифікації прихильниками концепції
«додаткового виходу продукції з одиниці площі (голови худоби)»**

Автори	Визначення
Емельянов А. М. [49, с. 230].	«...інтенсифікація є головною формою здійснення розширеного відтворення в сільському господарстві. Вона являє собою об'єктивний процес збільшення виходу продукції з однієї і тої же земельної площі...»
Льїн С. Ю. [50, с. 14]	«Інтенсифікація виробництва – це комплексний процес, спрямований на збільшення обсягу виробленої продукції, виконуваних робіт або послуг за рахунок якісного використання наявних виробничих ресурсів»
Суслов І. Ф. [51, с. 57].	процес інтенсифікації як «підвищення корисної віддачі, нарощування кінцевих результатів від залучених у виробництво фондів та інших ресурсів»
Сисолятин С. Д. [52, с. 58].	«...в широкому розумінні взагалі неправильно стверджувати, що інтенсифікація виробництва пов'язана з додатковими витратами»

Прихильником концепції «додаткового виходу продукції з одиниці площі» є Суслов І. Ф., який розглядає процес інтенсифікації як «підвищення корисної віддачі, нарощування кінцевих результатів від залучених у виробництво фондів та інших ресурсів» [51, с. 57]. Сисолятин О. Д. також вважає, що «... в широкому розумінні взагалі неправильно стверджувати, що інтенсифікація виробництва пов'язана з додатковими витратами» [52, с. 58].

Таке поняття вірно відображає мету інтенсифікації, але збільшення виходу продукції сільського господарства – це лише результат, а не сутність безпосередньо процесу інтенсифікації виробництва.

Існують дослідники, які розглядають процес інтенсифікації як єдність додаткових вкладень засобів виробництва і праці на один гектар (голову худоби) у зв'язку зі збільшенням виходу продукції як дві сторони одного і того ж процесу (табл. 3.13), що, на наш погляд, є досить логічним.

Так, наприклад, Іванов В. А. вважає, що «вкладення, які становлять економічну основу інтенсифікації, її зміст, і їх наслідок, який визначається у збільшенні валової продукції з одиниці земельної площі, повинні розглядатися в органічному взаємозв'язку та єдності» [56, с. 10].

Мертенс В. П. розглядає інтенсифікацію сільського господарства як «... послідовний процес концентрації на основі науково-технічного прогресу уречевленої та живої праці на ту саму одиницю земельної площі, який спрямований на підвищення кількості якісної продукції та на збільшення її виробництва» [57, с. 14].

Визначення інтенсифікації прихильниками «змішаної» концепції

Автори	Визначення
Аранчій В. І. [53]	«Мета інтенсифікації сільського господарства – збільшення виходу високоякісної продукції в розрахунку на одиницю земельної площі або на голову худоби, а також підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва. Засобом розв'язання цієї проблеми є додаткові вкладення, що зумовлюють концентрацію уречевленої і живої праці на одній і тій самій земельній площі, а в тваринництві – на голову худоби»
Березівський П. [54, с. 52]	«...виправдано інтенсивність трактувати з урахуванням не лише розміру авансованого капіталу, а й досягнутих результатів виробництва»
Дорогань Л. О. [55, с. 325]	«Найбільш повним та вдалим, на нашу думку, є визначення інтенсифікації, як концентрації до оптимального рівня авансованого капіталу і живої праці на одиницю земельної площі (голову сільськогосподарських тварин), що забезпечує випереджаюче збільшення виробництва продукції з цієї площі і підвищення раціональності вкладених ресурсів»
Іванов В. А. [56, с. 10]	«Вкладення, які складають економічну основу інтенсифікації, її зміст, та їх наслідок, який визначається в збільшення валової продукції з одиниці земельної площі, повинні розглядатися в органічному взаємозв'язку та єдності»
Мертенс В. П. [57, с. 14]	«інтенсифікація соціалістичного сільського господарства як особлива форма розширеного відтворення являє собою послідовний процес концентрації на основі науково-технічного прогресу уречевленої та живої праці на ту саму одиницю земельної площі, який спрямований на підвищення кількості якісної продукції та на збільшення її виробництва»

З ним згодні Аранчій В. І. [53], Березівський П. [54], Дорогань Л. О. [55] та інші вчені. Але основною тенденцією сучасного розвитку аграрної сфери є заміна традиційних кількісних інтелектуальними факторами інтенсифікації. На думку Шпикуляка О. Г., «інновації виникають в результаті появи нових знань і їх втілення в інноваційний продукт» [9, с. 96].

Ми також дотримуємося поглядів на інновацію, як «...закінчений результат творчої праці винахідника, який матеріалізований, тобто втілений у вигляді нового (або удосконаленого) продукту, процесу, послуги або системи, управління, які базуються на отриманих нових знаннях, відкриття або винахід, які запропоновані на ринку, але поки ще не знайшли масового практичного застосування у споживачів» [9, с. 100], та вважаємо більш сучасним визначення інтенсифікації сільськогосподарського виробництва через якісне вдосконалення засобів виробництва, яке обумовлюється науково-технічним прогресом, через інноваційний розвиток (табл. 3.14).

**Визначення інтенсифікації прихильниками
концепції інноваційного розвитку**

Автори	Визначення
Агаркова Н. А. [58, с. 187]	«Сучасна концепція інтенсифікації виробництва базується на підвищенні продуктивності праці, прискоренні впровадження досягнень науково-технічного прогресу, скорочення витрат матеріальних ресурсів і спрямована на збільшення віддачі від вже створеного ресурсного потенціалу»
Балабанов В. С. [59, с. 15]	визначає інтенсифікацію через «концентрацію суспільно необхідних вкладень ... на основі безперервного технічного прогресу»
Вітков М. С. [60, с. 53]	«Вихід сільськогосподарського виробництва з критичного стану, його поступове відродження можливе тільки за умови обґрунтованого здійснення послідовної інтенсифікації всіх галузей аграрного сектору економіки на інноваційній основі»
Галінська Т. С. [61]	«інтенсифікація виробництва, яка представляє собою комплексний, багатofакторний процес застосування ефективних і екологічно безпечних засобів та технологій, заснованих на досягненнях науково-технічного прогресу, використанні більш досконалих форм організації і оплати праці, управління та ефективних ринкових відносин»
Коровкін В. М. [62, с. 8].	«інтенсифікація сільського господарства – закономірний процес, обумовлений, з одного боку, науково-технічним прогресом, а з другого - постійно зростаючими потребами суспільства в сільськогосподарській продукції і сировині»
Мельник Л. Г., Карінцева О. І. [63, с. 84].	«...інтенсифікація ... може бути досягнута завдяки застосуванню комплексу заходів, що охоплюють весь виробничий процес, а саме впровадженню передових технологій, інтенсифікації технологічних процесів, зменшенню планових і усуненню позапланових простоїв обладнання, виключенню непродуктивної роботи устаткування, поліпшення якості сировини, матеріалів і вихідних заготовок, поліпшенню стану обладнання, підвищенню рівня спеціалізації виробництва»
Саблук П. Т., Месель–Веселяк В. Я. [64]	«...випускаючи і застосовуючи переважно застарілу неконкурентоспроможну техніку, агропромисловий комплекс приречений на екстенсивний шлях розвитку...»
Сатир Л. М. [65, с. 57]	«Взаємозв'язок інтенсифікації з науково-технічним прогресом очевидний. Сучасна техніка є більш продуктивною, прискорює, інтенсифікує виробничі процеси. Концентрація ж засобів на тих же виробничих площах стає можливою, як правило, тільки при використанні нової техніки й технології»
Синюков М. І. [66, с.13].	«сутність інтенсифікації полягає не тільки в більш ефективному використанню земельних угідь, поголів'я тварин, але й удосконаленні інших факторів виробництва – матеріально-технічних засобів, технологій, кадрів, всіх взаємопов'язаних елементів виробництва, які дозволяють розширювати об'єми кінцевої продукції»
Четвертакова В. П., Четвертаков І. М. [67]	«...інтенсифікацію виробництва можна визначити як процес підвищення напруженості функціонування виробничої системи шляхом більше повного використання її потенціалу, а також додавання, поліпшення, часткової або повної заміни її елементів більше ефективними»

Саме інноваційна діяльність виступає втіленням новітніх підходів в теорії і практиці ведення господарства, забезпечуючи всебічну інтенсифікацію сільськогосподарського виробництва, економію ресурсів, підвищення конкурентоспроможності продукції чи підприємства. Так, Балабанов В. С.

визначає інтенсифікацію через «концентрацію суспільно необхідних вкладень ... на основі безперервного технічного прогресу» [59, с. 15]. Коровкін В. М. вважає, що «... інтенсифікація сільського господарства – закономірний процес, обумовлений, з одного боку, науково-технічним прогресом, а з іншого – постійно зростаючими потребами суспільства в сільськогосподарській продукції та сировині» [62, с. 8]. Мельник Л. Г. та Карінцева О. І. відзначають, що «... інтенсифікація ... може бути досягнута завдяки застосуванню комплексу заходів, які охоплюють весь виробничий процес, а саме впровадження передових технологій, інтенсифікацію технологічних процесів, зменшення планових та усунення позапланових простоїв обладнання, виключення непродуктивної роботи обладнання, поліпшення якості сировини, матеріалів і вихідних заготовок, поліпшення стану обладнання, підвищення рівня спеціалізації виробництва» [63, с. 84]. Відомі вчені Саблук П. Т., Месель-Веселяк В. Я. відзначають, що «... випускаючи і застосовуючи переважно застарілу неконкурентноспроможну техніку, агропромисловий комплекс приречений на екстенсивний шлях розвитку» [64].

Четвертакова В. П. та Четвертаков І. М. вважають, що в цілому «...інтенсифікацію виробництва можна визначити як процес підвищення напруженості функціонування виробничої системи шляхом більш повного використання її потенціалу, а також додавання, поліпшення, часткової або повної заміни її елементів, більш ефективними» [67]. Той же думки про сутність інтенсифікації Агаркова Н. А. [58], Вітков М. С. [60], Галінська Т. С. [61], Сатир Л. М. [65], Синюков М. І. [66] та багато інших вчених.

Підсумовуючи існуючі погляди на сутність інтенсифікації сільського господарства, необхідно зауважити, що збільшення виробництва продукції за рахунок додаткових витрат на одиницю площі земельних ресурсів або голову худоби є екстенсивним, а не інтенсивним шляхом розширеного відтворення, якщо ці витрати не спрямовані на модернізацію продукції, техніки, технології, тобто не є інноваційними. Збільшення виробництва продукції з одиниці площі (голови худоби) само по собі також не є сутністю інтенсифікації, а тільки її головною метою.

Враховуючи, що на сучасному етапі при розгляді інтенсифікації сільського господарства на перше місце висувуються питання якісних, наукоємних змін виробництва, вважаємо, що її сутністю є збільшення виробництва продукції з одиниці земельної площі (голови худоби) за рахунок інноваційної діяльності.

3.2. Методичні підходи до розгляду розвитку та ефективності інноваційної діяльності

Розглянемо блок-схему аналізу розвитку та ефективності інноваційної діяльності (рис. 3.1.).

На першому етапі необхідно оцінити інноваційний потенціал об'єкта спостереження; на другому – проаналізувати інноваційну активність (тобто розвиток інноваційної діяльності); на третьому – проаналізувати ефективність використання інноваційного потенціалу (ефективність інноваційної діяльності).

Відповідно до блок-схеми аналізу розвитку та ефективності інноваційної діяльності (рис. 3.1.) необхідно розробити систему показників, що буде характеризувати кожний крок аналізу.

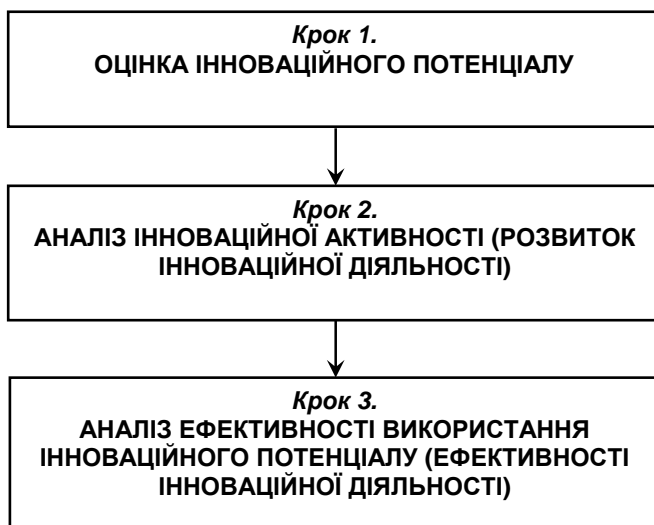


Рис. 3.1. Блок-схема аналізу розвитку та ефективності інноваційної діяльності*

**Розробка автора*

Для розробки системи показників, що буде використовуватися для аналізу інноваційного потенціалу, розглянемо сутність цієї категорії. Для початку розглянемо сутність більш узагальненої категорії «потенціал» (від латинського слова «Potentia», що буквально означає «сила») (табл. 3.15, 3.16).

Трагування категорії потенціал «як фізичної характеристики»

Автори	Визначення
Бусел В. Т. [68, с.902]	сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній сфері, галузі, ділянці; запас чого-небудь, резерв; приховані здатності, сили якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов
Мочерний С. В. [69, с.13–15]	наявні в економічного суб'єкта ресурси, їхня оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети
Прохоров А. М. [70, с.1046]	потенціал – джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення будь-якої задачі, досягнення певної мети; можливості окремої особи, суспільства, держави у певній галузі
Фірсова С. М., Чеботар С. В. [71]	можливості, наявність сили, запаси, засоби, які можуть бути використані або внутрішні можливості, ресурси, спрямовані на досягнення результату

У науковій літературі спостерігається подвійне значення у підходах до визначення сутності потенціалу:

- по-перше, це **фізична характеристика** — величина, що характеризує запас (ресурси) [68-71];
- по-друге, це **ступінь потужності** (прихованих можливостей) у якому-небудь відношенні (для досягнення якої-небудь мети) [72-75].

Таблиця 3.16

Трагування категорії потенціал «як ступеню потужності (прихованих можливостей)»

Автори	Визначення
Гарбадин Т. Є. [72]	термін «потенціал» у загальному його значенні можна визначити, як наявність у кого-небудь (будь-то окремо взята людина, первинний робочий колектив, суспільство в цілому) прихованих можливостей, які ще не виявилися або здатності діяти у відповідних сферах для досягнення певних цілей
Кравченко С. І., Кладченко І. С. [73]	потенціал можна розглядати як здатність матерії переходити від можливості до реальності, від одного стану в інше (наприклад, від старого до нового)
Лопатин В. А, Лопатіна Л. Е. [74, с. 518]	сукупність наявних засобів, можливостей у будь-якій області, наприклад, військовий потенціал будь-якої країни – сукупність її економічних, морально-політичних і військових ресурсів для ведення війни
Ожегов С. І., Шведова Н. Ю. [75, с.571]	ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність яких-небудь засобів, можливостей

Між наведеними в табл. 3.15 та 3.16 тлумаченнями терміна «потенціал» є багато спільного: в них йдеться про сукупність будь-яких можливостей в якійсь

сфері. В більшості визначень потенціалу вказується, що вся сукупність наявних можливостей спрямована на досягнення результату [69-72].

Аналіз наукової літератури свідчить про те, що економічна категорія «інноваційний потенціал» перебуває в стадії розробки й вивчення.

Вважаємо, що такий погляд щодо економічного трактування сутності потенціалу формує адекватний підхід до його оцінки, керування й розвитку не тільки для науки, а й для практичних цілей.

Багатоаспектність трактування смислового змісту терміну «потенціал» дозволяє застосувати його до різних галузей науки і діяльності людини. Розглянемо визначення поняття інноваційний потенціал (табл. 3.17-3.19).

Таблиця 3.17

Трактування категорії інноваційного потенціалу «за макрорівнем»

Автори	Визначення
<i>ресурсний підхід</i>	
Балабанов І. Т. [76]	інноваційний потенціал — це сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності
Фірсова С. М., Чеботар С. В. [71]	інноваційний потенціал представляє наявні ресурси суспільства, держави або якоїсь іншої виробничо-економічної системи, які можуть бути використані для здійснення інноваційної діяльності
<i>рівень спроможності (можливості)</i>	
Азрилян А. Н. [77]	здатність різних галузей народного господарства виробляти наукомістку продукцію, що відповідає вимогам світового ринку
Васильєва Т. А., Леонов С. В. [78]	Поточні та майбутні можливості трансформувати вхідні ресурси в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб стратегічну мету своєї діяльності.
Онишко С. В. [79]	інноваційний потенціал — це ступінь готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто ступінь готовності до реалізації проекту чи програми стратегічних інноваційних змін

В останні роки спостерігається зростаючий інтерес дослідників до категорії «інноваційний потенціал», а також до факторів, що мають вплив на нього.

Незважаючи на велику кількість наукових праць з обраної тематики, слід зазначити, що в літературі не існує однозначного трактування категорії «інноваційний потенціал», що в свою чергу свідчить про наявність неоднозначності в розумінні її сутності. Це ускладнює процес розробки практичних рекомендацій з його формування, оцінки та ефективного

використання, що в свою чергу негативно позначається на кінцевих результатах інноваційної діяльності. Це обумовлює необхідність проведення подальших досліджень інноваційного потенціалу.

Сукупність трактувань інноваційного потенціалу необхідно розглядати на різних рівнях економічного розвитку: макро- (країна), мезо- (регіон, галузь), мікрорівні (підприємство).

При узагальненні підходів до визначення сутності інноваційного потенціалу країни (табл. 3.17) можна відокремити такі напрями:

– **ресурсний підхід**, що об'єднує сукупність інноваційних ресурсів країни [71, 76];

– **підхід за рівнем спроможності (можливості)**, що визначає інноваційний потенціал за здатністю здійснити зміни і виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети [77-79].

Таблиця 3.18

Трактування категорії інноваційного потенціалу «за мезорівнем»

Автори	Визначення
<i>ресурсний підхід</i>	
Жемчужна Л. А. [80]	інноваційний потенціал регіону - це оптимальне поєднання сукупності ресурсів: кадрових, науково-дослідницьких, матеріально-технічних, ринкових, політико-правових, інформаційних, фінансових, які максимально сприятимуть їх використанню для успішного соціально-економічного зростання регіону та підвищення якості життя його населення
Макаренко М. В. [81]	Інноваційний потенціал регіону є частиною соціально-економічного потенціалу території і являє собою накопичену сукупність ресурсів. Інноваційний потенціал визначає конкурентоспроможність регіону, як у короткостроковому періоді, так і впливає на формування й розвиток конкурентних переваг регіону в довгостроковому періоді
<i>динамічний підхід</i>	
Жихор О. Б. [82]	Потенціал інноваційного розвитку регіону характеризує міру і якість сукупної здатності елементів, підсистем, процесів, явищ, що знаходяться чи відбуваються в його межах, до інновацій, якими визначаються потенційні можливості працездатного населення за участю в суспільно-корисній діяльності за існуючого рівня розвитку продуктивних сил і зрілості суспільних (насамперед економічних) відносин.
Ковальов М., Шашко О. [83]	інноваційний потенціал регіону - це міра його готовності (можливості) виконати завдання, які забезпечують досягнення поставлених цілей в інноваційній сфері, тобто міру готовності до створення, освоєння та розповсюдження різного типу нововведень, реалізації інновацій в економічні результати

Аналіз теоретичних і методологічних засад визначення змісту поняття

інноваційного потенціалу регіону (табл. 3.18) дає можливість визначити такі основні підходи щодо вирішення цього питання:

- **ресурсний підхід**, в рамках якого відбувається узагальнення усього різноманіття інноваційних ресурсів в межах регіону [80, 81];
- **динамічний підхід**, що ув'язує сутність інноваційного потенціалу регіону із складним сполученням наявних можливостей і потребами забезпечення реалізації бажаних альтернатив розвитку [82, 83].

Таблиця 3.19

Трактування категорії інноваційний потенціал «за мікрорівнем»

Автори	Визначення
<i>сукупність різних видів ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності підприємства</i>	
Верба В. А., Новікова І. В. [84, с. 22]	інноваційний потенціал підприємства трактують як «...сукупність інноваційних ресурсів, які перебувають у взаємозв'язку, та чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому»
Петрович Й. М., Лушак Н. С. [85]	Інтегрована сукупність матеріального потенціалу та потенціалу інтелектуального, що охоплює всі наявні матеріальні і нематеріальні ресурси підприємства, які використовуються у інноваційній діяльності та забезпечують досягнення конкурентних переваг через розроблення і впровадження інновацій.
Чухрай Н. [86]	У ринкових умовах до інноваційного потенціалу можуть бути віднесені всі ресурси, які забезпечують досягнення конкурентних переваг підприємства шляхом розробки й запровадження інновацій.
<i>«міра готовності» підприємства виконати поставлені цілі в області інноваційного розвитку</i>	
Фатхутдінов Р. А. [87, с. 296]	інноваційний потенціал – це «...міра готовності організації виконати задачі, які забезпечать досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень та впровадження інновацій»
Фірсова С. М., Чеботар С. В. [71]	інноваційний потенціал підприємства – це міра його готовності виконувати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень і впровадження інновацій
<i>здатність підприємства розробляти й реалізовувати інноваційні проекти</i>	
Бузько І. Р. [88]	інноваційний потенціал визначається здатністю підприємства розробляти й реалізовувати інноваційні проекти
Ілляшенко С. М. [89]	інноваційний потенціал підприємства - це здатність до впровадження досягнень науки й техніки в конкретні товари, які можуть задовольнити потреби й запити споживачів
<i>сукупність можливостей підприємства в інноваційній діяльності</i>	
Богма О. С. [90]	Інноваційний потенціал комплексно характеризує можливості будь-якого підприємства здійснювати інноваційну діяльність
Краснокутська Н. С. [91, с. 17]	інноваційний потенціал підприємства - це його «...можливості в сфері розробки та впровадження інновацій»
Матросова В. О. [92]	Характеристика засобів, запасів, джерел або можливостей, які можуть бути використані для розв'язання певного завдання або досягнення певної мети у діяльності підприємства.

При розгляді сутності категорії інноваційного потенціалу на мікрорівні (підприємства) сучасна економічна література виділяє 4 підходи до її визначення (табл. 3.19):

- як сукупності різних видів ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності підприємства [84-86];
- як «міра готовності» підприємства виконати поставлені цілі в області інноваційного розвитку [71, 87];
- як здатність підприємства розробляти й реалізовувати інноваційні проекти [88, 89];
- як сукупність можливостей підприємства в інноваційній діяльності [90-92].

Аналіз літературних джерел свідчить про те, що найбільш поширеними поглядами на інноваційний потенціал підприємства є наявність ресурсів та можливість їх використання в інноваційної діяльності. Але такий підхід вважаємо одностороннім. Підтримуємо думку Фірсової С. М., Чеботаря С. В. стосовно того, що «...інноваційні можливості та спроможність підприємства їх ефективно використати становлять основний зміст інноваційного потенціалу» [71].

З сутністю категорії «інноваційний потенціал» перекликається категорія «інноваційної привабливості» (табл. 3.20). Вона також розглядається на макро-, мезо- та мікрорівнях.

На наш погляд, поняття «інноваційний потенціал» та «інноваційна привабливість» мають різний сенс. Інноваційний потенціал відображає сукупність всіх можливостей, ресурсів в інноваційній сфері, тоді як інноваційна привабливість характеризує мотиваційний фактор інноваційної діяльності.

Саме тому визначення, які надають інноваційної привабливості Пуряєв А.С., Рибкіна Є. А. [93], Жихор О. Б., Куценко Т. М. [94], Бояринова К. О., Данильченко К. О. [95], є не досить коректними, вони скоріше підходять до визначення сутності інноваційного потенціалу.

Дефініції Голубєва А. В., Полтініної О. П. [96], Рачинської Г. В., Лісовської Л. С. [97] вважаємо більш прийнятними, тому що в них відображається суб'єктивне відношення інноватора до процесу.

Для оцінки інноваційного потенціалу необхідно визначитися з його складом. Так, Слатвінський М. [98] вважає, що інноваційний потенціал країни складається з таких частин:

- наявні науково-технічні розробки;
- розвиненість інноваційної інфраструктури країни;

- рівень інноваційної культури в країні.

Але, на наш погляд, такий підхід ускладнюється необхідністю визначення критеріїв оцінки розвиненості інноваційної інфраструктури країни, рівня інноваційної культури в країні.

Таблиця 3.20

Трактування категорії «інноваційна привабливість»

Автори	Визначення
Макрорівень	
Пуряев А.С., Рибкіна Є.А. [93]	системний показник конкурентоспроможності суб'єкта на інноваційному ринку, що формується керівництвом суб'єкта силою цілеспрямованого переконання потенційних інвесторів для прискорення досягнення цілей суб'єкта при отриманні максимального ефекту.
Мезорівень	
Жихор О.Б., Куценко Т.М. [94]	Під «інноваційною привабливістю», або «інноваційністю» регіону слід розуміти ступінь готовності регіону до впровадження нововведень у всі сфери суспільно-господарського життя за рахунок забезпечення повноти використання його ресурсного, науково-технічного та економічного потенціалу з метою покращення соціально-економічного розвитку відповідної території.
Мікрорівень	
Бояринова К.О., Данильченко К.О. [95]	інноваційна привабливість підприємства – це сукупність інноваційно-орієнтованих показників конкурентоспроможності суб'єкта на інноваційному ринку, сформована на основі технічних, фінансових, організаційних, наукових та кадрових характеристик даного суб'єкта
Голубев А.В., Полтніна О.П. [96]	Інноваційна привабливість – сукупність технічних, фінансових, організаційних, інтеграційних, кадрових характеристик суб'єкта господарювання, які оцінюються потенційним інноватором (в особі зовнішнього інвестора чи власника) для прийняття інвестиційного рішення про вкладання коштів у фінансування конкретних інновацій
Рачинська Г.В., Лісовська Л.С. [97]	Інноваційна привабливість – спроможність підприємства залучати внутрішні і зовнішні інноваційні проекти та мінімізувати ризик щодо досягнення мети учасників проектів, яка зумовлюється рівнем інноваційного потенціалу підприємства.

Тимофієва І. О. [99] для оцінки інноваційного потенціалу країни пропонує використовувати 4 групи показників: перша група показників характеризує фінансову складову інноваційного потенціалу, друга – матеріальну, третя – кадрову, четверта – результуючу. Але цей підхід звужує оцінку інноваційного потенціалу до оцінки інноваційних ресурсів та результатів інноваційної діяльності, тоді як інноваційний потенціал повинен відображати й невикористані потенційні можливості системи, що досліджується.

На наш погляд, найбільш доцільною є пропозиція Кравченко С. І.,

Кладченко І. С. [73], Резніченко А. О., Панасенко Г. О. [100] використовувати при оцінці інноваційного потенціалу країни наступні групи показників:

- ресурсну (матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські ресурси);

- результативну, яка несе в собі потенційні можливості виведення на новий рівень функціонування як інноваційного потенціалу, так і системи загалом;

- внутрішню, яка визначає здатність системи на засадах комерційної результативності залучати ресурси для ініціювання, створення та поширення різного роду новацій.

При оцінці інноваційного потенціалу на мезорівні (регіон, галузь) Бистрицький С. П., Заусаєв В. К., Криворучко Н. Ю. [101] пропонують використовувати інтегральну оцінку, що містить п'ять груп показників: макроекономічні, інфраструктурні, правові, кадрові, економічні.

Жемчужна Л. А. [80] вважає, що інноваційний потенціал регіону налічує кадровий потенціал, науково-дослідницький потенціал, фінансовий потенціал, матеріально-технічний потенціал, ринковий потенціал, політико-правовий потенціал, інформаційний потенціал.

Жихор О. Б. [82] пропонує використовувати наступні показники оцінки наявного потенціалу інноваційного розвитку регіону:

- індекс інтелектуального капіталу регіону;
- індекс забезпеченості кадрами;
- індекс фінансової забезпеченості;
- індекс інноваційної інфраструктури;
- індекс матеріально-технічного оснащення.

Макаренко М. В. [81] в складових інноваційного потенціалу виділяє науково-технічний сегмент, ресурсну складову, інформаційний ресурс, людський ресурс, результативну складову.

Безумовно, пропозиції в оцінці інноваційного потенціалу різноманітні, але всі перелічені автори сходяться в думці, що необхідно оцінювати наявний кадровий потенціал. Жемчужна Л. А. і Жихор О. Б. підкреслюють важливість фінансової забезпеченості, а Бистрицький С. П., Заусаєв В. К., Криворучко Н.Ю. і Жихор О. Б. вважають за необхідне розгляд інноваційної інфраструктури.

На наш погляд, найбільш слушною є пропозиція Гнатенко М. К. [102] детально аналізувати наступні складові інноваційного потенціалу регіону: ресурсну, продуктивну, кадрову, фінансову, організаційно-управлінську,

інфраструктуру, інституціональну.

При аналізі інноваційного потенціалу галузі Пічугіна М. А., Євсєєва К. О. [103] пропонують використовувати наступні складові:

- розстановка сил на ринку;
- потреба у державній підтримці;
- технологічні зміни у галузі;
- наукова база;
- сировинна та технічна база;
- фінансові можливості.

Вважаємо, що ці елементи інноваційного потенціалу галузі необхідно доповнить кадровим потенціалом.

Досить всебічну і вичерпну оцінку інноваційного потенціалу підприємства пропонують Лісін Б. К., Фрідлянов В. М. Вони вважають, що необхідно розглядати чотири складові:

- заділ науково-технічних (технологічних) власних та придбаних розробок і винаходів;
- стан інфраструктурних можливостей самого підприємства, організації, що забезпечують проходження новацією всіх етапів інноваційного циклу, перетворення її у нововведення або інновацію;
- зовнішні й внутрішні фактори, що відображають взаємодію інноваційного потенціалу з іншими частинами сукупного потенціалу промислового підприємства, науково-технічної організації та впливають на успішність здійснення інноваційного циклу;
- рівень інноваційної культури, що характеризує ступінь сприйнятливості нововведень персоналом підприємства, організації, його готовності й здатності до реалізації нововведень у вигляді інновацій [104].

З точки зору Верхоглядової Н. І., «інноваційним розвитком економіки є процес розширеного суспільного відтворення, в якому зростання обсягів виробленої продукції та підвищення її конкурентоспроможності досягається переважно за рахунок інтенсивного використання нових знань та їх матеріалізованих результатів» [105, с. 154]. Саме тому для здійснення другого етапу аналізу розвитку інноваційної діяльності необхідно проаналізувати інноваційну активність суб'єкта спостереження.

Існує декілька точок зору щодо трактування «інноваційної активності»:

- комплексна інноваційна діяльність підприємства [87, 106];
- інтенсивність діяльності з розробки і залучення нових технологій або удосконалених продуктів у господарський оборот» [107, с. 26];

– готовність підприємницької структури до оновлення основних елементів інноваційної системи [108, с. 17];

– ефективність і регулярність інновацій, динаміка дій із створення і практичної реалізації нововведення [109, с. 7].

Деякі автори отожднюють поняття «активності» з поняттям «діяльності», стверджуючи, що немає діяльності поза активністю і активності поза діяльністю [110, с. 45]. Інші, навпаки, розмежовують ці два поняття, вказуючи на те, що активність виступає необхідною динамічною умовою діяльності, джерелом її становлення, реалізації, перетворення, і видозміни [111, с. 15].

Зіставивши та поєднавши всі представлені точки зору щодо визначення поняття «активність», можна зробити висновок, що активність – це категорія, як характеризує певний рівень реалізації будь-якої діяльності. Цьому твердженню, на наш погляд, відповідає визначення Смолінського В. Б.: «Інноваційна активність – це цілеспрямована діяльність щодо створення, впровадження у виробництві та просування на ринок нових ефективних продуктів, науково-технологічних та організаційно-управлінських досягнень НТР, які дають прибуток»[112].

Погоджуємось з думкою Денисюк В. А. [113], що інноваційна активність економіки в країні/регіоні визначається за підсумками роботи інноваційно активних підприємств у промисловості, сфері послуг, сільському господарстві та інших галузях господарювання.

Залежно від здатності створювати та запроваджувати інновації Удовиченко Т.Є., Жежуха В.І, Томич М.М. пропонують розрізняти такі види регіонів:

– інноваційні регіони – становлять незначну групу регіонів, що найкраще розвиваються, в яких створюються технологічні та продуктові інновації;

– адаптаційні регіони – здатні втілювати у життя та поширювати інновації, які створені в інноваційних регіонах;

– імітаційні регіони – до яких інновації «приходять» зі значним запізненням і в яких вони рідко адаптуються до регіональної специфіки;

– пасивні регіони – функціонують поза головними інноваційними процесами, інновації до них не доходять взагалі або ними не приймаються.

– консервативні регіони – ті, які не проявляють інтересу до продуктових чи технологічних інновацій через різні об'єктивні чи суб'єктивні обставини (наприклад, релігійні переконання, традиції тощо);

– споживацькі регіони – також не цікавляться інноваціями, однак

причиною цього є те, що вони лише споживають товари, роботи і послуги, а виробництво у них знаходиться на примітивному рівні, тому й не має потреби в інноваційних рішеннях [114].

Вважаємо, що подібний підхід до класифікації регіонів є доцільним, вона має враховуватися при розробці інноваційної стратегії розвитку регіону.

Погодіна Т. [115, с.16-22] пропонує для оцінки інноваційної активності регіону використовувати систему статистичних показників:

- регіональні витрати на НДР;
- кількість зайнятих у НДР;
- вартість основних фондів НДР;
- регіональні витрати на технологічні інновації.

Для аналізу результатів інноваційної активності регіону Бойченко В. С. [116] розглядає:

- показники результатів інноваційної діяльності (об'єми науково-дослідної, науково-технічної діяльності, яка має інноваційну спрямованість; кількість друкованих робіт);

- показники використання результатів інноваційної діяльності (кількість підприємств, які впроваджували інновації; обсяг реалізації інноваційної продукції).

На наш погляд, інноваційну активність регіону доцільно аналізувати за методикою Державної служби статистики України [117], в якій розглядаються питома вага підприємств, що займалися інноваціями, а також:

- загальна сума витрат;
- у тому числі за напрямками:
- дослідження і розробки;
- у тому числі:
- внутрішні НДР;
- зовнішні НДР;
- придбання інших зовнішніх знань;
- підготовка виробництва для впровадження інновацій;
- придбання машин обладнання та програмного забезпечення;
- інші витрати.

Зеленко О. О., Наталенко М. О. вважають, що «...інноваційна активність підприємства – це рівень реалізації його інноваційної діяльності» [118].

Мельников О. Н., Шувалов В. Н. визначають, що «інноваційна активність [підприємства] – це творча діяльність виробників товарів чи послуг, яка може бути виражена в досягненні приросту новизни техніко-технологічних,

економічних, організаційних, управлінських, соціальних та інших показників різних процесів, товарів та послуг, що пропонуються на ринку» [119]. Тарасенко І. О., Королько О. М., Белявська К. С. підкреслюють, що «інноваційна активність суб'єкта господарювання визначається його спрямованістю на реалізацію стратегічних цілей розвитку в умовах ринкової конкуренції з метою забезпечення стійкості функціонування підприємства та його успішності у довгостроковій перспективі» [120, с. 135].

Вважаємо, що всі ці висловлювання доречні, відображають різні аспекти інноваційної діяльності підприємства. Але важливим залишається питання оцінки інноваційної активності підприємства.

На наш погляд, доречною є пропозиція Удалих О. О., Бондаренко Н. М. до показників інноваційної активності підприємств включати наступні:

- питома вага підприємств;
- питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової;
- кількість освоєних нових видів продукції, у т. ч. нових видів техніки;
- кількість впроваджених нових технологічних процесів, у т. ч. маловідходних, ресурсозберігаючих [121, с. 69].

Безумовно, ці показники необхідно використовувати, враховуючі специфічні особливості галузі, в якій функціонує підприємство.

Для наступного кроку дослідження, тобто аналізу ефективності використання інноваційного потенціалу (ефективності інноваційної діяльності) необхідно визначитись з сутністю понять «ефект» та «ефективність», а також визначитись з їх особливостями в інноваційної діяльності.

Питання ефекту, ефективності в різні роки розглядали Душенькіна О. О., Загородній А. Г., Ковальов В. В., Ковальчук І. В., Мельник Л. Г., Осовська Г. В., Покропивний С. Ф., Шегда А. В. та інші вчені-економісти. Визначенням сутності ефекту та ефективності інноваційної діяльності займалися Балабанов І. Т., Бухалков М. І., Горобець О. А., Загородній А. Г., Костевко В. І., Маркова С. В., Поканевич Ю. В., Сенів Б., Скалюк О. В. та інші. Але до сьогодні відсутня єдина точка зору щодо їх визначення.

Теоретико-методологічні засади ефективності розмежовують поняття ефекту й ефективності, розуміючи під першим результат заходу, а під другим – співвідношення ефекту і витрат, що його викликали.

Ефект (від лат. effectus – виконання, дія) означає результат, наслідок певних причин, дій. Ефект може вимірюватися в матеріальному, соціальному, грошовому вираженні. У тому випадку, коли результати отримують грошову оцінку, говорять про економічний ефект.

В таблиці 3.21 наведені приклади сучасних трактувань сутності категорії «ефект».

Таблиця 3.21

Трактування сутності категорії «ефект»

Автори	Визначення
Загородній А. Г. [122, с. 146], Ковальов В. В. [123, с. 250]	результат діяльності
Ковальчук І. В. [124, с. 518]	перевищення результатів діяльності над витратами
Осовська Г. В. [125, с. 624]	результат реалізації заходів для підвищення ефективності виробництва
Копоруліна В. М. [126]	результат, що досягається, у його матеріальному, грошовому, соціальному вираженні

Так, в Українсько-російському економічному тлумачному словнику [126] ефект визначається як «результат, що досягається, у його матеріальному, грошовому, соціальному вираженні». Загородній А. Г. [122, с. 146], Ковальов В.В. [123, с. 250] під ефектом також розуміють результат діяльності. Осовська Г.В. [125, с. 624] сутність категорії «ефект» трактує як «результат реалізації заходів для підвищення ефективності виробництва». Але, на наш погляд, це визначення звужує сутність ефекту. Ефектом характеризується будь-яка взаємодія, яка дає результат, і не завжди вона супроводжується підвищенням ефективності виробництва. Ковальчук І. В. [124, с. 518] визначає ефект як «перевищення результатів діяльності над витратами». Але в цьому випадку відбувається підміна понять «ефект» та «ефективність».

Поняття ефект і ефективність не збігаються. Ефективність, на відміну від ефекту, властива не будь-якій взаємодії, а лише цілеспрямованій, тому ця категорія має управлінський характер і відображає перш за все ступінь досягнення мети.

В таблиці 3.22 наведені трактування сутності категорії «ефективність».

Проаналізувавши думку вчених щодо сутності категорії «ефективність», можемо сказати, що переважає точка зору, згідно з якою ефективність – це відношення результатів до витрат (ресурсів), тобто так зване «традиційне» визначення. Так, наприклад, Бухалков М. І. визначає, що «ефективність – це співвідношення ефекту (результату) і витрат (ресурсів), що зумовили цей ефект» [127, с. 341].

Є науковці, які ототожнюють категорії «результативність» та «ефективність». Так, Ільїн А. І. під ефективністю розуміє «...результативність господарської діяльності, співвідношення між досягнутими результатами праці (живої та уречевленої)» [130], а Загородній А. Г. тлумачить сутність

ефективності як «результативність економічної діяльності, реалізацію економічних заходів, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату» [122, с. 146].

Таблиця 3.22

Трактування сутності категорії «ефективність»

Автори	Визначення
Бухалков М. І. [127, с. 341]	Ефективність - це співвідношення ефекту (результату) і витрат (ресурсів), що зумовили цей ефект»
Душенькіна О. О. [128]	Ефективність підприємства – ефективність до оновлення, коли виявляються фактори, що впливають на роботу підприємства і здатність до оновлення, тобто визначається здатність підприємства до освоєння в поточному періоді нових виробів, необхідних ринком в наступні періоди
Покропивний С. Ф. [129]	Характеризує величину перевищення вартісної оцінки очікуваних (фактичних) результатів над сумарними витратами ресурсів за певний розрахунковий період
Льїн А. І. [130]	Результативність господарської діяльності, співвідношення між досягнутими результатами праці (живої та уречевленої)
Загородній А. Г. [122, с. 146]	результативність економічної діяльності, реалізація економічних заходів, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату
Мельник Л. Г., Карінцева О.І. [131]	ефективність розкриває характер причинно-наслідкових зв'язків. Вона показує не сам результат, а те, якою ціною він був досягнутий
Сурмін Ю. П. [132, с. 354]	досягнення встановлених системою цілей
Федулова Л. І. [133]	оптимальне співвідношення задоволеності потреб певних груп
Шегда А. В. [134, с. 514]	ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів використання основних і оборотних засобів, трудових і фінансових ресурсів та нематеріальних активів за певний період часу

Звернувши увагу на твердження, які наведені у стандарті ISO 9000:200 п.3.2.14-3.2.15 визначимо, що ефективність – це співвідношення між досягнутими результатами та використанням ресурсів; результативність – це ступінь реалізації запланованої діяльності і запланованих результатів [135]. Саме тому визначення ефективності Сурмінін Ю. П. як «досягнення встановлених системою цілей» [132, с. 354], а також Федуловою Л. І. як «оптимальне співвідношення задоволеності потреб певних груп» [133] вважаємо недоречними.

Досить часто економісти до категорій «ефективність», «результативність» прирівнюють «продуктивність». Але, на нашу думку, це

помилка. Безумовно, головною ознакою кожної з цих категорій є те, що вони відображають підсумок (бажано позитивний), який показує відношення результату до витрачених ресурсів.

Головною відмінністю всіх цих понять є ступінь та повнота (за різними напрямками) досягнення цілей діяльності. Ми цілком згодні з Марковою С. В. [136], яка вважає головними ознаками:

- продуктивності – отримання результату вчасно і з мінімальними витратами;
- ефективності – отримання корисного ефекту;
- результативності – одержання результату (бажано позитивного).

В якості вимірників продуктивності вона пропонує продуктивність ресурсів (праці), ефективності – ефекти (економічний, соціальний інші), результативності – результат (наприклад, збільшення прибутку на 20 %).

Необхідність оцінки різноманітних видів ефективності інноваційної діяльності та вдосконалення форм і методів такої оцінки для практичної розробки інноваційних проектів та програм потребує вдосконалення критеріїв такої оцінки та приведення їх у відповідність до вимог інвесторів та державних органів. У навчальній і науковій літературі розгляду понять «ефект» та «ефективність» інноваційної діяльності приділяється значна увага (табл. 3.23).

Так, Горобець О. А. вважає, що «...метод числення ефекту інновацій, заснований на зіставленні результатів їхнього освоєння з витратами, дозволяє приймати рішення про доцільність використання нових розробок» [137].

З ним солідарний Поканевич Ю. В., який вважає, що «економічний ефект виступає в якості кількісного показника, який повинен враховувати у вартісному вигляді весь розмір результатів та витрат і рівень впливу якісних видів інноваційних ефектів, одержаних від здійснення інноваційної діяльності на підприємстві» [138].

Безумовно, в даних дефініціях у наявності підміна понять «ефекту» та «ефективності». Саме ефективність потребує зіставлення результатів з витратами.

У науково-методичній літературі трапляються різні погляди щодо видів ефектів від інноваційної діяльності. Так, у Фатхутдинова Р. А. [143, с. 379] розглянуто чотири види ефектів: економічний, науково-технічний, соціальний та екологічний. У дослідженнях Лисенко Л. А. [144], Мединский В. Г. [145] пропонують враховувати шість видів ефектів: економічний, науково-технічний, фінансовий, ресурсний, соціальний та екологічний. У роботі Ідельменова С. В. [146] враховуються п'ять видів ефектів інноваційної діяльності, як-от:

соціально-політичний, економічний, науково-технічний, екологічний та етнічно-культурний. І, нарешті, у роботі Волкова О. І. та Денисенка М. П. [147] розглянуто можливість врахування економічного, наукового, науково-технічного, технічного та соціального ефектів.

Таблиця 3.23

**Трактування сутності категорій «ефект» та «ефективність»
інноваційної діяльності**

Автори	Визначення
<i>ефект інноваційної діяльності</i>	
Горобець О. А. [137]	Метод числення ефекту інновацій, заснований на зіставленні результатів їхнього освоєння з витратами, дозволяє приймати рішення про доцільність використання нових розробок
Поканевич Ю. В. [138]	Економічний ефект виступає в якості кількісного показника, який повинен враховувати у вартісному вигляді весь розмір результатів та витрат і рівень впливу якісних видів інноваційних ефектів, одержаних від здійснення інноваційної діяльності на підприємстві
Скалюк Р. В., Декалюк О. В. [139]	<i>інноваційний ефект</i> – це перспективна перевага, яка здатна забезпечити оптимізацію розвитку й діяльності підприємства й поява якої, пов'язана з послідовним процесом розробки, створення та реалізації певного виду інноваційного продукту, що залежно від цього сприятиме визначенню певних особливостей конкретно типу переваг, що отримуються на мікро- та макрорівні економічного середовища
<i>ефективність інноваційної діяльності</i>	
Балабанов І. Т. [140]	Економічна ефективність інновації означає, що результат, отриманий в ході вкладень інвестицій та всіх ресурсів (грошових, матеріальних, інформаційних, робочої сили) в новий продукт або операцію (технологію), має певний корисний ефект
Костевко В. І. [141]	під ефективністю інноваційної діяльності підприємства варто розуміти кількісне вираження її результативності за допомогою системи показників, які характеризують відношення результатів інноваційної діяльності до витрат на її здійснення
Маркова С. В. [136]	ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності – це комплексний показник, який характеризує ступінь задоволення суб'єкта станом та формою об'єкта інноваційної діяльності, разом з цим суспільство отримує корисний ефект
Сенів Б. [142]	у загальному вигляді економічна ефективність інновацій визначають порівнянням результатів із витратами, що забезпечили цей результат

Враховуючи широкий спектр застосування, інноваційна діяльність може мати різні види ефектів. На наш погляд, їх класифікація повинна відображати багатоаспектність та різноманітність функцій відповідної сфери діяльності. Так, інноваційна діяльність в сільському господарстві створює наступні ефекти: економічний, соціальний, екологічний, технічний, технологічний, комерційний та бюджетний.

Безумовно, наведену класифікацію видів ефектів можна доповнювати, виділяючи в межах конкретного виду різновиди в залежності від мети та завдань дослідження. На їх основі необхідно будувати критерії та показники, які повинні свідчити про ефективну інноваційну діяльність на рівні підприємства, галузі або країни, а також надавати можливість на основі отриманих результатів прогнозувати цю діяльність у наступних періодах.

Для аналізу ефективності використання інноваційного потенціалу (ефективності інноваційної діяльності) пропонуємо використання тих же показників, що й для оцінки ефективності інвестиційних проектів. В світовій практиці для цього застосовують показники:

- чистий дисконтований дохід (NPV);
- індекс прибутковості (PI);
- внутрішня норма рентабельності (прибутковості) (IRR);
- модифікована ставка рентабельності (MIRR);
- дисконтований термін окупності (DPP).

Чистий дисконтований дохід (Net Present Value) (NPV) являє собою величину різниці результатів і витрат за розрахунковий період, приведених до одного, звичайно початкового року.

Внутрішня норма рентабельності (прибутковості), (Internal rate of return) (IRR), являє собою ту норму дисконту (d), при якій величина наведених доходів дорівнює величині наведених капіталовкладень, тобто NPV проекту дорівнює 0.

При використанні показника модифікованої ставки рентабельності – (Modified internal rate of return) (MIRR) величини інвестицій, вкладені в різні періоди часу, дисконтуються з якимсь заданим коефіцієнтом дисконтування, меншим, ніж IRR, тому що є необхідність тримати кошти для передбачуваних інвестицій у ліквідному вигляді.

Відношення наведених доходів до інвестиційних видатків (K) (benefit / cost ratio) називають індексом прибутковості (profitability index) (PI).

Термін окупності (pay back method) (DPP) показує, за який строк можуть окупитися інвестиції в інноваційний проект. Він враховує первісні вкладення і визначається прямим підрахунком числа років, протягом яких інвестиція буде погашена кумулятивним доходом.

Безумовно, рішення про доцільність вибору більш ефективного інноваційного проекту повинне прийматися з урахуванням інших оцінок та критеріїв, які у кожному конкретному випадку формуються виходячи з цілей, які стоять перед учасниками проекту і пов'язаними з ним ризиками.

За класичною схемою процес інтенсифікації сільськогосподарського виробництва розглядається за структурно-логічною схемою, запропонованою Мертенсом В. П. (рис. 3.2.).

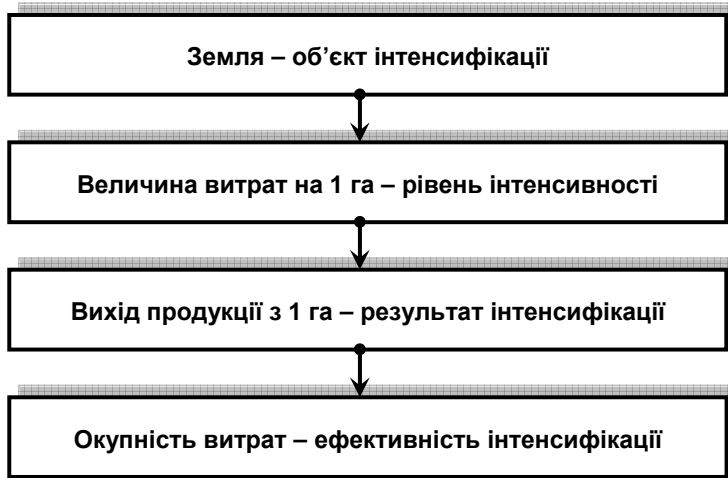


Рис. 3.2. Структурно-логічна схема вивчення інтенсифікації сільського господарства [57, с. 16]

Ця схема надає можливість розробляти систему показників, яка буде поетапно характеризувати процес інтенсифікації.

Відповідно до запропонованого автором визначення інтенсифікації сільського господарства для її аналізу на основі існуючої статистичної інформації щодо інноваційної діяльності в якості додаткових пропонуються наступні показники.

Для аналізу **рівня інтенсивності** сільського господарства доцільно використовувати обсяг фінансування виконання наукових та науково-технічних робіт за сільськогосподарськими науками у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь, грн. Відповідно до Методологічних пояснень [148, с. 140], обсяг фінансування – це кошти організації, що звітує, на погашення внутрішніх витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт з усіх джерел (бюджету, коштів вітчизняних та іноземних замовників, власних коштів та ін.).

Для аналізу **результату інтенсифікації** сільського господарства

пропонуємо використовувати обсяг наукових та науково-технічних робіт за сільськогосподарськими науками, виконаних власними силами наукових організацій, у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь, грн. При цьому загальний обсяг наукових та науково-технічних робіт, відповідно до Методологічних пояснень [148, с. 140], визначається як сума вартості всіх виконуваних робіт протягом звітного року власними силами наукових організацій за прямими договорами без податку на додану вартість (без урахування робіт, виконаних співвиконавцями).

Для аналізу **ефективності інтенсифікації** в якості співвідношення результатів та витрат пропонуємо використовувати коефіцієнт співвідношення обсягу наукових та науково-технічних робіт за сільськогосподарськими науками, виконаних власними силами наукових організацій, та обсягу фінансування виконання наукових та науково-технічних робіт за сільськогосподарськими науками.

Відсутність державної підтримки, обмежений доступ сільськогосподарських підприємств до банківського кредитування, нерозвиненість венчурного та лізингового фінансування гальмують розвиток інноваційної діяльності, тим самим стримуючи процеси інтенсифікації сільського господарства.

Для подолання негативних наслідків необхідні заходи щодо підвищення результативності інноваційної діяльності наукових установ, розвитку підприємництва як джерела інноваційної діяльності, удосконалення інституційного середовища розвитку інноваційної діяльності в аграрному виробництві, розробки концептуальних положень забезпечення інноваційної діяльності в аграрній сфері, а також нових методичних підходів до оцінки ефективності інноваційної діяльності як основи всебічної інтенсифікації сільського господарства.

Список використаних джерел

1. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року // Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 р. №1158
2. Бездудный Ф. Ф. Сущность понятия инновация и его классификация / Ф. Ф. Бездудный, Г. А. Смирнова, О. Д. Нечаева // Инновации. – 1998. – №2.-3. – С. 4.
3. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры): Пер. с нем. /

Йозеф Алоїз Шумпетер – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.

4. Цадо Г. В. Сутність та значення інвестиційно-інноваційних процесів в системі регіонального розвитку [Електронний ресурс] / Г. В. Цадо. // Інноваційна економіка Всеукраїнський науково-виробничий журнал - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_2/154.pdf

5. Височан О. С. Наукові підходи до визначення понять «інновації» та «інноваційна діяльність» у сільському господарстві / О. С. Височан, Ю. В. Пікуш // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 3 – С. 3.

6. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, N 36, ст.266

7. Омарбакиев Л. А. Инновационные процессы в сельском хозяйстве Республики Казахстан: теория, методология, императивы развития : автореф. дис. на соискание наук. степени доктора эконом. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности)» / Л. А. Омарбакиев. – Алматы, 2010. – 45 с.

8. Філософія науки та інноваційного розвитку / [Чекаль Л. А. та ін.]. – К.: Міленіум, 2010. – 340 с.

9. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / [Саблук П. Т., Шпикуляк О. Г., Курило Л. І. та ін.] – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.

10. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: [навчальний посібник для ВНЗ] / Ю. М. Бажал – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.

11. Дацій О. І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України: монографія / О. І. Дацій – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2004. – 428 с.

12. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др.; Под. ред. проф. С. Д. Ильенковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С. 9.

13. Шахов А. В. Организационно-экономические основы реализации биоэнергетического потенциала аграрного производства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктор. економ. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – АПК и сельское хозяйство)» / А. В. Шахов. – Москва, 2011. – 40 с.

14. Уколова Н. В. Формирование хозяйственного механизма инновационного развития социально-экономической системы : автореф. дис. на соискание наук.

- степени доктора економ. наук : спец. 08.00.01 «Общая экономическая теория» / Н. В. Уколова. – Саратов, 2011. – 43 с.
15. Философский словарь // Под ред. И. Т. Фролова. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1986. – 590 с.
16. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
17. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Н. В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
18. Шевлюга О. Г. Дослідження впливу технологічних інновацій на ринок технологій і розвиток підприємства / О. Г. Шевлюга, О. М. Олефіренко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. I. – С. 38-44.
19. Юхнов Б. Ю. Основні параметри та способи виміру інноваційного процесу на підприємствах машинобудування [Електронний ресурс] / Б. Ю. Юхнов, О. Л. Яшинов – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Mashbud/2009_4/09yubumme.PDF
20. Керницька М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств машинобудівної промисловості / М. Керницька // Вісник Львівського університету Серія економіка – 2008. – Вип. 39. – С.206-209.
21. Ковальов А. В. Огляд загальнотеоретичних і методичних підходів до аналізу інноваційно-інвестиційних проєктів / А. В. Ковальов, І. А. Сільченко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2011. – Випуск 2. – С. 73-77.
22. Луциків І. Економічна суть інноваційної діяльності / І. Луциків // Галицький економічний вісник. — 2010. — №2(27).— с. 89-95.
23. Ставська С. М. Маркетингова складова механізму впровадження інновацій / С. М. Ставська // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – Маркетинг. – 2010. – №7. – С. 189-197.
24. Третяк К. В. Сучасні підходи до класифікації інновацій / К. В. Третяк // Харчова промисловість – 2008 – № 7. – С. 121-125.
25. Янковська О. І. Класифікація інновацій для потреб менеджменту [Електронний ресурс] / О. І. Янковська – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09yoidpm.pdf
26. Жукович І. А. Інноваційна діяльність в українській економіці. Сучасний стан та проблеми / І. А. Жукович, Ю. О. Рижкова // Статистика України. – 2005. – № 3. – С. 4
27. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. — К. : Знання, 2007. — 1072 с.

28. Янковский К. П. Введение в инновационное предпринимательство / К. П. Янковский. – СПб. : Питер, 2004. – 192 с.
29. Горбунов В. С. Методология и модели управления инновационным развитием сельского хозяйства : автореф. дис. на соискание наук. степени доктора эконом. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (АПК и сельское хозяйство)» / В. С. Горбунов. – Саратов, 2011. – 27с.
30. Саранчук Г. М. Інноваційний розвиток сільського господарства як основа підвищення його конкурентоспроможності / Г. М. Саранчук // Інноваційна економіка. – 2010. – № 1. – С. 26-32.
31. Янковська О. І. Інноваційний процес у сільському господарстві / О. І. Янковська // Наука й економіка : науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. – 2009. – № 4 (16), Т. 2. – С. 54-58.
32. Бухвостов Ю. В. Детерминирующее воздействие инвестиций на формирование экономики инновационного типа (на примере аграрного сектора): [автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук] / Ю. В. Бухвостов. – Москва, 2009. – 26 с.
33. Кот О. В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення / О. В. Кот // Проблеми науки. – 2008. – №9. – С. 30-37.
34. Кравченко Н. П. Обоснование приоритетных инноваций в растениеводстве и оценка их эффективности (теория, методология, практика) : автореф. дис. на соискание наук. степени доктора эконом. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (АПК и сельское хозяйство)» / Н. П. Кравченко. – Майкоп, 2011. – 45 с.
35. Попова О. В. Вопросы методологии управления инновационными процессами в АПК [Электронный ресурс] / О. В. Попова // Управление общественными и экономическими системами. – 2007. – №1. – режим доступа: http://bali.ostu.ru/umc/zj2007_1.php
36. Янковська О. І. Особливості інновацій в сільському господарстві [Електронний ресурс] / О. І. Янковська // Економіка. Управління. Інновації. : електронне наукове фахове видання. – 2010. – №2 (4) – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10yaoiicg.pdf
37. Шквиря Н. О. Розвиток інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств: дис. ... кандидата економічних наук : 08.00.04 / Шквиря Наталя Олександрівна. – Мелітополь, 2009. – 209 с.

38. США: Экономика, политика, идеология. –1993. –№ 3. – С. 53.
39. Баранов А. А. Интенсификация: экономический и социальный аспект / А. А. Баранов. – М.: Экономика, 1983. – 255 с.
40. Использование трудовых ресурсов в сельском хозяйстве СССР. / Бородин И. – М.: Экономика, 1964. – 58 с.
41. Воронцова Ю. В. Концепции и методологические аспекты стратегии адаптивной интенсификации сельского хозяйства / Воронцова Ю. В. // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2011. – № 5. – Т. 5. – С. 17-20.
42. Гордеев Г. С. Основные проблемы сельскохозяйственной экономики. – т.1. / Г. С. Гордеев – М.: Новый агроном, 1929. – 350 с.
43. Пути интенсификации сельского хозяйства СССР / М. Н. Гумеров, Я. А. Ловков – М.: Сельхозгиз, 1953. – 142 с.
44. Зяблов Е. С. Интенсификация как фактор повышения экономической эффективности производства зерна / Зяблов Е. С. // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. – 2007. – № 4. – С. 153-156.
45. Некоторые проблемы интенсификации сельского хозяйства. / Г. Котов – М.: Экономика, 1964. – 138 с.
46. Лепкина Ю. Г. Экономические рычаги и методы интенсификации деятельности сельскохозяйственных кооперативов / Ю. Г. Лепкина, В. К. Лепкина // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 4 (часть 3). – С. 700-704.
47. Огарков С. Основные фондообразующие показатели сельского хозяйства / С. Огарков // АПК: экономика, управление. – 2003. – №8. – С. 68-73.
48. Некоторые проблемы интенсификации сельского хозяйства. / С. Рогачов – М.: Экономика, 1964. – 138 с.
49. Емельянов А. М. Методологические проблемы накопления и рентабельности в колхозах / А. М. Емельянов – М.: Экономика, 1965. – 320 с.
50. Ильин С. Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – АПК и сельское хозяйство) / С. Ю. Ильин – Ижевск, 2003 – 25 с.
51. Суслов И. Ф. Интенсификация и ее особенности в сельскохозяйственном

производстве / И. Ф. Суслов // Экономика сельского хозяйства – 1986. – №4. – С. 56–61.

52. Сысолятин Е. Д. Интенсификация и повышение эффективности интенсификации сельскохозяйственного производства / Е. Д. Сысолятин – Томск: ТГУ, 1983. – 206 с.

53. Аранчий В. І. Методичні підходи до визначення економічної ефективності інтенсифікації аграрних підприємств [Електронний ресурс] / В. І. Аранчий, Т. С. Галінська – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vkhdtusg/2010_104/11.pdf

54. Березівський П. Інтенсифікація виробництва у сільськогосподарських підприємствах: теоретичний аспект / П. Березівський, Н. Особа // Аграрна економіка. – 2011. – № 1-4. – Т. 4 – С. 51-57.

55. Дорогань Л. О. Інтенсифікація виробничих процесів в аграрних підприємствах [Електронний ресурс] / Л. О. Дорогань – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nppdaa/econ/2011_2_t1/323.pdf

56. Иванов В. А. Экономическое стимулирование повышения эффективности интенсификации совхозного производства / В. А. Иванов – М.: Наука, 1980. – 248 с.

57. Мертенс В. П. Інтенсифікація виробництва та соціальний розвиток села / [В. П. Мертенс, В. Е.Шпігало, А. І. Пастушенко, А. М. Стельмашук] – К.: Урожай, 1986. – 152 с.

58. Агаркова Н. А. Теоретико-прикладні аспекти інтенсифікації виробництва / Н. А. Агаркова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – Т. 2 – С. 186-190.

59. Балабанов В. С. Методика оценки эффективности интенсификации производства / В. С. Балабанов // Учет и финансы в колхозах и совхозах. – 1979. – № 8. – С. 28-31.

60. Вітков М. С. Сутність і фактори інтенсифікації аграрного виробництва / М. С. Вітков // Економіка АПК. – 2011. – №1. – С. 53 – 57.

61. Галінська Т. С. Аналіз ефективності інтенсифікації галузі рослинництва в сільськогосподарському підприємстві [Електронний ресурс] / Т. С. Галінська – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vkhdtusg/2010_105/14.pdf

62. Коровкін В. М. Проблеми розвитку сільськогосподарського виробництва країн СНД та східної Європи в умовах переходу до ринкових відносин / В. М. Коровкін – Виробництво продукції скотарства в умовах ринку: Інформ. Агротром. – К.: 1995. – С. 6.

63. Мельник Л. Г. Економіка підприємства: Конспект лекцій / Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева – Учеб. посібник – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 412 с.
64. Саблук П. Т. Посібник з реформування сільськогосподарських і переробних підприємств / П. Т. Саблук, В. Я. Месель-Веселяк – ІАЕ УААН. – К., 2000. – 660 с.
65. Сатир Л. М. Теоретико-методичні підходи до трактування категорії «інтенсифікація» / Сатир Л. М. // Інноваційна економіка. – 2012. – №8 (34). – С. 55-58.
66. Интенсификация и управление агропромышленным комплексом : Учеб. пособие для руководящих кадров агропром. комплекса / Под ред. М. И. Синюкова и др. – М.: Агропромиздат, 1986. – 238 с.
67. Четвертакова В. П. Теоретические проблемы интенсификации производства / В. П. Четвертакова, И. М. Четвертаков // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2008. – №1–2 (16–17) – С. 60-64.
68. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2002. – 1440 с.
69. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
70. Советский энциклопедический словарь. / Гл. ред. А. М. Прохоров / Изд. 4-е. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 1600 с.
71. Фірсова С. М. Основні елементи інноваційного потенціалу [Електронний ресурс] / С. М. Фірсова, С. В. Чеботар // Економічний вісник Донбасу. – 2011 – № 3 (25) – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evd/2011_3/39.pdf
72. Гарбадин Т. Є. Сутність потенціалу та теоретичні засади його визначення [Електронний ресурс] / Т. Є. Гарбадин // Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2009_28_1/statti/14.htm
73. Кравченко С. И. Исследование сущности инновационного потенциала / С. И. Кравченко, И. С. Кладченко // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия экономическая. – Донецк : ДонНТУ. – 2003. – Вып. 68. – С. 88-96.
74. Лопатин В. А, Лопатина Л. Е. Русский толковый словарь / Изд. 7-е, испр. и доп. – М.: Рус. яз., 2001. – 882с.
75. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В.Виноградова / Изд. 4-е, доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.

76. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / И. Т. Балабанов. — СПб. : Питер, 2000. — 432 с.
77. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Аэрилияна. — М.: Ин-т новой экономики. — 2007. — 1472 с.
78. Васильева Т. А. Концептуальні основи формування системи управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства на засадах маркетингу [Електронний ресурс] / Т. А. Васильева, С. В. Леонов — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_4_1/4_1.pdf
79. Онишко С. В. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку економіки / С.В. Онишко // Фінанси України. — 2003. — №6. — С. 67–74.
80. Жемчужна Л. А. Інноваційний потенціал економічного розвитку Донецького регіону / Л. А. Жемчужна // Інноваційна економіка (Всеукраїнський науково-виробничий журнал). — 2010. — №3 (17) — С. 172-177.
81. Макаренко М. В. Оцінка інноваційного потенціалу як інструмент управління інноваційним розвитком регіону [Електронний ресурс] / М. В. Макаренко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 3, Т. 1. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_3_1/1_8.pdf
82. Жихор О. Б. Потенціал інноваційного розвитку регіонів України та його резерви [Електронний ресурс] / О. Б. Жихор // Вісник Львівської державної фінансової академії — 2009. — № 16. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vldfa/2009_16/Zhyhor.pdf
83. Ковалев М. Развитие инновационного потенциала регионов Республики Беларусь / М. Ковалев, А. Шашко // Вестник ассоциации белорусских банков. — 2007. — № 3. — С. 13-33.
84. Верба В. А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В. А. Верба, І. В. Новікова // Проблеми науки. — 2003. — №3. — С. 22-31.
85. Петрович Й. М. Формування конкурентного потенціалу організації на інноваційних засадах [Електронний ресурс] / Й. М. Петрович, Н. С. Лушак — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2011_698/01.pdf
86. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія. / Н. Чухрай — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2002. — 316с.
87. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2005. — 448 с.

88. Бузько И. Р. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий : монография / И. Р. Бузько, И. Е. Дмитренко, О. А. Сущенко. — Алчевск : Изд-во ДГМИ, 2002. – 216 с.
89. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 278 с.
90. Богма О. С. Сутність інноваційного потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / О. С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. – №1(9). – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vznu/eco/2011_1/012-15.pdf
91. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
92. Матросова В. О. Сутність та складові інноваційного потенціалу як основа управління інноваційною діяльністю [Електронний ресурс] / В. О. Матросова. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua /portal/soc_gum/etk/2011_17/pdf/03.pdf
93. Пуряев А. С. Инновационная привлекательность как феномен [Електронний ресурс]. / А. С. Пуряев, Е. А. Рыбкина – Режим доступу : <http://elibrary.ru/item.asp?id=12898788>
94. Жихор О. Б. Формування сприятливого інноваційного клімату в регіоні [Електронний ресурс] / О. Б. Жихор, Т. М. Куценко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 2 (14) Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb/2011_2/12.pdf
95. Бояринова К. О. Особливості формування інноваційної привабливості підприємства [Електронний ресурс] / К. О. Бояринова, К. О. Данильченко // Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_3/Boyarinova_311.htm
96. Голубев А. В. Методичний підхід до оцінювання інноваційної привабливості підприємства в сучасних умовах розвитку економіки України [Електронний ресурс]. / А. В. Голубев, О. П. Полтініна – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/26_NII_2009/Economics/52110.doc.htm
97. Рачинська Г. В. Визначення та оцінювання інноваційної привабливості підприємств [Електронний ресурс]. / Г. В. Рачинська, Л. С. Лісовська – Режим доступу:<http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/1012>
98. Слатвінський М. Оцінювання інноваційного потенціалу національної економіки [Електронний ресурс] / М. Слатвінський // Вісник ТНЕУ – 2011 – № 1 – С. 43-48. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vtneu/2011_1/1_2011/04Slat.pdf
99. Тимофеева И. О. Инновационный потенциал национальной экономики:

- учеб. пособие / И. О. Тимофеева. – Челябинск: ЭКСМО, 2005. – 236с.
100. Резніченко А. О. Оцінка інноваційного потенціалу України як фактор міжнародної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / А. О. Резніченко, Г. О. Панасенко – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2011_4/Reznich.pdf
101. Быстрицкий С. П. Основные направления социально-экономического развития регионов в среднесрочной и долгосрочной перспективе / С. П. Быстрицкий, В. К. Заусаев, Б. П. Синченко. – Хабаровск: Дальневосточ. науч.-исслед. ин-т рынка при М-ве экон. развития и торговли РФ, 2000. – 88 с.
102. Гнатенко М. К. Методичне забезпечення оцінки інноваційного потенціалу регіону [Електронний ресурс] / М. К. Гнатенко // Сталій розвиток економіки (Всеукраїнський науково-виробничий журнал) – 2011. – №7. – С. 147-152.
103. Пічугіна М. А. Підходи до оцінки інноваційного потенціалу кабельної промисловості [Електронний ресурс] / М. А. Пічугіна, К. О. Євсєєва – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_2/Pichugina_210.htm
104. Лисин Б. К. Инновационный потенциал как фактор развития / Б. К. Лисин, В. К. Фридлянов // Инновации. – 2002. – №7. – С. 25.
105. Верхоглядова Н. І. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств / Н. І. Верхоглядова // Економічний простір. – 2010. – №42. – С. 153-159.
106. Завьялов Ю. Инновационная активность предприятий и организаций региона как ключевой фактор его инновационного развития (на примере Пермского края) [Электронный ресурс] / Ю. Завьялов. – Режим доступа: http://www.perm.ru/files/konf_zavyalov.doc.
107. Валеева Е. О. Роль инновационной активности в осуществлении инновационной деятельности туристской фирмы / Е. О. Валеева // Актуальные проблемы экономики и новые технологии преподавания (Смирновские чтения): Материалы IV-международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: Издательство Международного банковского института, 2005. – С. 25–31.
108. Гильярди Ю. А. Управление инновационной деятельностью предпринимательских структур в рыночной среде: автореф. дис. на соискание степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народных хозяйством» / Ю. А. Гильярди – Великий Новгород, 2009. – 24 с.
109. Никитина О. В. Методы оценки инновационной активности промышленных предприятий: автореф. дис. на соискание степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народных хозяйством» / О. В.

Никитина – Санкт-Петербург, 2007. – 17 с.

110. Петровский В. А. Психология неадаптивной активности / В. А. Петровский. – М.: ТОО «Горбунок», 1992. – 224 с.

111. Джидарьян И. А. Категория активности и ее место в системе психологического знания. Категории материалистической деятельности и психологии / И. А. Джидарьян. – М.: Наука, 1988, 322 с.

112. Смолінський В. Б. Проблеми державного регулювання інноваційної діяльності в аграрній сфері економіки [Електронний ресурс] / В. Б. Смолінський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.2. – С. 286-290.

113. Денисюк В. А. Інноваційна активність національної економіки: вдосконалення методології. Показники промислових підприємств, державна підтримка / В. А. Денисюк // Економіст. – 2005. – № 8. – С. 45-49.

114. Удовиченко Т. Є. Економічний регіон як місце зосередження інноваційної активності підприємств [Електронний ресурс]. / Удовиченко Т. Є., Жежуха В. І, Томич М. М. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvntlu/19_6/223_Udowyczenko_19_6.pdf

115. Погодина Т. В. Экономический анализ и оценка инновационной активности и конкурентоспособности регионов Приволжского федерального округа / Т. В. Погодина // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – № 5. – С. 16-22.

116. Бойченко В. С. Аналіз результатів інноваційної активності Запорізького регіону [Електронний ресурс] / В. С. Бойченко – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau/2012_17_1/17-1-09.pdf

117. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

118. Зеленко О. О. Технологія формування інноваційної активності підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Зеленко, М. О. Наталенко – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Nvdu/2012_6/12zooiap.pdf

119. Мельников О. Н. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / О. Н. Мельников, В. Н. Шувалов // Российское предпринимательство. – 2005. – № 9. – С. 100-104. – Режим доступу : <http://econference.ru/blog/rosspred/29.html>.

120. Тарасенко І. О. Оцінка інноваційної активності підприємства в системі стратегічного управління / І. О. Тарасенко, О. М. Королько, К. С. Белявська // Актуальні проблеми економіки, 2009 – №9(99) – С. 133-141.

121. Удалих О. О. Державна підтримка як фактор підвищення інноваційної активності промислових підприємств / О. О. Удалих, Н. М. Бондаренко – Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011 – № 3, Т. 2 – С. 68-72.

122. Загородній А. Г. Фінансовий словник [Текст] / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – 4-е вид., випр. та доп. – К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Львів. банк. ін-ту НБУ, 2002. – 566 с.
123. Ковалёв В. В. Введение в финансовый менеджмент [Текст] / В. В. Ковалёв. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 768 с.
124. Ковальчук І. В. Економіка підприємства [Текст]: Навч. посіб. / І. В. Ковальчук. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
125. Осовська Г. В. Менеджмент організацій [Текст]: Навч. посіб. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2007. – 676 с.
126. Українсько-російський економічний тлумачний словник / Авт.-упор. В. М. Копоруліна. – Харків: Факт, 2005. – 400 с.
127. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование: Учебник. / М. И. Бухалков. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 400 с.
128. Душенькина О. О. Економіка підприємства: конспект лекцій [Електронний ресурс] / О. О. Душенькина. – Електронне издание, Ексмо, 2009. – 85 с. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/190151/>
129. Економіка підприємства : Структурно-логічний навч. посіб. / За ред. д-ра екон. наук, проф. С. Ф. Покропивного. — К.: КНЕУ, 2001. — 457 с.
130. Економіка підприємства : Навч. посібник. / В. П. Волков, А. І. Ільїн, В. І. Станкевич // Під ред. А. І. Ільїна. – 2-е вид., виправл. – М.: Нове знання, 2004. – 672с.
131. Мельник Л. Г. Економіка підприємства: Конспект лекцій: Навч. посіб. Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. – 412 с.
132. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ : Учеб. пособие. / Ю. П. Сурмин – К.: МАУП, 2003. – 368 с.
133. Федулова Л. І. Менеджмент організацій: Підручник. / Л. І. Федулова – К.: Либідь, 2003. – 448 с.
134. Шегда А. В. Економіка підприємства : Підручник / За ред. А. В. Шегди. – К.: Знання, 2006. – 614 с.
135. ДСТУ ISO 9000:2001 (ISO 9000:2000, IDT). Системи управління якістю. [Електронний ресурс] Основні положення та словник / Державний стандарт України. – К.: Держстандарт України, 2001. – 40 с. – Режим доступу: <http://www.guds.gov.ua/document/>
136. Маркова С. В. Теоретико-практичні засади визначення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності [Електронний ресурс] / С. В. Маркова // Сталій розвиток економіки Всеукраїнський науково-виробничий журнал – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2010_2/104.pdf
137. Горобець О. А. Методи оцінки ефективності запровадження інновацій на

- підприємстві [Електронний ресурс] / О. А. Горобець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 2, Т. 1 – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_2/zmist.files/33.pdf
138. Поканевич Ю. В. Види ефективності інноваційної діяльності / Ю. В. Поканевич // Экономика Крыма. – 2010. – № 1(30). – С. 66-69.
139. Скалюк О. В. Ефекти та ефективність інноваційної діяльності промислових підприємств / О. В. Скалюк, Р. В. Декалюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 149-154.
140. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент / И. Т. Балабанов. – СПб.: «Питер», 2000. – 208 с.
141. Костевко В. І. Методологічні питання оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / В. І. Костевко – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2011_698/10.pdf
142. Сенів Б. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства: проблеми і шляхи розв'язання [Електронний ресурс] / Б. Сенів – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Un_msm/2010_14-15/Ukrainska_nauka-14-15_2010/30_Seniv.pdf
143. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – СПб. : Изд-во «Питер», 2002. – 400 с.
144. Лисенко Л. А. Підхід до оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства / Л. А. Лисенко // Коммунальное хозяйство городов : науч.-техн. сб., 2007. – № 78. – С. 94-100.
145. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент : учебник / В. Г. Медынский. – М. : Изд-во «Инфра-М», 2004. – 295 с.
146. Ильдеменов С. В. Инновационный менеджмент / С. В. Ильдеменов, А. С. Ильдеменов, В. П. Воробьев. – М. : Изд-во «Инфра», 2002. – 208 с.
147. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. / за ред. О. І. Волкова і М. П. Денисенка. – К. : Вид. дім «Професіонал», 2004. – 960 с.
148. Наукова та інноваційна діяльність у Запорізькій області. Статистичний збірник / За ред. Головешка В. П. – Запоріжжя, 2013. – 144 с.

РОЗДІЛ 4

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СФЕРИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

4.1. Економічна оцінка аграрної сфери України

Рентабельність аграрного бізнесу - одна з найактуальніших проблем сьогодення. Допомогти, підтримати намагається держава, вижити і як мінімум не мати збитків - мета самих виробників сільськогосподарської сировини, вигідно вкласти кошти й одержати прибутки - інвесторів, що стоять перед дилемою: чи збільшувати обсяги інвестицій у сільське господарство нашої країни, чи залишити цей бізнес у зв'язку з ненадійними і нестабільними «рамковими» умовами. Останнім часом дедалі частіше можна бачити інформацію про зростання інвестиційної привабливості агропромислового комплексу в цілому і сільського господарства України зокрема. Щороку українські чиновники й економісти починають з оптимістичного прогнозу припливу іноземних інвестицій у вітчизняний АПК. Суми називаються різні, але перспективи змальовуються неоднозначні. Проте відсутність в Україні повноцінного ринку землі та низькі темпи інтеграції країни в європейські ринки поки що не дали змоги нашим аграріям повною мірою відчути на собі привабливість співпраці з іноземними компаніями.

Проте слід визнати, що з кожним роком дедалі більше українських компаній виводять свою продукцію на ринок ЄС та більше іноземних інвестицій надходить в українські переробні підприємства або у вирощування зернових і олійних культур. При цьому основними іноземними інвесторами в сільське господарство є Кіпр, Великобританія та США, в харчову промисловість - Нідерланди, Швеція й Кіпр.

Зауважимо, що термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає «вкладати». У минулому більшість вчених трактували поняття «інвестиції» як сукупність витрат, що реалізуються у формі довгострокових вкладень у галузі народного господарства (виробничі фонди), тобто інвестиції ототожнювались із поняттям «капітальні вкладення». Сучасне тлумачення цієї категорії розкриває Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 року: інвестиції - всі види майнових та інтелектуальних цінностей, щокладаються в об'єкти підприємницької та

інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект [10].

Отже, в широкому розумінні інвестиції є вкладенням капіталу з метою його збільшення. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім, щоб компенсувати інвестору відмову від використання коштів на споживання в теперішньому періоді, винагородити його за ризик та відшкодувати збитки від інфляції в майбутньому періоді. Інвестиції - це економічна категорія розширеного відтворення, яка є основним інструментом формування мікро- та макроекономічних пропорцій і визначає темпи економічного росту [7].

В Україні іноземний капітал нині особливо необхідний у тих сферах економіки, активізація яких допоможе вивести її з кризового стану, зняти наростаюче соціальне напруження в суспільстві. Це, насамперед, виробництво продуктів харчування, товарів широкого попиту та послуг, ліків, іншої життєво важливої продукції. І справа тут не лише в тому, щоб забезпечити населення необхідними товарами й послугами, але і в тому, щоб здійснити їх імпортозаміщення, звільнивши валютні ресурси, що витрачаються на імпорт товарів народного споживання або сировини для їхнього виробництва. У реконструкції та модернізації за участю іноземного капіталу має потребу практично все агропромислове господарство України - від первинних виробничих процесів у сільському господарстві до випуску кінцевого продукту й доведення його до споживача. Тут вкрай необхідно підвищити продуктивність і знизити втрати, забезпечити більш глибоку та комплексну переробку первинної сировини з метою значного збільшення виходу кінцевої продукції й поліпшення її споживчих якостей. Зниження втрат сільськогосподарської сировини та поглиблення її переробки стосується тих сфер, де за участю іноземного капіталу можна в короткі строки одержати значний економічний ефект, зокрема шляхом створення порівняно невеликих підприємств, що не потребують великих вкладень і забезпечують швидку окупність початкових витрат при невисокому ступені ризику для іноземних інвесторів. Різке скорочення чисельності зайнятих у сільському господарстві у розвинутих країнах зумовлено значним зростанням продуктивності праці у цій галузі, що дає змогу малою кількістю працівників прогодувати основну масу населення. Наприклад, у США один зайнятий у цій сфері забезпечує їжею близько 139 жителів країни, а в Україні лише приблизно 12-13. Тому умовно частка продукції у США в розрахунку на зайнятого на початку 21 століття становила близько 30 тис. дол., а в Україні - приблизно 3 тис. дол. У Німеччині цей показник наближався до 19 тис. дол., у Франції - до 21 тис. дол.

Жодна галузь не залежить такою мірою від природно-кліматичних умов, як сільське господарство. Це зумовлено насамперед використанням землі як специфічного засобу виробництва, її родючістю, місцерозташуванням. У сільському господарстві виробництво продукції рослинництва і тваринництва пов'язано з дією природних та біологічних законів. Так, строки зростання і визрівання рослин і тварин надзвичайно мало піддаються регулюванню. Частково на ці процеси впливає селекційна робота. Такі особливості вирощування сільськогосподарської продукції зумовлюють і ритм роботи підприємств переробної промисловості, які переводять та переробляють продукцію.

Специфіка сільськогосподарського виробництва вимагає значної мобілізації сил працівників села. Адже посіяти й зібрати врожай без втрат треба у дуже стислі строки. У цій сфері має місце значний розрив між робочим періодом і кінцевим результатом. Внаслідок цього працівники села повинні бути забезпечені комплексом сільськогосподарської техніки. Велика залежність сільського господарства від природних умов вимагає створення страхових фондів від посухи, надмірних опадів тощо. Великий розрив між робочим періодом і кінцевими результатами значно впливає на формування доходів працівників села, оскільки остаточний розмір таких доходів стає відомим лише після реалізації сільськогосподарської продукції.

Таблиця 4.1

**Динаміка валового виробництва продукції сільського господарства,
млрд. грн.**

Роки	Обсяг виробництва продукції АПК	Обсяг виробництва сільськогосподарської продукції
2005	493,84	92,6
2006	555,1	90,4
2007	701,35	88,8
2008	907,7	104,0
2009	786,03	102,1
2010	1006,2	100,5
2011	1237,3	118,1
2012	1252,5	123,5

Специфіка агропромислового комплексу визначається не тільки особливостями сільськогосподарського виробництва як центральної ланки

комплексу, але й об'єднаннями у його структурі галузей, які виконують різні функції, але взаємодоповнюючі функції. Це зумовлює необхідність забезпечення тонкої збалансованості та пропорційності між складовими частинами єдиного комплексу. Тому суперечності, що виникають і вирішуються системі виробничо-економічних відносин в агропромисловому комплексі, можна розглядати як внутрішній імпульс, своєрідну пружину її саморозвитку, результатом чого є нівелювання рівнів розвитку всіх галузей агропромислового комплексу.

Аналіз даних таблиці 4.1 свідчить, що під час всього періоду дослідження спостерігалось поступове збільшення обсягів виробництва продукції АПК в цілому та сільського господарства зокрема. Так, у порівнянні з 2005 роком, обсяг виробництва продукції АПК збільшився на 153,6 % або 758,66 млрд. грн. За аналогічний період обсяг виробництва продукції сільського господарства збільшився на 33,4 % або на 30,9 млрд. грн.

Таблиця 4.2

Динаміка структури валової продукції сільського господарства України, %

Галузі та види продукції	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Відхилення 2012 від 2005(+, -)
Валова продукція, всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-
Продукція рослинництва	58,3	57,9	56,0	62,4	60,3	58,4	63,7	67,1	8,8
Зернові культури	17,5	15,5	13,9	21,5	19,0	16,3	20,1	22,3	4,8
Технічні культури	8,5	10,7	9,6	11,8	10,4	11,7	12,6	12,9	4,4
Картопля, овочі та баштанні	24,9	25,5	25,1	22,9	24,2	23,8	25,4	25,9	1,0
Плодоягідні культури	4,6	3,1	4,0	3,6	3,9	4,1	3,9	4,1	-0,5
Кормові культури	2,4	2,2	2,1	1,9	1,8	1,8	1,4	1,7	-1,0
Інша продукція рослинництва	0,4	0,9	1,3	0,7	1,0	0,7	0,3	0,2	-0,2
Продукція тваринництва	41,7	42,1	44,0	37,6	39,7	41,6	36,3	39,5	-3,2
Вирощування худоби і птиці	19,8	20,9	22,8	19,7	21,4	23,1	20,2	21,4	1,6
Молоко	15,7	14,8	14,7	12,0	12,1	11,9	10,0	12,5	-3,2
Яйця	4,3	4,6	4,8	4,4	4,7	5,2	4,8	4,6	0,3
Інша продукція тваринництва	1,9	1,8	1,7	1,5	1,5	1,4	1,3	1,0	-0,9

Як показав аналіз даних таблиці 4.2, в структурі валової продукції сільського господарства під час досліджуваного періоду часу продукція галузі рослинництва більша за продукцію тваринництва. В структурі продукції рослинництва найбільша частка припадає на зернові, технічні та овочеві і баштанні культури. В цілому, в 2012 році в порівнянні з 2005 роком частка рослинницької продукції збільшилась на 8,8 %, в тому числі питома вага продукції зернових культур зросла на 4,8 %, технічних – на 4,4 %, овочевих, баштанних культур та картоплі – на 1 %. Одночасно, спостерігається тенденція до зменшення в структурі продукції сільського господарства питомої ваги продукції галузі тваринництва. Під час дослідження частка тваринницької продукції зменшилась на 3,2 %, в тому числі на 3,2 % зменшилась питома вага молока, на 0,9 % частка іншої продукції галузі.

Таблиця 4.3

Доходи та витрати у розрахунку на одну особу

Роки	Доходи, грн.	Наявні доходи, грн.	Витрати, грн.	Співвідношення доходів та витрат, %	У % до попереднього року		
					доходи	наявні доходи	витрати
2005	3839,5	2938,0	3485,6	110,2	118,3	120,1	111,1
2006	4427,8	3286,3	4176,8	106,0	114,5	112,1	122,1
2007	4526,3	3381,2	4205,3	107,6	102,2	102,8	100,6
2008	4602,1	3564,2	4303,6	106,9	101,6	105,4	102,3
2009	4643,5	3685,2	4406,9	103,9	100,8	104,0	102,4
2010	4832,2	3895,0	4651,4	103,8	103,8	105,7	105,6
2011	4905,1	3980,6	4718,2	103,9	101,5	102,2	101,4
2012	5216,4	4012,3	4921,6	105,9	106,3	100,8	104,3

Аналіз доходів та витрат в розрахунку на 1 особу за даними таблиці 4.3 показав, що спостерігається тенденція до зростання доходів з одночасним збільшенням витрат. Про це свідчать і показники ланцюгових темпів зростання доходів, в тому числі наявних та витрат. В 2012 році в порівнянні з 2005 роком

Величина доходів в розрахунку на 1 особу збільшились на 1376,9 грн. тобто 35,86 %, в тому числі наявних доходів – на 1074,3 грн. або на 36,56 %. Витрати в розрахунку на 1 особу в звітному році в порівнянні з базисним збільшились на 41,2 % або на 1436 грн. таким чином, можна зробити висновок, що з часом зростають як доходи так і витрати населення.

Для держави першочерговим завданням є фінансова підтримка нарощування виробництва продукції, підвищення ефективності функціонування агропідприємств на основі спеціалізації і концентрації

виробництва. Акумуляція інвестиційних потоків з метою зміцнення матеріально-технічної бази, застосування новітніх технологій, підвищення продуктивності праці, а отже, і зниження собівартості продукції можливі тільки у великих сільськогосподарських підприємствах, а це є основою конкурентоспроможності вітчизняного сільського господарства.

Фінансування видатків по Мінагрополітики здійснюється згідно з помісячним розписом асигнувань державного бюджету за рахунок коштів Загального фонду державного бюджету (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Фінансування підприємств АПК України, млн. грн.

Видатки	2009		2010		2011		2012	
	Затверджено	Фактично профінансовано	Затверджено	Фактично профінансовано	Затверджено	Фактично профінансовано	Затверджено	Фактично профінансовано
Фактично виділено, всього	4387,3	4254,5	3623,3	3623,3	4052,3	4052,3	4621,3	4621,3
у т.ч. на підтримку розвитку підприємств АПК	934,3	843,6	285,7	285,7	405,7	405,7	463,2	357,1
Фактично перераховано, всього	4387,3	4254,5	3623,3	3574,8	4052,3	3821,5	4621,3	4021,8
у т.ч. на підтримку розвитку підприємств АПК	934,3	843,6	285,7	242,0	405,7	361,5	463,2	348,7

Як показав аналіз даних таблиці 4.4 у 2010 році на фінансування підприємств АПК було виділено на 17,4 % менше, порівняно із 2009 роком. За 2010-2011 роки фактично профінансовано із перерахованих сум менше, ніж було затверджено: у 2009 році – на 90,7, а у 2010 році – на 43,7 млн. грн. За даними Мінагрополітики найбільший обсяг коштів перераховано за такими програмами, як протиепізоотичні заходи та участь у Міжнародному епізоотичному бюро і селекція в тваринництві та птахівництві – 112,2 та 63,7 млн. грн., що становить 99,6 і 79,9 %, відповідно, від затверджених сум. У повному обсязі профінансовані наступні програми: селекція у рослинництві (заплановано – 40,0 млн. грн., профінансовано – 40,0 млн. грн.), агрохімічна

паспортизація земель (1,0 млн. грн. – 1,0 млн. грн.), заходи по боротьбі зі шкідниками і хворобами сільськогосподарських рослин (1,0 млн. грн. – 1,0 млн. грн.), формування національних сортових рослинних ресурсів (1,0 млн. грн. – 1,0 млн. грн.). В 2012 році на підтримку розвитку підприємств АПК було виділено 463,2 млн. грн., а фактично профінансовано 357,1 млн. грн., що становить лише 77,09 % від виділеної суми коштів, а фактично перераховано на підтримку розвитку підприємств АПК лише 75,28 % від виділеної суми.

4.2. Проблеми інвестування та розвитку АПК України

Окремі економісти вважають, що складне фінансове становище сільгоспдприємств зробило їх непривабливими для сторонніх інвесторів. Унаслідок цього різко знизилися інвестиційні можливості підприємств, тому що основним джерелом інвестицій в основний капітал тепер є їхні власні кошти, які через відсутність прибутку обмежувалися лише амортизацією. Сума останньої неухильно знижувалася у зв'язку з перевищенням вибуття основних засобів над їх уведенням в експлуатацію. Незважаючи на таке непросте становище, привабливість аграрного сектора стає дедалі помітнішою. Перед Україною відкриваються широкі перспективи у зв'язку зі світовою продовольчою кризою, зростанням попиту на біопаливо, відсутністю можливості розширювати посівні площі й нарощувати продуктивність сільського господарства основних аграрних країн. Членство України в СОТ відкриває для нашої держави нові можливості, особливо у сфері АПК. Як стверджують спеціалісти, на вітчизняній економіці наслідки третьої хвилі світової кризи повною мірою ще не позначилися. Серед основних можливих наслідків експерти, передусім, називають підвищення ролі експортно-орієнтованих виробництв і перерозподіл фінансових ресурсів в економіці на користь сировинних секторів. Тому за умови продуманої політики країни стосовно сільського господарства ця сфера може стати однією з найстабільніших складових економіки.

У зв'язку із цим останнім часом набрало важливого значення дослідження і впровадження перспективних форм інвестиційного забезпечення реалізації господарських і природоохоронних проектів у галузі сільськогосподарського виробництва. Рівноважний стан аграрної економіки означає, що вона почне функціонувати переважно на основі ринкових механізмів при державній підтримці формування необхідних інститутів розвитку. Перехід на інноваційний шлях передбачає не тільки модернізацію технологій виробництва продукції

рослинництва й тваринництва, а й зміну галузевої структури, форм організації виробництва та методів управління. При продовженні активної діяльності державних і муніципальних органів управління з бюджетної підтримки аграрного сектора можна реально завершити специфікацію прав власності на землю в сільськогосподарських організаціях, реструктуризацію значної частини багатогалузевих сільгоспідприємств, формування інфраструктури збуту сільгосппродукції. Будуть помітні й результати першого етапу модернізації аграрного виробництва на інноваційно-інвестиційній основі.

Вирішення питань, пов'язаних з оптимізацією рівня інвестиційного забезпечення, вимагає розгляду стану розвитку інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості сільського господарства. Економічне зростання, що намітилося останніми роками (до розгортання світової економічної кризи), активізувало фактори, які стимулюють інвестування галузі. Інвестиційна привабливість вітчизняного аграрного сектора почала підвищуватися, що сприяло підвищенню темпів приросту інвестицій у його основний капітал. Значною мірою це зумовлено тим, що розвиток АПК задекларовано на рівні держави як пріоритетний у вітчизняній економіці.

Джерелами економічного зростання є нарощування виробництва продукції, підвищення продуктивності праці, ефективне використання ресурсів. Збільшення капіталу відбувається шляхом проведення інвестицій. При цьому не можна забувати, що в просторовому відношенні Україна особлива, унікальна держава, єдина у своєму роді. У нас зосереджено 2% сільськогосподарських угідь світу. Проте помилково відносити сільське господарство до галузі, що тільки виробляє продовольство. Тут ідеться також про такі життєво важливі функції, як рекреація, туризм, самотутня культура, здійснення контролю над територіями, відтворення здорового населення, виробництво екологічно чистої продукції й лікарських рослин, збереження джерел чистої питної води і т. д. Ці блага не можна оцінювати тільки з позиції ринку (окремі з них просто безцінні), адже вони відіграють виняткову роль у розвитку країни, її майбутньому. Тому необхідно формувати нове ставлення до сільської місцевості та сільськогосподарської діяльності. Сільськогосподарські території становлять ареал традиційних занять і традиційної культури для більшості населення. Особливості інвестиційного забезпечення АПК України, а їхнє скорочення загрожує знищенням власного автентичного соціально-генетичного й культурного коду, що складався століттями.

У процесі реформування аграрного сектора країн пострадянського табору сформувалася різноманітна структура господарюючих суб'єктів. В аграрному

секторі нині функціонують чотири типи господарств: сільськогосподарські комерційні організації корпоративного типу; державні й муніципальні унітарні підприємства; фермерські господарства; господарства населення, що включають особисті господарства, садівництво та городництво громадян.

Адаптації більшості сільгоспідприємств до ринкових умов, що формуються, заважає їх нерациональна багатгалузева структура виробництва, яка успадкована від радянського періоду і характеризується технологічною відсталістю та нерациональністю організації виробництва. Потрібна їх ринково орієнтована реструктуризація, щоб організувати ведення кожного виду товарного виробництва як спеціалізованого самостійного бізнесу. Стратегічним завданням аграрної політики держави в економічній сфері є, насамперед, формування ефективного конкурентоспроможного агропромислового виробництва, здатного гарантувати продовольчу безпеку країни, і нарощування експорту окремих видів сільськогосподарської продукції й продовольства. Основою для підвищення ефективності виробництва в АПК і доходів сільського господарства є зростання технологічного рівня аграрного виробництва, упровадження ресурсозберігаючих та екологічно чистих технологій у результаті підтримки відповідних досліджень і введення системи консультування в сільському господарстві.

Перші роки реформ збіглися з поглибленням кризи вітчизняної економіки і, зокрема, аграрного сектора. Сільське господарство до 1991 року було одним із провідних виробників валового внутрішнього продукту. Частка АПК в його виробництві становила 25%, а за останні роки вона істотно знизилася. Для ефективного розвитку аграрних підприємств в умовах ринкових перетворень в Україні необхідна активізація інвестиційного процесу, істотне збільшення обсягу інвестицій, виявлення найефективніших джерел фінансування. Інвестиційний процес у сільському господарстві на початку ринкової трансформації в умовах загальної економічної кризи і відсутності еквівалентності обміну перебував у зародковому стані. Загальна розбіжність динаміки індексів цін на промислову і сільськогосподарську продукцію різко збільшила так звані «ножиці» цін, які почали руйнівню впливати на фінансовий стан інвестиційного процесу в аграрних підприємствах.

Недостатня вивченість та важливість даної проблеми для аграрної економічної науки й виробничої практики визначають її актуальність. Проте питання інвестування аграрного виробництва в ринкових умовах вивчені недостатньо. Встановлено, що в Україні зусилля по державному регулюванню інвестиційного процесу, здійснені в останні роки, в поєднанні із

стимулюванням підприємницької діяльності на основі використання потенціалу приватної власності забезпечили позитивний результат. Відбувалося зародження ефективного інвестиційного процесу в сільському господарстві. При цьому вартість землі в її грошовій оцінці як фінансовий актив і використання його разом з іншими чинниками забезпечує розвиток такого процесу. Одним із визначальних завдань активізації інвестиційного процесу аграрного сектора національної економіки України поряд із становленням реального власника – суб'єкта господарювання і ринкового економічного середовища є створення дійового економічного механізму самофінансування на основі товарно-грошових відносин. Це завдання має вирішуватися шляхом адаптації підприємницької діяльності до ринкових умов господарювання й освоєння механізмів самофінансування. Відмінною рисою державної інвестиційної політики повинна стати орієнтація на внутрішні ресурси нагромаджень в країні, орієнтування насамперед на національний капітал. З цією метою передбачається стимулювання комерційних банків до довгострокового кредитування реального сектора, розвиток системи спеціалізованих інвестиційних банків, а також створення необхідних умов і законодавчої бази для їх активної господарської діяльності. З огляду на економічні закономірності, що реально склалися в Україні, та економічну ситуацію можна виділити наступні напрямки подолання інвестиційної кризи в аграрному секторі. Умовами сприятливості інвестиційного клімату є:

- ✓ прийняття Податкового кодексу, що підвищує мотивацію підприємців до інвестування у вітчизняні підприємства;
- ✓ зміна амортизаційної політики, тобто приведення податкових норм амортизаційних відрахувань у відповідність до національних стандартів бухгалтерського обліку;
- ✓ розвиток ринку капіталу - облігаційних ринків підприємств, інституту фінансових посередників, що забезпечують доведення інформації про пропозицію капіталу та інвестиційних проєктів до зацікавлених партнерів;
- ✓ створення сприятливих умов для пріоритетного розвитку приватних інвестицій шляхом прийняття державою на себе частини ризиків в умовах високої інвестиційної ризикованості ринкових перетворень.

У 2000 році частка прямих іноземних інвестицій в сільське господарство в їх загальному обсязі становила 2%. Інвестиції в основному вкладаються у високоліквідні проєкти, що не вимагають витрат, тобто у внутрішню торгівлю. Реорганізація, санація і банкрутство неспроможних аграрних підприємств сприятимуть оздоровленню інвестиційного клімату.

Отже, трансформація української економіки впливає на розвиток інвестиційного процесу в сільському господарстві України. Можна виділити три основних способи акумулювання підприємством інвестиційних ресурсів: внутрішнє фінансування, зовнішнє фінансування, лізинг. Однак, нині більшість аграрних підприємств не в змозі фінансувати інвестиції зі свого прибутку, оскільки вони не мають його в потрібних обсягах або перебувають у кризовому стані й мають збитки. Фінансувати із власних засобів інвестиційні проекти - закупівлю техніки, господарське будівництво - реально може лише невелика частина сільськогосподарських підприємств. Однією з найважливіших причин критичного фінансового стану українських сільськогосподарських підприємств є неплатежі. Не одержуючи оплати за вироблену продукцію, аграрні підприємства не в змозі придбати не тільки сільгосптехніку, й оборотні кошти, необхідні хоча б для простого відтворення.

Другим значним джерелом внутрішнього фінансування інвестицій є амортизаційні відрахування, тому велике значення приділяється амортизаційній політиці. Індексації у минулі роки торкнулися лише балансової вартості основних засобів. Індексації сум амортизації основних засобів не відбулося.

Тобто, в умовах інфляції до знецінених амортизаційних відрахувань додавалися амортизаційні відрахування, які були нараховані на переоцінені основні засоби. Від реальної оцінки основних засобів залежать можливості реального характеру інвестиційного процесу. Заниження оцінки основних засобів порівняно з їх відновною вартістю (рівнем поточних цін) приводить до заниження обсягів амортизаційних відрахувань. Фінансуванню інвестиційних проектів за рахунок зовнішніх джерел приділяється особлива увага, адже за такої умови в цивілізованому ринковому середовищі можуть створюватися нові підприємства. Надалі, коли підприємство вже існує й успішно функціонує, його економічне зростання також не може фінансуватися винятково із власних засобів.

Важливою формою зовнішнього фінансування інвестиційних проектів є одержання фінансових ресурсів шляхом випуску акцій. Однак інвестори не бажають вкладати кошти в акції збиткових сільськогосподарських підприємств. Таким чином, фінансувати інвестиції за рахунок випуску цінних паперів на даному етапі аграрний сектор не в змозі. Серед численних джерел довгострокового фінансування за рахунок позикових засобів у країнах з розвинутою ринковою економікою варто виділити три основні:

- ✓ банківські кредити, що є особливо важливим джерелом фінансування інвестиційних проектів для малих і середніх підприємств (у тому числі для фермерських господарств і невеликих сільськогосподарських підприємств);
- ✓ позика під боргове зобов'язання, тобто кредит, що видається такими фінансовими посередниками, як страхові компанії, інвестиційні та пенсійні фонди;
- ✓ облігаційна позика - довгострокова позичка, оформлена в письмовому вигляді у формі облігацій.

З трьох форм боргового фінансування сільськогосподарськими підприємствами України використовується тільки одна – кредитування. Українські комерційні банки надають своїм клієнтам переважно короткострокові кредити під закупівлю оборотних коштів, а не під довгострокові інвестиційні проекти. Якщо ж йдеться про інвестиційні проекти, українські банки не мають наміру надавати інвестиційні кредити, а пропонують здійснювати проектне фінансування, коли банк-кредитор набуває прав участі в створюваному чи працюючому підприємстві. У такому випадку не передбачається повернення інвестованого капіталу в банк.

Одним із надійних способів забезпечення кредиту, який широко застосовується у ринковій економіці, є іпотека. В останні роки знову зріс інтерес до іпотеки у зв'язку з реформуванням. Земля та майно сільськогосподарських підприємств перейшла у приватну власність і в оглядовій перспективі можуть у найближчій перспективі стати об'єктом застави. Довгострокове фінансування може здійснюватися не тільки за рахунок кредитів, отриманих підприємством у комерційному банку. Кредитором може бути й держава, яка фінансує агропромислове виробництво за рахунок коштів державного бюджету, місцевих бюджетів і позабюджетних фондів. Фінансова допомога держави аграрному сектору за останні п'ять-сім років знизилася, що і виявилось однією з причин фінансової кризи у сільському господарстві. Ще одним способом здійснення інвестиційного процесу в аграрній сфері є лізинг. Підґрунтям бурхливого розвитку лізингового ринку є закладені в ньому потенційні можливості й переваги як для орендаря, так і для орендодавця. Саме ці можливості й переваги дають підстави сподіватися, що лізинг найближчим часом стане одним з найважливіших інструментів створення і відновлення вітчизняного основного капіталу.

Відродженню інтересу до лізингових операцій в Україні сприяли перші кроки по впровадженню орендних відносин у ринкових формуваннях. Однією з форм надання техніки у лізинг є створення машинно-технологічних станцій

(МТС) - апробованої схеми господарювання на селі. Особливо потрібні МТС тепер, коли сільськогосподарські товаровиробники, незалежно від їхньої організаційно-правової форми, не в змозі самостійно забезпечити себе сільгосптехнікою.

Інвестиції в АПК, їх структурна збалансованість є важливим ресурсом економічного розвитку для більшості галузей народного господарства. Метою політики у сфері інвестування агропромислового комплексу має стати створення сучасної системи державного регулювання, яка б підвищила інвестиційну привабливість економіки та забезпечила потужні мотивації як резидентів так і нерезидентів щодо вкладення коштів у розвиток галузей АПК. Адже АПК є єдиною цілісною виробничо-економічною системою, яка охопила цілий ряд галузей народного господарства спеціалізованих на виробництві продовольства. Головне завдання що стоїть перед галузями АПК - це зростання сільськогосподарського виробництва, надійне забезпечення країни продуктами харчування та сільськогосподарською сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей комплексу для отримання високих кінцевих результатів. Надавати можливості виходу продукції АПК України на світовий ринок.

Структурна перебудова у сфері матеріального виробництва, особливо агропромислового комплексу, є важливим мотиваційним фактором для інвестування. Тим більше, що Україна має ресурси для виробництва сільськогосподарської продукції і географічно розташована поблизу міжнародних ринків. Основний орієнтир і пріоритет аграрного сектора визначає головним і незамінним природний засіб виробництва - землю, від раціонального використання якої залежить прибутковість аграрного сектора економіки.

Для інвесторів пріоритетними є галузі та підприємства, які мають високий інноваційний потенціал і здатні забезпечити приріст рентабельності капіталу, що функціонує в процесі виробництва. Найбільш пріоритетними й одночасно прибутковими сферами агропромислового комплексу, у тому числі й для іноземного інвестора, є:

- ✓ впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур й утримання худоби та птиці;
- ✓ відновлення і модернізація на базі нових технологій підприємств переробної та харчової промисловості, та тих, що займаються заготівлею та зберіганням сільськогосподарської продукції;

- ✓ розвиток сільськогосподарського машинобудування і виробництво технологічного обладнання для м'ясо-молочної, борошно-мельнокруп'яної та хлібопекарської промисловості;
- ✓ надання виробничих послуг агропромисловим підприємствам.

Інвестиційний клімат формується під впливом сукупності політичних, соціальних, економічних та інших чинників, на які зважають інвестори при прийнятті рішень щодо здійснення інвестицій. Існують об'єктивні та суб'єктивні чинники, які негативно впливають на процес інвестування галузі, а саме: економічна нестабільність держави; неврегульоване законодавство, відсутність гарантій захисту від його змін; темпи інфляції залишаються на значно вищому рівні, ніж у країнах Європи; недосконала фінансова у тому числі податкова політика.

Проте аграрний сектор складається з середніх і великих підприємств розміщених на великих земельних масивах. Вони мають потенційні можливості організувати ефективне високотехнологічне виробництво. Крім того, в них створені значні майнові комплекси, об'єкти яких можуть використовуватись для зменшення ризиків інвесторів і кредиторів. Так великий економічний потенціал нагромаджено у переробній промисловості АПК, багато підприємств якої здатні виробляти конкурентоспроможну продукцію. В галузях агропромислового комплексу збереглися висококваліфіковані кадри, що сприяє залученню інновацій і залученню інвестицій. На сьогодні ще не введено в дію систему економічних важелів стимулювання інвестиційної діяльності, заходи регулювання відносин власності на землю і майно не є інвестиційно привабливими, фінансово-кредитні установи не зацікавлені в інвестуванні сільського господарства. Проблемою для інвесторів є законодавча система в державі. Інвестор не завжди може захистити свої інтереси, що шкодить інвестиційному іміджу держави.

Останні роки свідчать, що заходи, які приймалися на державному рівні протягом усіх років незалежності, поки-що не створили стабільних передумов для поступального конкурентного розвитку аграрної економіки. Часта зміна урядів, зміна пріоритетів певною мірою вносили корективи в тактику та стратегію розвитку агропромислового виробництва, руйнували стабільність державної аграрної політики, що суттєво знижувало результативність діяльності галузі.

Таким чином для поліпшення інвестиційного забезпечення розвитку агропромислового комплексу України держава політика повинна: створити відповідну фінансову підтримку, розширити застосування фінансово-кредитних

і небанківських інвестицій, розвивати ринок страхових послуг, створити належну систему захисту прав інвесторів, сприяти збільшенню вкладень в основний капітал, залученню прямих іноземних інвестицій.

На сучасному етапі економіка України, включаючи її агропромисловий комплекс, знаходиться в стані глибокої кризи. Негативний вплив мають структурні, міжгалузеві диспропорції, що нагромадилися в народному господарстві протягом десятиліть, що і привели до гострого дефіциту товарів виробничого і невиробничого призначення, і особливо енергоносіїв. Криза підсилюється розбалансованістю фінансово-кредитної системи, невідповідністю сформованих управлінських структур потребам економічного розвитку.

За умови надзвичайно високої монополізації економіки галузі переробної промисловості АПК виявилися дуже чуйними до різких змін соціально-економічної ситуації в Україні й у СНД. Економічна криза багатосторонньо впливає на розвиток інвестиційного процесу у всім АПК. З одного боку, необхідність здійснення структурної перебудови вимагає великих капітальних вкладень у такі ключові виробництва, як машинобудування для переробних галузей АПК, випуск засобів і матеріалів, включаючи необхідне устаткування, біотехнології в агропромисловому виробництві. Економічний підйом цих господарських ділянок привів би до значної позитивної ланцюгової реакції у всьому агропромисловому комплексі. Але вітчизняна промисловість не може забезпечити належного рівня розвитку відзначених галузей тільки за рахунок власних ресурсів. Цілий ряд засобів виробництва взагалі не випускається в Україні. Наприклад, нове обладнання для переробки молока виробляється тільки в декількох країнах і декількома великими корпораціями. Тому проблема імпорту товарів виробничого призначення й іноземних інвестицій для розвитку АПК є надзвичайно актуальною для економіки України.

Необхідно відзначити, що потреба АПК України у відзначених видах інвестицій неоднакова. Найбільшу цінність мають нові технології устаткування; ноу-хау, вільно конвертована іноземна валюта. З іншого боку, можливості вкладення тих чи інших видів інвестицій часто різні в різних іноземних інвесторів у залежності від країни походження. Тому проблему залучення закордонних капіталів в АПК України доцільно розглядати диференційоване по інвесторах з розвинутих країн, із країн на території колишнього СРСР, з інших країн.

На державному рівні для АПК України повинні бути чітко визначені пріоритетні галузі, виробництва, куди в першу чергу повинні залучатися

іноземні інвестиції. Одним з ведучих критеріїв доцільності такого вибору повинна бути можливість досягнення ланцюгової реакції господарської активності й економічного росту у всьому агропромисловому комплексі як наслідок первинної ін'єкції капіталів. У зв'язку з цим, з огляду на вітчизняні потреби, а також світовий досвід, особливо досвід країн Східної Європи, для умов України можна запропонувати наступні пріоритетні сфери-адресати для іноземних інвестицій з метою забезпечення динамічного розвитку переробних галузей АПК:

- ✓ виробництво технологічного устаткування для цукрової, олійно-жирової, хлібопекарної, мукомельно-круп'яної, м'ясо-молочної промисловості, тароупаковочного господарства, для випуску дитячого харчування;
- ✓ виробництво тари й упакування;
- ✓ біотехнології в галузях переробної промисловості АПК;
- ✓ створення об'єктів соціальної інфраструктури.

Для стратегічного розвитку України важливим фактором є підйом виробництва на основі пріоритетності та привабливості об'єктів інвестування, а отже і інвестиційний підйом. Пріоритет, як наукова економічна категорія, означає переважне, першочергове значення, положення, право.

Організація високоефективного використання земель залежить від активізації інвестування в ті галузі та підприємства, де виробництво безпосередньо пов'язане з інтенсивним використанням землі. Інвестори багато уваги приділяють питанням власності на землю, таким чином це питання має велике значення у створенні інвестиційної привабливості агропромислового комплексу України. Основними нормативно-правовими актами, що визначають основи формування й розвитку ринку землі в Україні, є Конституція України, Земельний Кодекс, Закон України «Про оренду землі».

В розвитку агропромислового виробництва вчені виділяють такі пріоритети:

- ✓ модернізація та технічне переоснащення агропромислових підприємств;
- ✓ створення власної сировинної бази для виробництва мінеральних добрив та інших видів хімічної продукції;
- ✓ розвиток насінництва і селекції тварин;
- ✓ охорона та відродження земельних ресурсів;
- ✓ формування ринку продовольства;
- ✓ розвиток соціальної і виробничої інфраструктури села;
- ✓ проблеми екології.

Перераховані пріоритети обумовлені недостатніми обсягами капіталовкладень в агропромисловий комплекс, соціальної інфраструктури села та його технічне забезпечення. Поліпшення інвестиційного клімату як на національному рівні, так і на рівні окремих регіонів можливе за рахунок удосконалення інформаційної складової та застосування маркетингових методів щодо нарощування інвестиційних можливостей територій. Принциповими орієнтирами визначення пріоритетів для інвестицій є:

- економічне обґрунтування напрямів інвестицій;
- скорочення вкладень, що підтримують збиткові підприємства і виробництва;
- розвиток соціальної сфери;
- напрямок інвестицій у галузі, що виробляють якісні продукти харчування і сировину для промисловості.

Як вже зазначалось, на макрорівні управління інвестиційним процесом пов'язано з регулюванням економіки (рис. 4.1).

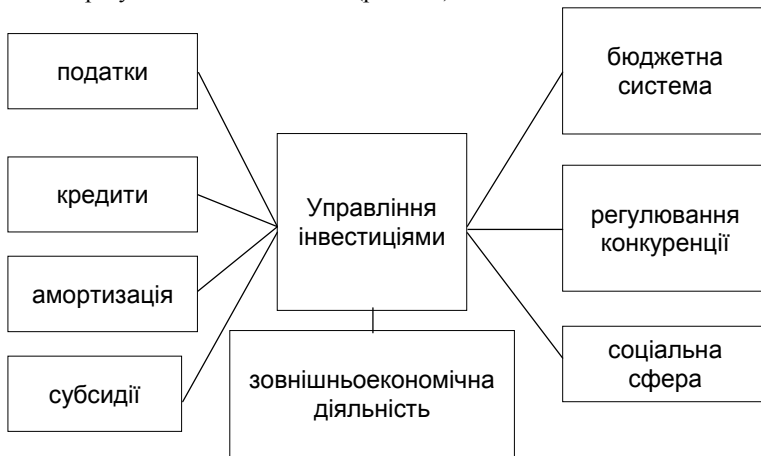


Рис.4.1. Система державних регуляторів інвестиційного процесу

Одним із головних складових компонентів привабливого інвестиційного клімату в агропромисловому комплексі є обмеження адміністративних функцій управління органів виконавчої влади у функціонуванні аграрного сектору. Проведення політики невтручання в господарську діяльність суб'єктів господарювання гарантує приплив додаткових інвестицій в агропромисловий комплекс.

Створенню інвестиційної привабливості агропромислового комплексу сприяв Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки» від 3 грудня 1999 року [12]. Згідно з ним недержавні сільськогосподарські підприємства реорганізовані у фермерські господарства, приватні підприємства, кооперативи та інші господарюючі структури на основі приватної власності на землю та засоби виробництва. Інвестування високорентабельних галузей виробництва дозволяє отримувати доходи, тому що ці галузі ефективні, вони забезпечують процес розширеного відтворення, їх продукція конкурентоспроможна, що сприяє економічному та соціальному росту держави. Інвестування в соціальну сферу обумовлено якісним вдосконаленням організації сільськогосподарського виробництва, здійснюваним на інноваційній основі, що стимулюватиме інвестиційну привабливість галузей агропромислового комплексу.

Критерії інвестиційної привабливості пов'язані з економічним обґрунтуванням інвестиційного проекту. За критеріями привабливості та пріоритетності серед галузей економіки України виділяють такі:

- ✓ стратегічні галузі, які забезпечують життєдіяльність держави: енергетика, галузі агропромислового комплексу, транспорт, машинобудування;
- ✓ пріоритетні галузі економіки: сільське господарство, харчова промисловість, торгівля, освіта, охорона здоров'я;
- ✓ галузі інфраструктури – соціальна інфраструктура, туризм.

Особливе значення має оцінка перспектив інвестування та прогнозування інвестиційної привабливості на регіональному рівні. Кожний інвестиційний проект має бути реалізований там, де для нього є певні умови, тобто пріоритетність галузей або об'єктів інвестування є основною ознакою привабливості регіону.

Можливими шляхами збільшення інвестицій на сьогодні є забезпечення адресного використання амортизаційних коштів, відповідно до їх функціонального призначення. Це передбачає включення амортизаційних відрахувань при нецільовому використанні в оподатковувану базу: введення спеціальних амортизаційних рахунків аграрних підприємств у банках, які їх обслуговують, формування за рахунок частини амортизаційних відрахувань регіональних інвестиційних фондів.

Динаміка показників ресурсно-інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств в Україні наведена в таблиці 4.5.

Аналіз показав, що збільшуються обсяги інвестування в основні засоби, покращуються фінансові результати, зростає фондівдача. Це свідчить про наявність хоча і нестійких, але позитивних зрушень в цій сфері.

Таблиця 4.5

Динаміка показників ресурсно-інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств України

Показники	Роки	Україна
Вартість основних засобів сільськогосподарських підприємств, млн. грн.	2005	46851,3
	2006	47132,9
	2007	48113,5
	2008	52416,1
	2009	73112,8
	2010	242317,2
	2011	365774,5
	2012	396158,2
Інвестиції в основний капітал, млн. грн.	2005	1930,2
	2006	1016,9
	2007	1891,4
	2008	13984,8
	2009	8803,06
	2010	7684,0
	2011	12338,67
	2012	13428,2
Фінансові результати, млрд. грн.	2005	3,4
	2006	2,8
	2007	6,2
	2008	6,6
	2009	7,2
	2010	6,9
	2011	7,1
	2012	7,5
Рівень рентабельності операційної діяльності сільськогосподарського виробництва, %	2005	6,8
	2006	2,8
	2007	19,3
	2008	17,2
	2009	15,4
	2010	16,3
	2011	17,1
	2012	17,6

Міжнародний банк вважається найбільшим донором економіки України. Діють системні та інвестиційні проекти Міжнародного банку. Системні проекти спрямовані на реформування секторної структури економіки. Транші по цих проектах надходять безпосередньо у Державний бюджет України. Надалі Міністерство фінансів фінансує передбачені проектом програми.

Саме в цьому і полягає головна мета кредитів Міжнародного банку, хоча кошти можуть використовуватись і не за призначенням, наприклад, на погашення дефіциту бюджету і підтримку платіжного балансу. Правилами Міжнародного банку передбачається, що фінансування інвестиційного проекту банком не може перевищувати 70-80 % загальної вартості проекту. Це означає, що українська сторона має забезпечувати 20-30 % фінансування.

Внаслідок цього можуть виникати затримки у фінансуванні окремих проектів. Саме так і сталося з проектом реабілітації гідроелектростанцій в системі електроенергетики, коли за відсутністю коштів з боку України фінансування надзвичайно важливого об'єкту було призупинено на тривалий час.

Співробітництво України та Світового банку здійснюється за такими напрямками: макроекономічна стабілізація та структурна перебудова; роздержавлення економіки та постприватизаційний розвиток інфраструктури; реформи у фінансовій сфері та формування основи ринкових відносин; удосконалення системи соціального захисту населення й розвиток інфраструктури; реабілітація та підтримка сільськогосподарського господарства; залучення інвесторів.

Таким чином, змінюються орієнтири та пріоритетні напрями інвестицій. Інвестиційні проекти мають конкретну спрямованість, наприклад, інвестування впровадження інтенсивних технологій.

Аналіз динаміки галузевої структури капітальних вкладень (табл. 4.6) показав, що їх обсяг в сільське господарство збільшився порівняно з 2005 роком на 11498 млн. грн. або більше ніж у 6 разів.

Таблиця 4.6

Динаміка капітальних інвестицій та їх структура в основні галузі економіки України

Галузь	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Усього:	37177,9	100	27413,1	100	28914	100	233081	100	151777	100	150667	100	209130	100	213146	100
в т.ч. сільське господарство	1930,2	5,19	1016,9	3,7	1891,4	6,54	13984,8	6,0	8803,06	5,8	7684,0	5,1	12338,67	5,9	13428,2	6,3
промисловість	15112,1	40,6	11364,6	41,45	11430,5	30,53	70390,46	30,2	49403,4	32,55	47324,5	31,41	70058,55	33,5	83379,3	36,8
будівництво	1822,8	4,9	1448,2	5,28	4130,0	14,28	32677,9	14,02	22311,22	14,7	22449,38	14,9	31787,76	15,2	33677,07	15,8
транспорт	7004,2	18,84	5979,8	21,81	4019,0	13,89	30766,7	13,2	20945,22	13,8	20641,3	13,7	28232,55	13,5	31758,7	14,9
операції з нерухомістю, здаванням під найм та юридичним особам	5549,2	14,93	4058,9	14,40	4328,3	14,99	35451,6	15,21	3904,8	15,75	24408,05	16,02	32206,02	15,4	35808,5	16,8
Інші	5759,4	15,54	3544,7	13,89	3114,8	5,86	49809,4	21,37	26409,19	17,4	28430,86	18,87	34506,45	16,5	20035,7	9,4

В умовах обмеження інвестиційних ресурсів держава фінансує в першу чергу високоефективні інвестиційні проекти, які забезпечують швидку окупність та максимальний прибуток. У 2012 році за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 209 млрд. грн. капітальних інвестицій. Переважну частку становили інвестиції в основний капітал (у капітальне будівництво і придбання машин та обладнання).

4.3. Іноземне інвестування в АПК України

Економічний розвиток країни формується під впливом багатьох факторів. Високорозвинуті держави, як правило, не відчувають проблем нестачі природних, трудових та фінансових ресурсів, маючи певну економічну стабільність. Іншим країнам, що знаходяться в гірших умовах, необхідно розкривати свій потенціал. Однак вони, не маючи достатніх власних ресурсів, залучають кошти з-за кордону. Разом з інвестиціями до країни надходять прогресивні технології, сучасна техніка, обладнання, зростає її експортний потенціал. Для України, яка вже тривалий час відчуває гостру нестачу внутрішніх фінансів для модернізації і розвитку галузей народного господарства, питання надходження зарубіжних інвестицій залишається актуальним і зараз.

В сучасних умовах однією з головних проблем розвитку підприємств АПК України є залучення інвестиційних та інноваційних ресурсів. Крім того, за умов обмеженості внутрішніх ресурсів найпривабливішим джерелом матеріально-технічного та фінансового забезпечення підприємств є іноземні інвестиції. Проте, на сьогодні їх обсяг та рівень ефективності залишаються вкрай недостатніми через наявність цілої низки проблем: нестабільності законодавчої бази, відсутності належного правового захисту інвесторів та недостатньої прибутковості інвестицій. Як показує світовий досвід, країни, які отримують значні іноземні інвестиції, мають суттєві результати від їх використання. Саме тому дослідження можливостей подальшого залучення іноземних інвестицій в підприємства аграрного сектору економіки України та їх ефективного використання, а також розробка відповідного механізму реалізації цих можливостей є актуальними завданнями сьогодення.

Згідно з Законом України «Про режим іноземного інвестування» під іноземними інвестиціями розуміють усі «цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства

України з метою отримання прибутку чи досягнення соціального ефекту» [11]. Інвесторами можуть бути іноземні держави, юридичні і фізичні особи, міжнародні організації, власні громадяни, які проживають за кордоном.

У сучасних умовах соціально-економічного розвитку України необхідні нестандартні підходи в розробці та втіленні в життя оновленої інвестиційної політики розвитку регіонів. При розробці і проведенні такої політики важливим є використання зарубіжного досвіду, який емпірично обґрунтовує можливість створення сприятливого інвестиційного клімату та зміцнення власного інвестиційного потенціалу.

Рівень привабливості країни для прямих іноземних інвестицій залежить від цілого ряду визначальних чинників (табл. 4.7).

Таблиця 4.7.

Фактори, що визначають приплив прямих іноземних інвестицій

Економічні умови	<i>Ринки</i>	Розмір, рівень доходів; урбанізація; стабільність і перспективи росту; регіональні ринки; дистрибуторські моделі; структура попиту.
	<i>Ресурси</i>	Природні ресурси; місце розташування.
	<i>Конкурентоспроможність</i>	Доступність робочої сили, її витрати, навиків / кваліфікація, здатність навчатися; управлінські здібності; доступ до факторів виробництва; фізична інфраструктура; мережа постачальників; технічна підтримка.
Політика, що проводиться приймаючою стороною	<i>Макроекономічна політика</i>	Здатність керівництва країни забезпечити стабільність основних макроекономічних показників; можливість репатріації прибутку; доступ до іноземної валюти.
	<i>Приватний сектор</i>	Сприяння розвитку приватної власності; передбачуваність і стабільність проведеної політики, ефективні фінансові ринки, легкість відкриття / закриття бізнесу; інша підтримка.
	<i>Торгівля і промисловість</i>	Зовнішньоторговельна політика; регіональна інтеграція, доступ на суміжні ринки; контроль над власністю; конкурентна політика; підтримка малого і середнього бізнесу.
	<i>Політика ПШ</i>	Легкість відкриття бізнесу; визначена структура права власності; доступ до факторів виробництва; стабільна стимуляційна політика.
Стратегія іноземних інвесторів	<i>Сприйняття ризику</i>	Сприйняття ризику, засноване на політичних факторах, макроекономічному регулюванні, стану ринку праці та стабільності політики, що проводиться.
	<i>Розташування, постачання, інтегрування</i>	Стратегії компаній, пов'язані з місцем розташування, постачання сировиною, матеріалами, комплектуючими, стратегічні альянси, навчання, технології.

Слід зазначити, що кожен тип прямих іноземних інвестицій має свою шкалу пріоритетності даних факторів і вимагає використання різних стратегій залучення інвестицій. Разом з тим, як показують дослідження, макроекономічна стабільність, форми власності на землю, зрозумілість та структурованість процедури приватизації, транспарентність, передбачуваність, послідовність і ліберальність законів, норм, кваліфікована робоча сила, добре розвинена інфраструктура входять до числа факторів, що роблять найбільший вплив при прийнятті позитивних рішень інвесторами про пряме іноземне інвестування.

Теоретична база по інвестиціях, яка включає класифікацію інвесторів та власне інвестицій, є однаковою для всіх галузей народного господарства. Але сільське господарство знаходиться в дещо інших умовах відносно інших сфер. Залежне від природних чинників, з яскраво вираженим сезонним, циклічним характером виробництва, воно є більш відсталою в технологічному відношенні галуззю порівняно з промисловістю та сферою послуг. Вкладені в нього капітали, відповідно, приносять меншу віддачу або навіть не приносять прибутку взагалі. Значна частина продукції сільгосппідприємств реалізується в четвертому кварталі, тому, реальний фінансовий результат їх господарської діяльності можна визначити лише в кінці року. До того ж, завжди мають бути резервні фонди на випадок стихійного лиха (повінь, засуха) в рослинництві чи епідемії хвороб в тваринництві. Все це не може не позначитися на інвестиційних процесах в даній галузі.

За останні роки в світі стрімко зростають потоки прямих іноземних інвестицій. Більша частина їх припадає на розвинуті країни, а невелика решта залишається країнам, що розвиваються. Хоча різниця між цими країнами по надходженню інвестицій стабільно скорочується, але майже всі вкладення (відтік) припадають на розвинуті країни і частка їх не зменшується.

Дані по інвестиціях у сільське господарство та виробництво продуктів харчування підтверджують загальні тенденції. Зокрема, в світовому сільському господарстві з 1990 по 2007 рік інвестиційні потоки зросли у 3-4 рази. Розвинуті країни та країни, що розвиваються, також суттєво збільшили суми ввезених і вивезених коштів. У галузі виробництва харчових продуктів інвестиційні потоки зросли майже у 6 разів. Традиційно країни, що розвиваються, набагато більше ввезли інвестицій, ніж вивезли їх, а от розвинуті країни в однаковій мірі експортували та імпортували капітал [8].

Після розпаду Радянського Союзу і здобуття Україною незалежності для вітчизняної економіки з'явилося багато якісно нових перспектив. Перш за все, вона стала відкритою для всього світу. Крім того, від радянського минулого

Україні дістався доволі вагомий спадок, адже, у всі часи вона займала друге місце за економічно-соціальним розвитком після Росії. А дуже вигідне географічне положення та сприятливий клімат довершили картину перспективного майбутнього нової держави.

Однак, позитивні очікування виявилися далекими від реалій. З кожним роком Україна втрачала свої позиції, в повній мірі характеризуючись як країна з перехідною економікою з усіма притаманними їй рисами. Економічна і соціальна нестабільність як причина і наслідок тривалої кризи збільшили розрив між нами та провідними державами світу. Доволі швидко стало зрозуміло, що подолати ці проблеми самостійно за допомогою власних ресурсів Україна не зможе. Постає питання про залучення коштів ззовні – іноземних інвестицій. Через сукупність багатьох негативних факторів іноземні інвестори не поспішали вкладати кошти в нашу економіку. Тому, довгий час світові глобалізаційні процеси, які особливо інтенсивно розвивались з кінця ХХ ст., проходили повз, лише в окремих випадках торкаючись України. Обсяги зарубіжних інвестицій, які залучались, в багато разів були нижчими за бажані та необхідні для вітчизняної економіки.

Надходження іноземних інвестицій поліпшує стан і результативність аграрних підприємств, сприяє залученню інноваційних технологій, поліпшенню якості переробки та зберігання продуктів сільського господарства, використання ресурсів, насиченості внутрішнього ринку високоякісним продовольством, створенню нових робочих місць, нарощуванню експортного потенціалу, налагодженню економічних зв'язків між господарюючими суб'єктами тощо. Однією з найефективніших форм залучення іноземних інвестицій є спільні підприємства. Через спільне підприємство в агропромисловий комплекс надходять прогресивні технології, нова техніка, досконаліші форми організації виробництва. На цій основі буде не тільки досягатися вища ефективність виробництва, але й зростатимуть рівні організації, управління і кваліфікації працівників.

В умовах дефіциту фінансових і матеріальних ресурсів для забезпечення подальшого розвитку галузей агропромислового комплексу Україні потрібні значні інвестиції. За обмеженості внутрішніх джерел вагомим чинником технологічного оновлення та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва може стати іноземний капітал. Проте обсяги залучення іноземних інвестицій в аграрне виробництво залишаються нині досить незначними, що зумовлено несприятливими політичними, соціально-економічними та екологічними чинниками. Нинішній стан економіки України

потребує використання всіх чинників зростання, зокрема переваг міжнародного розподілу праці, зовнішньоекономічного фактору у вирішенні складних проблем структурної перебудови та забезпечення економічної безпеки.

Агропромисловий комплекс України нині перебуває у скрутному становищі, що зумовлене як численними проблемами, що накопичились ще за радянських часів, так і загальною міжнародною соціально-економічною кризою, а також і окремими негативними наслідками вітчизняних реформ і суб'єктивними помилками, що не могли не виникнути вже у процесі самого реформування.

У цих умовах для національного АПК важливого значення набувають іноземні інвестиції, які поєднують у собі фінансове забезпечення і техніко-технологічне оновлення підприємств, оскільки виступають основними каналами надходження інвестицій.

Ефективне реформування економіки, як свідчить світовий і вітчизняний досвід, можливе лише на основі активізації інвестиційної діяльності, істотного збільшення обсягу інвестицій, а також консолідації всіх джерел інвестування. Тільки тоді можлива модернізація виробництва, впровадження нових технологій на основі сучасних наукових досліджень.

Значну увагу слід приділити формуванню сприятливого інвестиційного клімату, який формується під впливом сукупності політичних, соціальних, економічних та інших чинників, на які зважають інвестори при прийнятті рішень щодо здійснення інвестицій. Існують об'єктивні та суб'єктивні чинники, які негативно впливають на процес інвестування галузі, тому при стимулюванні залучення інвестицій слід врахувати вплив цих чинників: економічна нестабільність держави; неврегульоване законодавство, відсутність гарантій захисту від його змін; темпи інфляції залишаються на значно вищому рівні, ніж у країнах Європи; недосконалі фінансова у тому числі податкова політика функціонування інвестиційного процесу.

В Україні створено певні організаційно-правові передумови для залучення та ефективного використання іноземних інвестицій. Згідно з нині діючим законодавством, для всіх іноземних інвесторів на території України встановлено національний режим інвестиційної діяльності. Було сформовано 11 спеціальних (вільних) економічних зон і 9 територій пріоритетного розвитку із спеціальним режимом інвестиційної діяльності, в яких для інвесторів передбачалася низка пільг, проте на даний момент часу вони не діють. Іноземним інвесторам були надані певні гарантії з боку держави, а саме: зарубіжні інвестиції не підлягають націоналізації; іноземним інвесторам

гарантується безперешкодний переказ закордон прибутків; вони мають право на відшкодування збитків, у тому числі за упущену вигоду і моральну шкоду, які були їм завдані внаслідок дій, бездіяльності або неналежного виконання державними органами чи посадовими особами обов'язків, передбачених законодавством щодо іноземних інвесторів; у разі припинення діяльності гарантується повернення інвестиції в натуральній формі або у валюті інвестування без сплати мита, а також доходів з цих інвестицій у грошовій або товарній формі.

Серед зарубіжних фірм-інвесторів, що розпочали свою діяльність в Україні й досить активно інвестують в агропромисловий комплекс, чимало провідних іноземних компаній і навіть світових лідерів [«Каргілл» (США), «Сан Інтербру» (Бельгія), «Крафт Якобс Сушар» (Швейцарія) тощо]. Це свідчить про існування зацікавленості в Україні з боку іноземних інвесторів, незважаючи на загальну несприятливу економічну ситуацію, нестабільність і непередбачуваність законодавства, надмірний податковий тиск, низький соціальний капітал (довіра, цінності та норми, що поділяють люди в будь-якій спільноті), а отже - неготовність або неспроможність більшості українських партнерів дотримуватись договірних зобов'язань тощо.

На сьогодні найбільш пріоритетними та одночасно прибутковими сферами для іноземного інвестування є:

- ✓ оновлення та модернізація на базі нових технологій підприємств переробної і харчової промисловості, а також тих, що займаються заготівлею та зберіганням зерна та іншої сільськогосподарської продукції;
- ✓ створення інфраструктури з реалізації продукції агропромислового комплексу;
- ✓ надання виробничих послуг сільськогосподарським та іншим агропромисловим формуванням [14].

У світовій практиці напрацьовано універсальний набір заходів, які більшою або меншою мірою використовуються для залучення іноземного капіталу. Серед них найбільш сприятливими є такі методи стимулювання іноземних капіталовкладень:

1. Податкові стимули: встановлення прямих додаткових пільг, відстрочка сплати податків за інвестування капіталу; стимули, пов'язані з амортизаційними відрахуваннями; «податкові канікули», які встановлюються на строк від 2 до 10-15 років; звільнення від сплати митних процедур по імпорту обладнання, сировини, комплектуючих виробів;

2. Фінансові стимули: різного роду субсидії, позики, кредити і гарантії їх надання, державне страхування;

3. Нефінансові стимули, спрямовані на створення загальних умов ефективного функціонування іноземного капіталу;

4. Забезпечення необхідними факторами виробництва, інформацією та службами управління щодо розвитку транспорту та інших комунікацій.

Отже, як ми можемо побачити, значення іноземних інвестицій досить велике. Саме інвестиції дають можливість АПК розвиватись. Проте для залучення іноземних інвестицій слід прикласти чималих зусиль. Існують визначені шляхи поліпшення інвестиційного забезпечення розвитку агропромислового комплексу України. А саме: державі слід створити дієву систему інвестиційної політики в аграрному виробництві, що не призведе до відтоку інвестиційних ресурсів із галузі, створити відповідну фінансову підтримку, розширити застосування фінансово-кредитних і небанківських інвестицій, розвивати ринок страхових послуг, створити належну систему захисту прав інвесторів, тобто формувати сприятливий інвестиційний клімат, сприяти збільшенню вкладень в основний капітал, для його відновлення.

Надходження іноземних інвестицій може спричиняти прямі й непрямі ефекти. Прямий ефект характеризується зростанням кількісних і якісних показників діяльності вітчизняних підприємств з іноземними інвестиціями. Непрямий ефект проявляється через взаємодію вітчизняних підприємств АПК з іноземним сектором, у результаті чого утворюється синергетичний ефект. Залучення іноземних інвестицій в економіку є важливим засобом усунення інвестиційного «голоду» у країні. Для того, щоб іноземні інвестори пішли на такі вкладення, необхідні дуже серйозні зміни в інвестиційному кліматі. Основними чинниками, які негативно впливають на інвестиційний клімат і зумовлюють високий ризик іноземного інвестування підприємств в Україні, є надто затяжний і непослідовний характер ринкового реформування економіки, правова, економічна й політична нестабільність, недосконала фінансово-кредитна і податкова система, низький рівень розвитку ринкової інфраструктури, відсутність ринку землі. Водночас Україна має низку чинників, які приваблюють іноземних інвесторів. Зокрема це місткий ринок, низька ціна робочої сили, вигідне географічне положення, сприятливі кліматичні умови. В умовах кризового стану для багатьох аграрних підприємств за відсутності інвестиційних коштів, іноземні інвестиції стають вагомим джерелом надходження фінансових ресурсів.

Однак, не дивлячись на наявність негативних чинників в економіці країни, що стримують надходження іноземного капіталу, його частка в українських підприємствах аграрного сектору протягом найближчих кількох років збільшуватиметься. Пояснюється це активним розвитком великих агропромислових формувань, так званих «агрохолдингів». За даними дослідження, проведеного міжнародною аудиторсько-консалтинговою компанією «Делойт», майже третина великих компаній аграрного сектору сьогодні змогли залучити іноземний капітал. Близько 80 % опитаних агрокомпаній планують публічне розміщення акцій на іноземних біржах, залучення приватного капіталу або стратегічних інвесторів уже до 2015 року. З них 25 % підприємств заявили про намір розмістити акції на міжнародних біржах, причому пік активності публічних розміщень припаде на 2011 рік [8]. Решта учасників опитування мають намір використовувати такі інструменти фінансування, як приватне розміщення і приваблення стратегічного інвестора. Аграрна галузь - одна з небагатьох галузей, що продемонстрували розвиток упродовж останніх двох років. У минулому році більшість сільськогосподарських підприємств змогли збільшити обсяг доходів.

Держава в умовах перехідної економіки не може самостійно подолати економічну кризу без залучення й ефективного використання інвестицій. Однак, найкращим показником привабливості інвестиційного клімату для іноземних інвесторів є активізація внутрішніх інвестицій.

В сучасних умовах міжнародна торгівля та прямі іноземні інвестиції виконують важливу функцію в розвитку економіки держави. Іноземні інвестиції - це довгострокові вкладення капіталу іноземними власниками у промисловість, сільське господарство, транспорт та інші галузі економіки; реалізація вивезення підприємницького капіталу в країні - реципієнти. Іноземними інвесторами є суб'єкти, які виконують інвестиційну діяльність та території країни.

На сучасному етапі отримання прибутку, як кінцева мета інвестування, сприяє залученню іноземних інвесторів. Об'єктами іноземного інвестування можуть бути всі об'єкти, інвестування в які не заборонено законодавством України. Державні та приватні інвестиції здійснюються відповідно державними та приватними корпораціями, фірмами, банками, інвестиційними компаніями. Державні іноземні інвестиції здійснюються в національних інтересах, тому отримання прибутку не є основною їх метою. Приватні інвестиції, які включають прямі, портфельні, кредитні, здійснюються власниками капіталу, які роблять довгострокові вкладення коштів в галузі економіки. Основу підприємницького - приватного капіталу як форми міжнародного руху капіталу

становлять прями та портфельні іноземні інвестиції. Прямі інвестиції - це вкладення капіталу в іноземні підприємства, що обумовлено довгостроковим економічним інтересом. На відміну від портфельних, вони дають право інвестору контролювати діяльність підприємств з іноземним капіталом, у тому числі спільних підприємств. Портфельні інвестиції надходять в країну шляхом продажу цінних паперів через міжнародні фінансові інститути, фонди, банки.

Згідно з оцінкою спеціалістів Європейського Центру досліджень, підприємницький ризик інвестицій в Україну становить 85%. Саме він зумовлює незначний потік прямих інвестицій. За нашими розрахунками, у світовому потоці прямих інвестицій на економіку України припадає близько 1%, або в середньому приблизно 5 дол. США на душу населення. Створення відкритої, орієнтованої на експорт моделі економіки значною мірою залежить від рівня активності іноземних інвесторів на території України, інтенсивності міжнародного руху капіталів та поділу праці.

Згідно з розрахунками вітчизняних економістів, орієнтація тільки на внутрішні резерви може призвести до того, що період відродження української економіки триватиме понад 20 років. Потреба у кредитних ресурсах тільки для підтримки дотованих галузей більш як утричі перевищує кредитні можливості України. Важливим є також спрямування коштів у підприємства тих галузей економіки, які відіграють вирішальну роль в умовах ринкової економіки: виробництво споживчих товарів, туризм, фінансовий сектор тощо. Інший аспект прямих зовнішніх інвестицій - їх різноманітність. Якщо кошти залучаються з багатьох країн, від багатьох інвесторів і розподіляються між багатьма секторами та регіонами, то їхня ефективність у сприянні ринкових реформ і прискоренні економічного зростання буде особливо високою. Крім того, диверсифікація прямих зовнішніх інвестицій захищає країну, дозволяє їй уникнути залежності від незначної групи інвесторів (з однієї країни або одного сектору).

Нарешті, важливий аспект прямих зовнішніх інвестицій - їх тісний взаємозв'язок з торгівлею. У більшості випадків прямі зовнішні інвестиції стимулюють зростання обсягів торгівлі (як імпорту, так і експорту). Торгівля у свою чергу стимулює економічне зростання.

Половина загальної кількості інвестицій спрямовується в кілька багатих країн: Великобританію, Нідерланди, Данію, Німеччину, Швейцарію, США, Канаду та Сінгапур. Таким чином, набагато більше інвестиційних потоків спрямовується у багаті, високо розвинені, з високою вартістю робочої сили. Країни із середнім рівнем заробітної плати, такі як Польща, Чехія, Словаччина та Угорщина, пропонують відносну дешеву робочу силу і сприятливе

економічне середовище для іноземців та тривалих інвестицій. Очевидно, слабке інституційне середовище та мінлива економічна політика (а не низька якість трудових ресурсів) утримують інвесторів від інвестування до країн з низьким рівнем заробітної платні, таких як Росія та Україна.

Складається ситуація, за якої прямі зовнішні інвестиції стають відображенням вражень, переконань та очікувань, і в такий спосіб є запорукою поточного й майбутнього зростання. Прямі зовнішні інвестиції досить мінливі (однак менш мінливі, ніж потоки портфельних інвестицій).

Випадки надмірних (як у країнах Східної Азії) та недостатніх прямих зовнішніх інвестицій - досить поширене явище, проте у довгостроковій перспективі вони коригуються. Прямі зовнішні інвестиції виступають одним з найбільш яскравих показників загального економічного добробуту країни.

Країни-інвестори отримують вищий середній прибуток від інвестицій, тому щокладають їх у найприбутковіші галузі за кордоном, використовують там більш дешеву кваліфіковану робочу силу, експортують туди засоби праці, уповільнюючи темпи економічного зростання та розвитку своєї країни. Іноземні інвестиції та міграція робочої сили є сучасними формами переміщення трудових ресурсів і коштів. Причиною міграції робочої сили є рівень заробітної плати, на який впливають економічний розвиток країни, її природні, історичні, національні особливості, соціальні умови.

Країна-експортер капіталу сприяє міграції робочої сили зі своєї країни, створюючи додаткові робочі місця в країні - імпортері та використовуючи її дешевий кваліфікований трудовий потенціал. Внутрішні джерела фінансування в Україні дуже обмежені й тому, використовуються, головним чином, для підтримки життєво необхідних для суспільства сфер економіки. У зв'язку з цим державні органи управління велику увагу приділяють пошуку додаткових джерел фінансування для розвитку всього народного господарства, у тому числі для агропромислового комплексу.

Серед них велике значення повинні мати іноземні та кредитні ресурси розвинених країн Заходу та Сходу, їх міжнародних і фінансових організацій, а особливо - великих приватних інвесторів. Понад 1 млрд. дол. США інвестицій потребують підприємства з переробки молока та м'яса. Найбільш пріоритетними сферами для іноземного інвестування є: впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур та утримання худоби і птиці; оновлення й модернізація на базі нових технологій підприємств переробної і харчової промисловості, а також тих, що займаються заготівлею і зберіганням зерна та іншої сільськогосподарської продукції;

створення потужностей та сировинної бази для виробництва тари та пакувальних матеріалів; розвиток сільськогосподарського машинобудування.

На даний час, як показав аналіз, низькі темпи збільшення обсягів інвестування в АПК потребують поглибленого вивчення проблеми ефективності іноземних інвестицій в регіонах України. Необхідно зазначити, що крім недостатнього обсягу прямих вкладень іноземних інвесторів, досить часто об'єкти інвестування не відповідають нагальним економічним потребам країни.

Таблиця 4.8

**Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну
по країнах світу, млн. дол.**

Країни	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 у % до 2005
Всього	4555,3	5471,8	6657,6	7013,5	7451,5	7906,3	9021,5	9265,4	281,44
Сполучені Штати Америки	777,5	890,6	1074,8	1154,3	2025,1	3014,6	4256,3	8465,0	у 10 р
Кіпр	793,0	672,1	779,2	780,2	801,5	812,3	811,2	846,3	106,7
Нідерланди	374,1	396,3	463,9	485,2	500,7	502,6	541,3	558,6	149,3
Віргінські острови, Британські	275,2	317,7	441,4	450,2	468,7	471,5	492,8	497,3	180,7
Російська Федерація	315,5	346,1	381,0	398,2	402,5	412,7	423,5	421,3	133,5
Німеччина	250,5	323,2	377,6	390,6	412,5	423,8	431,7	440,5	175,8
Швейцарія	224,0	272,2	319,5	325,6	339,2	341,7	352,0	364,2	162,5
Австрія	144,4	214,3	252,1	263,1	278,4	285,1	290,3	298,2	206,5
Корея, Республіка	170,4	172,1	172,9	185,2	190,3	195,4	201,5	214,3	125,7
Польща	69,3	98,1	153,3	165,7	170,2	185,4	195,3	201,4	290,6
Італія	81,1	79,8	127,6	135,4	140,2	154,5	164,8	172,9	213,2
Швеція	89,2	90,4	116,7	124,5	134,3	140,8	149,6	152,3	170,7
Угорщина	58,3	86,5	95,1	100,2	112,6	121,9	130,5	141,3	242,3
Ірландія	74,2	72,3	87,1	90,8	97,5	102,3	116,0	124,7	168,0
Канада	52,5	62,5	80,1	85,2	88,3	96,5	102,3	114,7	218,4
Інші країни	91,9	77,9	79,1	79,1	89,5	45,2	78,2	59,6	64,85

Визначено, що одним із пріоритетів для капітальних вкладень в Україні повинно бути сільське господарство як основа продовольчої безпеки та джерело сировини. Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну наведена в таблиці 8. За даними Державного комітету статистики України у 2012 році прямі іноземні інвестиції в Україну надходили з 116 країн світу. За надходженням

іноземних інвестицій перше місце у 2012 році посіли Сполучені Штати Америки (17,2% загальної суми прямих іноземних вкладень), далі Кіпр (11,0%), Нідерланди (7,1%), Росія (5,4%).

Таблиця 4.9

Динаміка прямих іноземних інвестицій зарубіжних країн в економіку України за видами економічної діяльності, млн. грн.

Галузі економіки	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 у % до 2005
Усього	4555,3	5471,8	6657,6	7013,5	7451,5	7906,3	9021,5	9265,4	у 2 р
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	113,2	185,7	190,2	203,5	214,8	235,6	249,6	261,5	231,0
Промисловість	1667,8	1856,4	2014,6	2310,1	2456,8	2654,1	2985,3	2531,5	151,9
Обробна промисловість, з неї	1045,9	1566,4	1832,4	1606,1	1678,4	1715,0	2035,1	2314,9	221,3
Харчова промисловість та перероблення с-г продуктів	862,0	888,3	902,5	975,3	1095,7	1006,3	1148,5	1235,2	143,3
Хімічна та нафтохімічна промисловість	206,0	197,2	211,5	256,8	269,3	278,6	300,8	365,8	177,5
Будівництво	99,7	116,7	204,8	233,4	284,7	290,5	314,8	378,6	у з р
Транспорт та зв'язок	245,1	308,8	931,6	1007,8	1020,3	1224,3	1478,2	1512,8	у 6 р
Фінансова діяльність	313,1	355,2	365,9	415,6	426,3	496,1	503,9	659,6	у 2 р
Державне управління	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Освіта	2,5	3,4	4,1	4,9	5,2	5,8	5,3	5,5	у 2 р

Іноземні інвестиції, за статистичними даними, у 2012 році вкладені більше ніж у 11 тис. підприємств України. За даними державного комітету статистики України, провідне місце за обсягом інвестицій займають підприємства Києва - 3245,4 млн. дол., Дніпропетровської (604,0 млн. дол.), Київської (495,1 млн. дол.), Запорізької (462,0 млн. дол.), Донецької (448,1 млн. дол.), Одеської (378,9 млн. дол.), а також Автономної Республіки Крим (221,5 млн. дол.).

На ці підприємства припадає близько 80% обсягу іноземних інвестицій. За даними Державного комітету статистики нашої країни, в звітному році з України в економіку інших країн було направлено 19 млн. доларів прямих інвестицій.

Як показав аналіз даних таблиці 4.9, надходження іноземних інвестицій в Україну за галузями економіки характеризується суттєвими відмінностями. Так, питома вага іноземних інвестицій у сільськогосподарське виробництво в загальному обсязі надходжень іноземних інвестицій в економіку України, за досліджуваний період коливалась від 2,48% у 2005 році до 2,8% у звітному 2012 році. Найбільша частка іноземних інвестицій припадає на промисловість, обробну промисловість та харчову промисловість. Найменше іноземних інвестицій інвестується в освіту (близько 0,05%).

Процесу інвестування в сільському господарстві України притаманна певна специфіка як галузі матеріального виробництва. Це традиції, роль в національній економіці, рівень технологічного розвитку, наявність різних типів організаційно-правових структур, рівень проведення реформ. Структурні реформи в Україні в цілому і, зокрема, в агропромисловому комплексі проходять складно. В сільському господарстві, як і у всіх галузях агропромислового комплексу, формується багатокладне виробництво, яке основане на раціональному поєднанні різних форм власності та господарювання і самостійному виборі виробниками видів діяльності. Стан і розвиток інвестиційного процесу в агропромисловому комплексі країни залежить від її рівня загальноекономічного розвитку. Відносна інвестиційна непривабливість агропромислового виробництва України зумовлена як причинами загальноекономічного характеру, головною серед яких є високий ступінь ризику капіталовкладень внаслідок низького рівня національного економічного розвитку, так і специфічними для даної галузі. Сільське господарство є менш привабливою сферою вкладання капіталу, ніж, наприклад, харчова промисловість. Приплив інвестицій у сільськогосподарське виробництво стримується крім зазначених вище причин також надмірною його інерційністю, порівняною обмеженістю асортименту продукції, низькою транспортабельністю окремих їх видів. Це призводить до втрат продукції і капіталу, подовжує строки окупності інвестицій.

Перетворення, пов'язані з реформуванням форм власності, реструктуризацією сільськогосподарських підприємств, формуванням ринкових відносин, не привели до змін у системі управління, що вплинуло на привабливість і пріоритетність галузі для інвесторів. Для того щоб аграрна

сфера як галузь економіки стала пріоритетною для інвестування, необхідно змінити виробничі відносини, створити єдину аграрну систему товаровиробників. Для розвитку всіх сфер і галузей агропромислового комплексу, які забезпечують внутрішній ринок України агропродукцією, необхідні інвестиції - як іноземні, так і внутрішні. За статистичними даними найбільш інвестиційно привабливими в Україні залишаються підприємства оптової торгівлі (15% загального обсягу інвестицій). Інвестиційна політика в досліджуваному регіоні на даному етапі спрямована на підтримку інвестиційної діяльності підприємств, реалізацію економічно значущих для регіону інвестиційних проектів із залученням усіх джерел інвестиційних ресурсів, створення сприятливого інвестиційного клімату.

Пріоритетом у розвитку аграрного виробництва має стати забезпечення високої конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції та продуктів харчування її переробки на внутрішньому і зовнішніх аграрних ринках. Для цього необхідно створити умови прозорої конкуренції по всьому ланцюгу - від сільськогосподарського виробника до кінцевого споживача продуктів харчування. Високоєфективне, конкурентне, спеціалізоване сільське господарство зможе забезпечувати значні надходження до державного і місцевих бюджетів, дозволить Україні посісти належне місце у світовому поділі праці та стане важливим аргументом при її входженні до світових політичних і економічних структур. З огляду на це розробка стратегії розвитку сільського господарства України повинна співвідноситися з її євроінтеграційними прагненнями, а також вступом до СОТ. Сільське господарство слід розглядати як частину загальної економічної системи, а його проблеми повинні вирішуватися у контексті проблем, які існують у країні. Насамперед йдеться про створення необхідних умов для залучення інвестицій в економіку, про стабільну макроекономічну політику, про розвиток людського капіталу, ринкової та соціальної інфраструктур.

У даному зв'язку необхідно розмежувати аграрний бізнес і проблеми розвитку села. Аграрна політика повинна визначити напрями розвитку сільського господарства, підвищення конкурентоспроможності та якості аграрної продукції, поліпшення родючості землі та забезпечення екологічної безпеки сільськогосподарського виробництва. Очевидно, аграрна політика не повинна займатися проблемами розвитку сільських територій, які доцільно розглядати комплексно, із залученням не тільки Міністерства аграрної політики, але й ряду інших міністерств (економіки, фінансів, праці та соціальних питань, освіти, охорони здоров'я, транспорту). Можливо, враховуючи актуальність,

складність і комплексність цих проблем, слід створити окреме агентство розвитку сільських територій, яке б координувало і спрямовувало всю відповідну роботу. При цьому аграрний бізнес має розглядатись, як і будь-який інший. Для його розвитку потрібні чіткі, постійні правила у вигляді стабільної аграрної політики і сталого законодавства.

Структурна перебудова реального сектора економіки регіону спрямована на підвищення його ефективності, посилення соціальної орієнтації та створення умов для піднесення активності трудової й підприємницької діяльності.

Реалізація структурної перебудови економіки регіону передбачає наступні пріоритетні напрями:

- ✓ удосконалення організаційної структури управління;
- ✓ розвиток виробничої і ринкової інфраструктури;
- ✓ стимулювання прискореного розвитку виробництв, здатних поліпшити експортний потенціал, освоєння і збільшення імпортозамінної продукції.

Новий підхід до побудови системи управління процесами залучення іноземного капіталу в розвиток підприємств регіону – важлива умова вдосконалення виробництва продукції та орієнтації її на вимоги ринку. Регіональне управління нині в основному здійснюється за допомогою такого прогресивного інструменту економічної політики, як залучення інвестиційних ресурсів у пріоритетні галузі виробництва, створення сприятливих умов для збільшення обсягу інвестиційного капіталу. Підвищення ефективності регіонального управління інвестиційними процесами зумовлює, як правило, зростання темпів виробництва промислової продукції, що забезпечує підвищення рівня доходів населення, платоспроможності та попиту на товари народного споживання. На нашу думку, головними засадами, на яких має базуватися економічний розвиток регіону, є виважена побудова механізму управління процесами залучення внутрішнього й іноземного капіталу і трансформація економіки в ринкову.

Важливу роль у цьому відіграє реалізація регіональної політики. Основними її напрямками стосовно Запорізької області визначено:

- ✓ впровадження механізму рейтингової оцінки соціально-економічного розвитку міст і районів області з метою визначення ефективності роботи народногосподарського комплексу територій області для оптимального бюджетного інвестування;
- ✓ сприяння відновленню та послідовному нарощуванню економічного потенціалу територій області, економіка яких зосереджена на роботі одного

підприємства або кількох підприємств однієї галузі, з метою ліквідації територіальних диспропорцій економічного й соціального розвитку;

✓ активна участь у створенні законодавчої бази в інтересах економічного розвитку регіону;

✓ підвищення ефективності взаємодії з центральними органами виконавчої і законодавчої влади у розв'язанні актуальних питань соціально-економічного розвитку регіону.

В Україні розроблено законодавство про іноземні інвестиції, до якого входять понад 80 різних правових і нормативних документів (законів, постанов, указів, положень, інструкцій та ін.). До них належать також прийнятий у квітні 1996р. Закон України «Про режим іноземного інвестування» [11]. У ньому є позитивні моменти, пов'язані з особливостями режиму іноземного інвестування, чітким визначенням видів іноземних інвестицій і форм їх здійснення, а також системи державних гарантій захисту іноземного капіталу. Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої діяльності. Зазначається, що для інвестиційних проектів із залученими іноземними інвестиціями, які реалізуються відповідно до державних програм розвитку пріоритетних галузей економіки, соціальної сфери та територій, може встановлюватися пільговий режим інвестиційної та іншої господарської діяльності. Проте варто ще раз зазначити, що законодавча база має принаймні два основних недоліки: по-перше, нестабільність та ненадійність; по-друге, відсутність комплексності та наявність суперечностей у законодавчих актах. Нестабільність зумовлює неможливість спрогнозувати виробничого господарську та фінансову діяльність об'єктів інвестування. забезпечення стабільності нормативної бази для іноземного інвестора важливіше, ніж пільги.

Дія законодавчого акту, який регулює режим іноземного інвестування сконцентрована на зусиллях керівництва привернути іноземні інвестиції в державу. Однак зарубіжні спеціалісти вважають, що нестабільна економічна і політична ситуація, недосконала законодавча база тримають в стороні іноземних інвесторів від інвестицій в економіку України. Законодавча база на сьогодні також визначає пріоритетні сфери для інвестування. На сьогоднішній день такою сферою пріоритетного інвестування є харчова промисловість. Розвиток харчової промисловості передбачає впровадження нових технологій для підприємств харчової промисловості, виробників устаткування для цієї промисловості, пакувальних матеріалів, хімікатів та добрив, а також для покращення роботи фермерських господарств, тваринницького сектору, як

основних постачальників підприємствам харчової промисловості. Необхідно відзначити, що до того ж визначені принципи і правовий режим державних гарантій в області іноземних інвестицій. Цими гарантіями є страхування вивезеного і ввезеного капіталу від політичних та економічних ризиків, але в більшості випадків вони не мають речового забезпечення. Не розроблений також механізм задоволення скарг по цих гарантіях. Тому є певна можливість неповернення капіталу іноземним інвесторам за непередбачених обставин в політиці чи економіці України, що знижує їх інвестиційну активність в деяких галузях. Вважається, що більш прибутково і надійно вкладати капітал в фінансові активи, наприклад, державні цінні папери. Для іноземних інвесторів особливе значення має визначення пріоритетів інвестиційної діяльності і вибір її найбільш ефективного напрямку. Наприклад, інвестиції США направляються в такі сфери і галузі, як телекомунікації, агропромисловий комплекс, машинобудування, охорона здоров'я. Великобританія пріоритетними вважає машинобудування, металургію, харчову промисловість, торгівлю. Прямі інвестиції Німеччини надходять у такі галузі: машинобудування, металургія, харчова промисловість, торгівля. Закордонні інвестори - це великі інвестиційні компанії і наукові центри, що проводять свої комплексні дослідження економічного розвитку країни, визначаючи пріоритетні галузі для свого капіталу й аналізуючи стан сфер і галузей у процесі проведення реформ в Україні.

Держава в умовах перехідної економіки не може самостійно вийти з економічної кризи без залучення та ефективного використання іноземних інвестицій. Однак, найкращим показником привабливості інвестиційного клімату для іноземних інвесторів є активізація внутрішніх інвестицій. В сучасних умовах міжнародна торгівля та прямі іноземні інвестиції виконують важливу функцію в розвитку економіки держави. Іноземні інвестиції - це довгострокові вкладення капіталу іноземними власниками в промисловість, сільське господарство, транспорт та інші галузі економіки; реалізація вивозу підприємницького капіталу в країні - реципієнти [11]. Іноземними інвесторами є суб'єкти, які виконують інвестиційну діяльність та території країни. На сучасному етапі отримання прибутку, як кінцева мета інвестування, сприяє залученню іноземних інвесторів. Об'єктами іноземного інвестування можуть бути всі об'єкти, інвестування в які не заборонено законами України.

Обсяги іноземних інвестицій характеризують також ступінь інтеграції країни в світову спільноту. Державне регулювання іноземного інвестування повинно спиратися на такі принципи, як:

- ✓ взаємна відповідальність іноземних інвесторів та держави;
- ✓ юридична відповідальність іноземних інвесторів за порушення законодавства;
- ✓ залучення іноземних інвесторів для участі в пріоритетних державних проектах або програмах;
- ✓ виконання та вдосконалення нормативно-правової бази відносно залучення та використання іноземних інвестицій.

Державні і приватні інвестиції здійснюються відповідно державними та приватними корпораціями, фірмами, банками, інвестиційними компаніями. Державні іноземні інвестиції здійснюються в національних інтересах, тому отримання прибутку не є основною їх метою. Приватні інвестиції, які включають прями, портфельні, кредитні здійснюються власниками капіталу, які роблять довгострокові вкладення коштів в галузі економіки. Основу підприємницького - приватного капіталу як форми міжнародного руху капіталу становлять прями і портфельні іноземні інвестиції. Прямі інвестиції - це вкладення капіталу в іноземні підприємства, які обумовлені довгостроковим економічним інтересом. На відміну від портфельних, вони дають право інвестору контролювати діяльність підприємств з іноземним капіталом, в тому числі спільних підприємств. Портфельні інвестиції надходять в країну шляхом продажу цінних паперів через міжнародні фінансові інститути, фонди, банки [5].

За розрахунками, загальний обсяг необхідних іноземних інвестицій в економіку України має перевищувати 40 млрд. дол. США, у тому числі для металургії - 7, машинобудування - 5,1, транспорту - 3,7, хімії та нафтохімії - 3,3. Сьогодні інвестовано в 30 разів меншу суму. Україна має потенційні можливості для ефективного освоєння інвестицій на суму 2-2,5 млрд. дол. Залучення таких коштів уможливить реконструювання пріоритетних галузей промисловості за 5 років. Але щорічно обсяги іноземних інвестицій у 3-7 разів менші. При цьому слід урахувати, що залучення іноземних інвестицій також потребує певних витрат. За розрахунками, за залучення 1 млн. дол. США необхідно сплачувати близько 30 тис. дол. США.

Виходячи з вищезазначеного, можна констатувати, що країні необхідна нова зовнішньоекономічна інвестиційна стратегія. Необхідні приватні інвестиції - вітчизняні і іноземні. Але для них необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат з тим, щоб Україна могла конкурувати на міжнародних ринках капіталів, та, що особливо важливо, припинити відтік капіталів за кордон.

З аналізу факторів, що визначають інвестиційний клімат в Україні, випливає, що, не дивлячись на потребу в швидкій і радикальній його зміні, багато важливих умов можуть бути створені поступово протягом тривалого часу. Розумна інвестиційна стратегія полягає тому, щоб забезпечити нехай поетапне, але постійне покращення ситуації. Капітал, необхідний для реструктуризації економіки, Україна може отримати лише в тому випадку, якщо умови для розміщення інвестицій будуть відносно кращі, ніж в країнах, що конкурують за залучення капіталу. Це стосується не тільки іноземних інвесторів, але і вітчизняних, що віддають перевагу інвестуванню переважно в розвинуті країни Заходу.

При оцінці інвестиційного клімату звичайно використовують вихідні параметри - приток і відтік капіталу, рівень інфляції і процентних ставок, частина заощаджень в ВВП, а також вхідні параметри, що характеризують потенціал країни по освоєнню інвестицій і ризик їх реалізації. В їх числі: природні ресурси та стан екології; якість трудових ресурсів; рівень розвитку та доступність об'єктів інфраструктури; політична стабільність та передбаченість; вірогідність виникнення форс мажорних обставин; макроекономічна стабільність: стан бюджету, платіжний баланс, державний борг, в тому числі зовнішній; якість державного управління, політика центральних та місцевих органів влади; законодавство лібералізації; рівень законності та правопорядку, злочинність і корупція; захист прав власності, рівень корпоративного управління; обов'язковість виконання партнерами контрактів; якість податкової системи та податкового тягаря. Якість банківської системи та інших фінансових інститутів, доступність кредитування, відкритість економіки, правила торгівлі з іноземними країнами; адміністративні, технічні, та інші бар'єри входу на ринок; рівень монополізації економіки та інші.

Недостатність інвестицій штовхає перед усім до збільшення їх обсягів. Однак, насправді необхідно віддавати перевагу ефективності, в тому числі і тому, що не завершився процес зміни інвестиційних режимів, який супроводжує перехід до ринкового господарства. Не всі інвестиції можуть бути однаково корисними. Великі обсяги інвестицій підприємств, в тому числі природних монополій навіть при сьогоднішніх невеликих обсягах залишаються низькими за показниками ефективності. При жорстокому відборі та якісному виконанні інвестиційних проектів необхідно, щоб перші місця в цьому списку займали саме ефективні. Сьогодні це не так. Останнім часом з'явилася точка зору, що для економічного росту необхідно стимулювати споживчий попит та збільшувати грошові надходження населення. Але не приймається до уваги той

факт, що доходи населення можуть реально підвищуватися лише по мірі росту обсягів виробництва та продуктивності праці.

Внутрішні джерела фінансування в Україні дуже обмежені і тому, використовуються, головним чином, для підтримки життєво необхідних для суспільства сфер економіки. У зв'язку з цим державні органи управління велику увагу приділяють пошуку додаткових джерел фінансування для розвитку всього народного господарства, в тому числі для агропромислового комплексу. Серед них велике значення повинні мати іноземні та кредитні ресурси розвинених країн Заходу та Сходу, їх міжнародних та фінансових організацій, а особливо - великих приватних інвесторів.

Закордонні інвестори проводять свої комплексні дослідження економічного розвитку нашої країни, визначаючи пріоритетні галузі для вкладання свого капіталу. Аналізуючи АПК України, вони надають великого значення ефективності реформ в Україні. Найпріоритетнішими й водночас найприбутковішими сферами для іноземного інвестування є:

- ✓ впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур та утримання худоби і птиці;
- ✓ оновлення і модернізація на базі нових технологій підприємств переробної і харчової промисловості, а також тих, що займаються заготівлею і зберіганням зерна й іншої сільськогосподарської продукції;
- ✓ створення потужностей і сировинної бази для виробництва тари і пакувальних матеріалів;
- ✓ розвиток сільськогосподарського машинобудування та виробництво обладнання для олійножирової, м'ясо-молочної, борошномельно-круп'яної та хлібопекарської промисловості;
- ✓ налагодження випуску ефективних хімічних засобів захисту сільськогосподарських рослин і тварин;
- ✓ надання виробничих послуг сільськогосподарським та іншим агропромисловим підприємствам.

Взаємовідносини галузей АПК мають будуватися на інтеграційній основі. При цьому сільське господарство виступає об'єктом інвестування, а харчова промисловість - суб'єктом процесу інвестування або інвестором. Як інвестор вона має стимулювати ріст виробництва якісної сільськогосподарської продукції - сировини для переробки.

Для реалізації сільськогосподарського потенціалу необхідно переглянути структуру і використання земельних угідь, структуру стада, технічний потенціал. Тільки через недосконалі, застарілі збиральну техніку і транспортні

засоби втрати врожаю зернових культур, крім кукурудзи, становлять 18,5% від обсягу виробництва.

Під час зберігання втрачається ще 4-8%. Зрозуміло, що ефективність харчової галузі, якість випускаємої нею продукції напряму залежить від сировинної бази. Тому зниження обсягів виробництва сільськогосподарської продукції віддзеркалюється й на обсягах виробництва харчової промисловості.

Безперечним є той факт, що одним з основних чинників, який сприяє розвитку іноземного інвестування підприємств АПК, є державне регулювання інвестиційної діяльності. Проблематика національного регулювання іноземного інвестування була й залишається ключовою з точки зору створення сприятливого інвестиційного клімату, а також забезпечення ефективності функціонування капіталу. Найперше, необхідна стабільна, прогнозована й прозора аграрна політика держави загалом, і в частині залучення іноземних інвестицій, зокрема. Тільки за таких умов іноземний капітал буде надходити в АПК України.

Реальним для економіки України сценарієм залучення іноземних інвестицій в АПК є поетапний перехід від імпорту невеликих партій технологічного устаткування або інших товарів виробничого призначення з метою вивчення й освоєння ймовірного ринку збуту продукції до створення спільних підприємств із їхньою наступною експансією на ринки за межами України. Можливість такого варіанту дій залежить від послідовності в проведенні радикальних економічних реформ. При цьому необхідно відзначити, що всі рішення щодо цього повинні приймати незалежні від держави підприємці, які будуть розпоряджатися власними або позиковими ресурсами і відповідати за результати прийнятого рішення своїм майном. Державі повинна належати роль регулятора податкової, митної і кредитної політики. Тільки на такій основі залучення іноземних інвестицій буде сприяти підйому агропромислового комплексу й економіки України в цілому.

4.4 Проблеми та перспективи інвестиційної стратегії АПК України

На сьогоднішній день, в АПК України задіяно близько 4 млн. чоловік, що становить 17,6% усіх працюючих. В суспільному продукті національного господарства частка продукції, виробленої в аграрних підприємствах складає близько 25-30% і в національному доході - близько 30%.

Продукція сільського господарства та вироби із сільськогосподарської сировини складають основу споживчого кошика населення держави. Незважаючи на важливість розвитку АПК, сьогодні ця галузь знаходиться у глибокій депресії. Низькорентабельне сільське господарство з яскраво вираженим сезонним характером виробництва, яке значною мірою залежить від природних умов, є більш відсталою галуззю економіки, порівняно з промисловістю та сферою послуг. За деякими підрахунками вчених, для ефективного ведення сільського господарства, потреба АПК в оновленні основних засобів становить близько 110 млрд. грн., з яких 60 млрд. грн. необхідні для придбання нової сільськогосподарської техніки [6]. Спад у інвестуванні, пов'язаний, насамперед із світовою фінансовою кризою, подолання наслідків якої, вимагає від вітчизняної економіки пошуку шляхів підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств з інтеграцією основних напрямів із рівня галузі на рівень підприємства. У зв'язку із цим особливою актуальності набуває питання розробки інвестиційної стратегії розвитку сільського господарства з метою підвищення його інвестиційної привабливості.

Зношеність основних фондів у деяких галузях АПК сягає 50%, підприємства використовують вкрай застарілу матеріально-технічну базу, більшість обмежених обігових коштів спрямовуються не на оновлення обладнання, а на його ремонт. Державна інвестиційна політика щодо галузей АПК має бути націлена на розширення джерел інвестиційного забезпечення, в першу чергу за рахунок пільгового оподаткування та підвищення доступності кредитних ресурсів. Не знята з порядку денного і проблема розвитку ринкової інфраструктури на селі, без чого неможливе пожвавлення високоефективної діяльності у АПК. На підприємствах АПК триває так зване «проїдання» основного капіталу, коли обсяг нарахованої амортизації значно більший за обсяг приросту основного капіталу. Частка амортизації основних засобів в структурі витрат на виробництво сільськогосподарської продукції у сільськогосподарських підприємствах впала з 5,1% у 2002 р. до 4,9% у 2010 р., що не сприяє прискореному накопиченню інвестиційних ресурсів. Ситуація із залученням прямих іноземних інвестицій в аграрнопромисловий сектор економіки залишається незадовільною. Аналітичні розрахунки, проведені А. Гайдучьким [4], показали, що для більшості країн світу характерна тенденція низького рівня залучення іноземних інвестицій в аграрну сферу. Об'єктивна причина цього явища криється в особливостях роботи галузі (висока ризикованість, територіальна розпорошеність, низька оборотність капіталу).

Тому сподіватися на швидкий приплив іноземного капіталу до вітчизняного сільського господарства не варто. Одним із напрямів підвищення інвестиційної привабливості вітчизняного АПК для іноземного інвестора є залучення землі у цивільно-господарський оборот. Земля в умовах ринку є інвестиційним ресурсом, який дозволяє резиденту отримати додаткові аргументи для залучення ресурсів, а нерезиденту - впевненість у серйозності намірів приймаючої сторони. Ми виходимо з того, що розв'язання проблеми інвестиційного та інноваційного забезпечення сільськогосподарського виробництва лежить у площині вдосконалення земельно-майнових відносин як передумови для запровадження іпотечного кредитування аграрного виробництва, зміцнення ринкової інфраструктури. Проблему інвестиційного та інноваційного наповнення АПК не можна вирішити без стабілізації макроекономічної ситуації в країні. Мова йде, зокрема, про уповільнення темпів інфляції. Інфляція залишається головною макроекономічною перепоною для зростання продовольчого ринку, без чого неможливе зростання рентабельності сільськогосподарського виробництва, поліпшення його інвестиційного та інноваційного забезпечення.

Проблему інноваційного наповнення підприємств АПК неможливо вирішити без модернізації їхньої структури. Незбалансованим є і розвиток продуктивних підкомплексів: обмежені фінансові ресурси направляються на інвестування переважно виробництва підакцизних та експортних товарів. Звичним явищем стало зростання сукупних трудозатрат на вироблення одиниці сільськогосподарської продукції, втрати врожаю. Невирішеність цих проблем тягне за собою жалюгідне становище підприємств АПК, чим звужується база їхнього забезпечення (ресурсного взагалі та інноваційного зокрема). Тенденції сучасного розвитку сфери агропромислового виробництва в Україні пов'язані передусім з недосконалістю економічного механізму природокористування, техніки, технологій. Разом з тим результати академічних досліджень дозволили сформулювати парадигму інвестиційної політики розвитку АПК, яка має базуватися на наступних принципах:

- ✓ принцип ланцюгової капіталізації галузей АПК;
- ✓ принцип оптимального використання інвестицій у розрізі регіонів;
- ✓ принцип поєднання інвестицій з інноваціями;
- ✓ пріоритетність інвестування інноваційних, соціальних (в тому числі молодіжних) та екологічних (в тому числі природоохоронних) програм і проєктів, а також розробки та впровадження ресурсозберігаючих технологій;

✓ забезпечення економічної безпеки при залученні іноземних інвестицій [3].

На жаль, доводиться констатувати, що принципи інвестиційного забезпечення розвитку АПК не виконуються. Одна з головних проблем – нерівномірність розподілу пільг між різними галузями та регіонами, що зумовлює диспропорції у розподілі інвестицій навіть на мезорівні. Підприємства АПК відчують і гостру нестачу інноваційних ресурсів, без вкладення яких вони ніколи не стануть конкурентоспроможними. Не менш гостро стоїть питання про раціональне фінансове забезпечення науково-технічних та інноваційних програм, розв'язання якого потребує ресурсної та правової підтримки з боку держави. Через недостатність інвестиційного та інноваційного забезпечення АПК залишається вкрай низькою якість продовольчих товарів. Кількість неякісної продукції вторгівельній мережі по окремих видах сягає 40–60%, що негативно відбивається на рівні продовольчої безпеки держави. Причин кризового становища кілька, і вони всім відомі: недостатня рентабельність сільськогосподарського виробництва, низький рівень мобільності інвестицій, відсутність ефективних державних програм підтримки розвитку АПК, незавершеність ринкових реформ на селі та ін.

Сьогодні основним джерелом фінансування інновацій (в тому числі і у АПК) залишаються власні кошти підприємств, частка яких у загальному обсязі фінансування у 2010 р. становила 65%. Державна підтримка інновацій з державних та місцевих бюджетів була на рівні 1,6%, що майже у два рази менше, ніж у 2001 р. (2,9%). За розрахунками експертів, для оновлення машинно-тракторного парку аграрних підприємств на рівні технологічної потреби необхідно щорічно купувати машини й обладнання на суму понад 15–20 млрд. грн. Але підприємства АПК не мають навіть шостої частини від цієї потреби. На жаль, підприємства АПК не мають змоги використовувати напрацьовані світовим досвідом заходи підвищення рівня власного фінансового забезпечення за допомогою ринкової інфраструктури. Науковцями зроблені пропозиції про розвиток механізмів і напрямів біржової торгівлі, що дасть можливість укладати ф'ючерсні контракти, а також знижувати ризики сільськогосподарського виробництва. Цікавими видаються пропозиції про створення агропромислових вільних економічних зон, які дозволяють забезпечити пільгові умови господарювання для сільськогосподарських товаровиробників певної території, враховуючи специфічні для них проблеми і труднощі. Вдале управління діяльністю підприємств АПК, що працюють в таких зонах, зможе забезпечити випереджаюче надходження інвестиційних та

інноваційних ресурсів у сільське господарство та переробку сільськогосподарської сировини.

Однією із форм розвитку інноваційної діяльності на селі є створення та підтримка агротехнічних парків, які функціонують як аграрні підприємства з органічним поєднанням наукової і виробничої складової і можуть користуватися державною підтримкою згідно закону. Такі агропарки можуть створюватися, зокрема, на базі наукових, дослідних і освітніх закладів аграрного профілю. Проте розвитку інноваційного підприємництва на селі заважають значні адміністративно-бюрократичні перешкоди, що супроводжують сумлінних товаровиробників на всіх етапах виробництва.

Бракує цілісної державної стратегії і політики щодо інвестиційного та інноваційного забезпечення АПК як пріоритетної сфери української економіки. Вагомою проблемою залишається організація державної підтримки інвестування природоохоронних заходів, що впливатиме і на стан розвитку АПК, оскільки природа і навколишнє середовище є одним із головних чинників сталого розвитку агросфери. Держава має взяти під контроль розробку і реалізацію екологічної політики в окремих регіонах з урахуванням їхніх особливостей, нормування параметрів якості довкілля і стану природно-ресурсного потенціалу, організації системи економічних стимулів для здійснення екологічної політики в регіоні. Рішення екологічних і природоохоронних проблем вимагає значних бюджетних витрат. Держава зобов'язана взяти на себе вирішення завдання щодо фінансування оновлення матеріальної бази природоохоронного виробництва, в тому числі контрольно-вимірювального обладнання, технологій, що забезпечують регенерацію відходів. Необхідно прискорити роботу щодо методичного та методологічного обґрунтування інвестиційних та інноваційних проєктів у АПК, без чого взагалі неможливе залучення зовнішніх ресурсів.

Низька активність іноземних інвесторів щодо вкладення капіталу в сільське господарство в першу чергу зумовлена негативним іміджем України на світовому інвестиційно-кредитному ринку, основними причинами якого є: недосконала законодавча база; нестабільна політична ситуація; недосконалість податкового законодавства; недостатній рівень розвитку фінансового ринку; недосконалість ринкового механізму; в т.ч. в сфері страхування інвестицій. Світовий досвід свідчить, що інвестиційно привабливою українська економіка буде лише тоді, коли, стабілізується правове регулювання інвестиційної та іншої господарської діяльності, а також коли умови господарювання відповідатимуть загальноприйнятим економічним законам та принципам.

Інвестиційне законодавство України як і вся система права, характеризуються, по-перше, відсутністю чіткого механізму виконання діючих законів; по-друге, наявністю поруч із існуючими законами великої кількості підзаконних нормативно-правових актів, а саме постанов Кабміну, наказів, листів міністерств та відомств і тощо. Існують також протиріччя між прийнятими законами, та порушення чинного законодавства.

Таким чином, найпершим кроком щодо покращення інвестиційної привабливості в АПК є створення стабільного, послідовного правового середовища функціонування як іноземних, так і вітчизняних суб'єктів інвестиційної діяльності. Перспективним джерелом поповнення фінансових ресурсів сільського господарства є розвиток іпотечних відносин, тобто надання кредитів під заставу тих об'єктів, на яких не впливає інфляція.

В цьому контексті, важливим кроком до покращення інвестиційного клімату в сільському господарстві є остаточне вирішення питання власності на землю. Серед інших джерел інвестування слід відмітити також муніципальні позики, продаж об'єктів незавершеного будівництва, доходи від приватизації, заощадження населення тощо. Стратегія інвестиційного розвитку сільського господарства повинна базуватись на основі забезпечення інвестора об'єктивною інформацією про стан та перспективи розвитку певного об'єкта інвестування. Для цього необхідним є проведення регулярного моніторингу інвестиційної привабливості, результати якого мають доводитись до уваги потенційних інвесторів як у вигляді окремих інформаційних збірників так і на офіційних сайтах регіональних та центральних органів управління.

Для стратегічного інвестора не будуть достатньо переконливими аргументи інвестування засобів у над прибутковий проект, якщо дана галузь в масштабах країни знаходиться у критичному стані. Аналогічно, не дивлячись на фінансову вигоду інвестиційного проекту, ризик політичної та економічної нестабільності в державі чи регіоні зведе до нуля будь-які намагання привабити інвестора. Лише чітке вираження інвестиційної політики держави у основних її проявах, а також сприяння до прозорості та спрощення бюрократичних процедур можуть стати основними передумовами формування позитивної інвестиційної привабливості України та сільського господарства.

Розвиток глобалізаційних процесів, зростання конкуренції на локальних, регіональних та міжнародних ринках, мінливий стан ключових факторів зовнішнього середовища визначають потребу формування довгострокових та середньострокових програм розвитку підприємств. В АПК, де зовнішні фактори значною мірою впливають на ефективність господарської діяльності та

обумовлюють її високий рівень ризикованості, питання формування тактичних та стратегічних основ розвитку підприємств є особливо актуальними. Планування розвитку підприємств, яке значною мірою пов'язане з їх інвестиційною діяльністю, потребує врахування великої кількості факторів на відносно тривалих періодах планування. У цих умовах актуальним є питання формування ефективної інвестиційної політики, спрямованої на забезпечення тактичного управління підприємствами відповідно до імперативів цілей їх стратегічного розвитку.

Сформована інвестиційна політика визначає засади організації та тактичного управління інвестиційною діяльністю підприємств, її узгодженість із іншими функціональними сферами тактичного управління підприємства, забезпечує відповідність управлінських дій і оперативних рішень вертикалі стратегічних та тактичних цілей, завдань розвитку та економічного зростання підприємства.

На сучасному етапі агропромисловий комплекс України зазнає нестачу інвестиційних ресурсів для підтримки родючості ґрунтів, відновлення і придбання основних засобів виробництва, впровадження нових технологій, поліпшення соціальної і виробничої інфраструктури села, і в остаточному підсумку, забезпечення продовольчої безпеки країни. Залученню та раціональному використанню інвестицій, які направлені на стабілізацію виробництва і подальший розвиток АПК України, відводиться важлива роль. Тому важливо зрозуміти економічну сутність цього процесу, сформувати чіткі механізми його фінансового забезпечення.

Ефективним інструментом управління інвестиційною діяльністю в АПК є інвестиційна стратегія. Інвестиційну стратегію можна представити як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, що визначає пріоритети її напрямів і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей.

Незважаючи на те, що розвиток АПК є дуже важливим, сьогодні ця галузь знаходиться у глибокій депресії. Низькорентабельне сільське господарство з яскраво вираженим сезонним характером виробництва, яке залежить від природних умов, є найбільш проблемною галуззю економіки, порівняно з промисловістю та сферою послуг.

Варто сказати, що особливостями сучасного стану АПК України є: накопичення та загострення суперечностей економічного і політичного характеру; масова збитковість сільськогосподарських підприємств; повільні

темпи реформування аграрного сектору економіки; збереження тенденції до звуженого відтворення.

Несприятливе становище України на світовому інвестиційно-кредитному ринку є причиною низької активності іноземних інвесторів щодо вкладення капіталу в сільське господарство. Основними негативними чинниками такого становища є: недосконала законодавча база; нестабільна політична ситуація; недосконалість податкового законодавства; недостатній рівень розвитку фінансового ринку; недосконалість ринкового механізму; відсутність системи страхування інвестицій.

Вагомими проблемами, які відлякують як іноземних та і українських інвесторів від аграрного сектору, є невирішеність питань щодо ринку землі, відсутність перспективи сприятливого оподаткування в АПК на середньострокову перспективу, не досить чіткі критерії державної підтримки галузі, непрогнозованість регуляторної політики держави для бізнесу.

Підприємства АПК, які функціонують з залученням іноземного капіталу, мають вищий рівень як поточної, так і швидкої ліквідності, продуктивності майна та рентабельності, хоча в цілому досягнутий рівень ефективності іноземних інвестицій є явно недостатнім. Найбільш пріоритетними й одночасно прибутковими сферами агропромислового комплексу, у тому числі й для іноземного інвестора, є:

- ✓ впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур й утримання худоби та птиці;
- ✓ відновлення і модернізація на базі нових технологій підприємств переробної та харчової промисловості, та тих, що займаються заготівлею та зберіганням сільськогосподарської продукції;
- ✓ розвиток сільськогосподарського машинобудування і виробництво технологічного обладнання для м'ясо-молочної, борошномельно-круп'яної та хлібопекарської промисловості;
- ✓ надання виробничих послуг агропромисловим підприємствам.

Для розширення процесу залучення іноземних інвестицій необхідно: суворо дотримуватися визначених пріоритетів у розвитку національної економіки; мати розгорнуті плани іноземного інвестування і механізм публічного контролю за їх виконанням; податкові стимули: встановлення прямих додаткових пільг, відстрочка сплати податків за інвестування капіталу; стимули, пов'язані з амортизаційними відрахуваннями; «податкові канікули», які встановлюються на строк від 2 до 10-15 років; звільнення від сплати митних процедур по імпорту обладнання, сировини, комплектуючих виробів; фінансові

стимули: різного роду субсидії, позики, кредити і гарантії їх надання, державне страхування; нефінансові стимули, спрямовані на створення загальних умов ефективного функціонування іноземного капіталу; забезпечення необхідними факторами виробництва, інформацією та службами управління щодо розвитку транспорту та інших комунікацій.

Алгоритм формування і реалізації регіональної інвестиційної стратегії в АПК повинен включати такі основні етапи: оцінка сильних та слабких сторін інвестиційної діяльності; формування стратегічних цілей інвестування; визначення мети інвестування; аналіз стратегічних альтернатив та розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності; розробка напрямів інвестиційної діяльності; розробка стратегії формування інвестиційних ресурсів; конкретизація стратегії за періодами її реалізації; соціально-економічна оцінка впровадженої стратегії; формування та реалізація програм розвитку.

Діяльність інвесторів в аграрному секторі економіки представлена великою кількістю компаній, які, незважаючи на фінансово-економічну кризу, сьогодні є найстабільнішою складовою економіки нашої держави. Перспективним напрямком інвестиційної діяльності на підприємствах АПК є впровадження прогресивних енергозберігаючих технологій. Останнім часом активізувалася двостороння співпраця в АПК з представниками бізнесу японських і шведських компаній з метою реалізації спільних інвестиційних проєктів.

Найбільш вагомими мотивами здійснення інвестицій виявилися: низька ефективність використання накопичених капіталів всередині країн-інвесторів та пошук шляхів ефективнішого їх вкладення в інших країнах; доступ до дешевих джерел сировини та матеріальних ресурсів; пошук нових та збереження старих ринків збуту продукції, висока об'ємність регіонального та державного ринку з можливістю його розвитку в майбутньому.

Стратегія інвестиційного розвитку сільського господарства повинна базуватись на основі забезпечення інвестора об'єктивною інформацією про стан та перспективи розвитку певного об'єкта інвестування. Для цього відповідними інституціями повинен проводитись регулярний моніторинг інвестиційної привабливості, результати якого мають доводитись до уваги потенційних інвесторів як у вигляді окремих інформаційних збірників, так і на офіційних сайтах регіональних та центральних органів управління. Серед причин непривабливості українського інвестиційного клімату називають повільні темпи реформування й економіки, й законодавчої бази, а також

нерациональний розподіл внутрішніх інвестицій - приватних і державних, високі податки, надмірне регулювання та за політизованість економіки.

З метою формування сприятливого інвестиційного клімату в АПК необхідно забезпечити досягнення стабільної макроекономічної і політичної ситуації; удосконалити відповідну законодавчу базу; визначити пріоритети розвитку сільського господарства та агропромислового виробництва; подолати інфляційні процеси та корумпованість і тінізацію економічної сфери; встановити чіткі механізми регулювання міжнародного інвестиційного співробітництва; проводити активну регіональну політику у сфері АПК.

Розвиток економіки є головним завданням для будь-якої країни, але кожна країна зіштовхується з вибором інвестиційної стратегії для кожного сектору економіки. Сьогодні проблема розвитку підприємств агропромислового комплексу (АПК) стоїть гостро, тому що в Україні є величезний потенціал, якого немає в інших країнах, але він не реалізується повною мірою.

Інвестиційна стратегія - це визначення довгострокових цілей інвестиційної діяльності і шляхів їх досягнення. Слід розглянути напрями її реалізації для підприємств АПК України. Агропромисловий комплекс України розвивається на основі агропромислової інтеграції й відіграє важливу роль у більшості країн світу. Адже саме він виконує важливу суспільну функцію - забезпечує населення продуктами харчування.

Агропромисловий комплекс (АПК) - це сукупність виробничо взаємопов'язаних підприємств з вирощування, зберігання, заготівлі, транспортування, переробки й реалізації сільськогосподарської продукції, а також обслуговчих та допоміжних підприємств і організацій.

Досвід розвинених країн свідчить, що найважливішим державним регулятором інвестиційної діяльності є бюджетні асигнування, система податків, пільг і кредитів. Провівши аналіз досвіду США, Німеччини, Австрії, необхідно відзначити, що здійснюється як пряме дотування капітальних вкладень в АПК, так і непряме регулювання інвестиційних процесів за допомогою грошових виплат або надання пільг. У США інвестиційне регулювання аграрного сектору здійснюється у вигляді бюджетних грошових виплат, безоплатних платежів, пільгових кредитів, безвідсоткових позик, податкових знижок на інвестиції, пільг, пов'язаних з амортизацією основних засобів виробництва. У Німеччині в рамках програм субсидування інвестицій значні кошти виділяються на модернізацію ферм і утримання молочної худоби, у свинарстві - на раціоналізацію виробництва, що призводить до значного перевиробництва сільськогосподарської продукції. В Австрії найпоширенішим

способом стимулювання інвестицій є пільгове кредитування. Тут існує два види пільгового кредитування - аграрно-інвестиційний кредит і спеціальний сільськогосподарський кредит.

Таблиця 4.10

Проблеми підприємств АПК України та шляхи їх вирішення

Проблема	Шляхи вирішення
<i>Визначення об'єктів, що потребують допомоги</i>	Фермери та підприємства, які займаються виробництвом та переробкою с/г продукції
<i>Корупція</i>	Узгодження структури державної служби України з рекомендаціями та стандартами країн-членів ЄС. Мінімізація контактів чиновників з громадянами за допомогою використання мережі Інтернет та відповідно до закону. Формування єдиної міжвідомчої комп'ютерної інформаційної системи для обліку відомостей щодо фактів корупції та корупційних дій з правом доступу до неї всіх правоохоронних органів та Головдержслужби. Запобігання соціальним передумовам корупції та усунення причин, що спричиняють корупційні дії.
<i>Технічне і кадрове відставання галузей переробної промисловості</i>	Держава закуповує обладнання за кордоном і продає вітчизняним підприємствам за зниженими цінами. Укладання договорів на міждержавному рівні про стажування персоналу та студентів у країнах ЄС та США. Дотації підприємствам із українським капіталом
<i>Складність в оформленні кредиту</i>	Створення нового державного банку для АПК. Видача кредитів під 1 – 3 % на 10 – 15 років, відстрочку у виплаті відсотків
<i>Низькоякісне насіння посівних культур та низька продуктивність худоби</i>	Спрямування дотацій та отриманого кредиту в новоствореному банку на закупівлю високоякісного насіння та більш продуктивних порід молодняка за кордоном
<i>Застарілий технічний парк с/г обладнання фермерських господарств</i>	Пільгове кредитування на оновлення парку

Аналіз літературних джерел дозволив визначити головні проблеми підприємств АПК, які необхідно вирішити для підвищення їх ефективності. У таблиці відображено визначені проблеми та можливі шляхи їх вирішення. За умови успішного запровадження запропонованих заходів відбудеться зростання частки доходів підприємств АПК у ВВП України. Таким чином, автором було запропоновано можливі шляхи вирішення проблем підприємств АПК України,

що дозволить українським підприємствам не тільки підвищити конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, а й збільшити частку експорту. У подальших дослідженнях автор планує розглянути напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств цієї галузі.

Значні проблеми стратегічного характеру мають місце в аграрному виробництві стосовно джерел іноземних інвестиційних надходжень. Щоб зменшити кризові тенденції та забезпечити розвиток аграрних формувань, необхідно створювати сприятливі умови для інвестиційної діяльності у модернізацію підприємств. Стимули вкладання капіталу в сільськогосподарські підприємства не такі потужні, то впровадження акціонерного механізму дозволить переорієнтуватися на розвиток укрупненого високотехнологічного товарного виробництва зерна, цукрових буряків, сояшнику, підвищити продуктивність тваринництва. Подальше зростання асигнувань в сферу агропромислових досліджень сприятиме підвищенню значення інформаційних технологій, координації міжгалузевих зв'язків, інтеграції наукової і виробничої діяльності з загальнонаціональними і глобальними тенденціями в науково-технічному і економічному розвитку держави.

На нашу думку, всі інвестиції повинні сприяти розповсюдженню досягнень в області техніки і технологій; створювати додаткові робочі місця; забезпечувати виробництво конкурентоспроможної продукції і появу нових інфраструктурних об'єктів, налагоджувати більш ефективну реалізацію на зовнішніх ринках. Вся направленість інвестиційної політики в сільському господарстві повинна полягати в тому, щоб комерційний інтерес інвесторів призвести у відповідність з народногосподарськими інтересами, що, у свою чергу, дасть змогу стабілізувати фінансовий ринок країни, покращити його дисципліну та ділову культуру.

Список використаних джерел

1. Бакаєв Л.О. Кількісні методи в управлінні інвестиціями: навчальний посібник / Л.О. Бакаєв / К.: КНЕУ, 2000. – 271с.
2. Бондар М.І. Стан та вдосконалення аналізу ефективності інвестицій / М.І. Бондар // Економіка та держава. - 2011. - №2. - С.8-1.
3. Вітков М. С. Розвиток інвестиційної політики в сільському господарстві України / М.С. Вітков // Економіка АПК. - 2012. - № 3. - С. 54-57.

4. Гайдуцький А.П. Продовольча проблема в умовах глобалізації та залучення іноземних інвестицій у світове сільське господарство / А.П. Гайдуцький // Економіка АПК. - 2010. - № 9. - С.50-58.
5. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: навчальний посібник / А.П. Дука / К.: КНЕУ, 2055.- 237с.
6. Ліссітса А. Україна зацікавлена в довгострокових інвестиціях у сільське господарство / А. Ліссітса // Урядовий кур'єр. - 2011. - №98. - С. 25 - 32.
7. Майорова, Т. В. Інвестиційна діяльність [Текст] : навчальний посібник / Т. В. Майорова. - К. : ЦУЛ, 2003. - 376 с.
8. Назарова Л. В. Розвиток інвестиційних процесів в АПК України: стан, проблеми, перспективи / Назарова Л. В. // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. - 2011. - № 1. - С. 71-75.
9. Осауленко О. Г. Статистичний щорічник України за 2012 рік / О.Г. Осауленко / К.: ТОВ «Август-Трейд», 2011. - 552 с.
10. Про інвестиційну діяльність. Закон України від 18 вересня 1991 р.// Урядовий кур'єр. - 1991. - 27 вересня. - С. 3-10.
11. Про режим іноземного інвестування. Закон України від 19 березня 1996 р. // Урядовий кур'єр. - 1996. - 25 квітня.- С. 1-3.
12. «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки» Указ Президента України від 3 грудня 1999р. // Урядовий кур'єр. - 1999. – 8 грудня. - С. 1-3.
13. Семикіна К. В. Проблеми інвестування агропромислового комплексу України / Семикіна К. В. // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. - 2011. - № 1. - С. 85-89.
14. Сугай Т. Ю. Стан інвестиційного клімату в АПК України / Сугай Т. Ю. // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 10. - С. 18-24.
15. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка. // - К. : ННЦ "ІАЕ", 2012. - 182 с.
16. Татаренко І.О., Поручник А.М. Теорії інвестицій: навчальний посібник / І.О. Татаренко, А.М. Поручник / К.: КНЕУ, 2000. - 160 с.

РОЗДІЛ 5

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

5.1. Стан та розвиток ринку аграрної освіти

Серйозні зміни в житті українського суспільства і держави торкнулися і сфери вищої освіти, яка прагне адаптуватися до нових умов, орієнтуючись на світові системи освіти. Проте пошук шляхів перетворень, намічених в цій сфері діяльності, не повинен означати сліпого слідування світовим стандартам. Видається за доцільне використовувати позитивні аспекти інших систем, не зраджуючи забуттю власні освітні традиції.

Багато українських вчених наголошують на тому, що серед чинників соціально-економічного зростання важливу роль відіграє освіта, яка визначає якість людського капіталу. Однак відмічається недостатність цілісних системних досліджень проблем функціонування системи вищої освіти з урахуванням складних процесів соціально-економічних трансформацій в нашій країні і світових тенденцій розвитку суспільства.

Ринок освітніх послуг пов'язаний з одного боку з ринком інтелектуальної праці, а з іншої - з ринком науково-технічної продукції. Він включає множину взаємозв'язаних сегментів, які формуються під впливом рівня і ступеня освіти, типу навчального закладу, профілю підготовки, характеру спеціальності, статі, віку, сімейного стану і так далі

Ми схильні вважати, що доцільно трактувати ринок освітніх послуг як самостійну категорію, що підкоряється своїм закономірностям формування і розвитку і що має специфічний механізм функціонування і відповідну інфраструктуру (рис. 5.1).

Виробниками послуг на цьому ринку, за сприяння галузевих відомств, інвесторів, меценатів, за участю фінансово-кредитних установ і під контролем законодавчої і виконавчої влади, в основному і є різні ланки системи освіти.

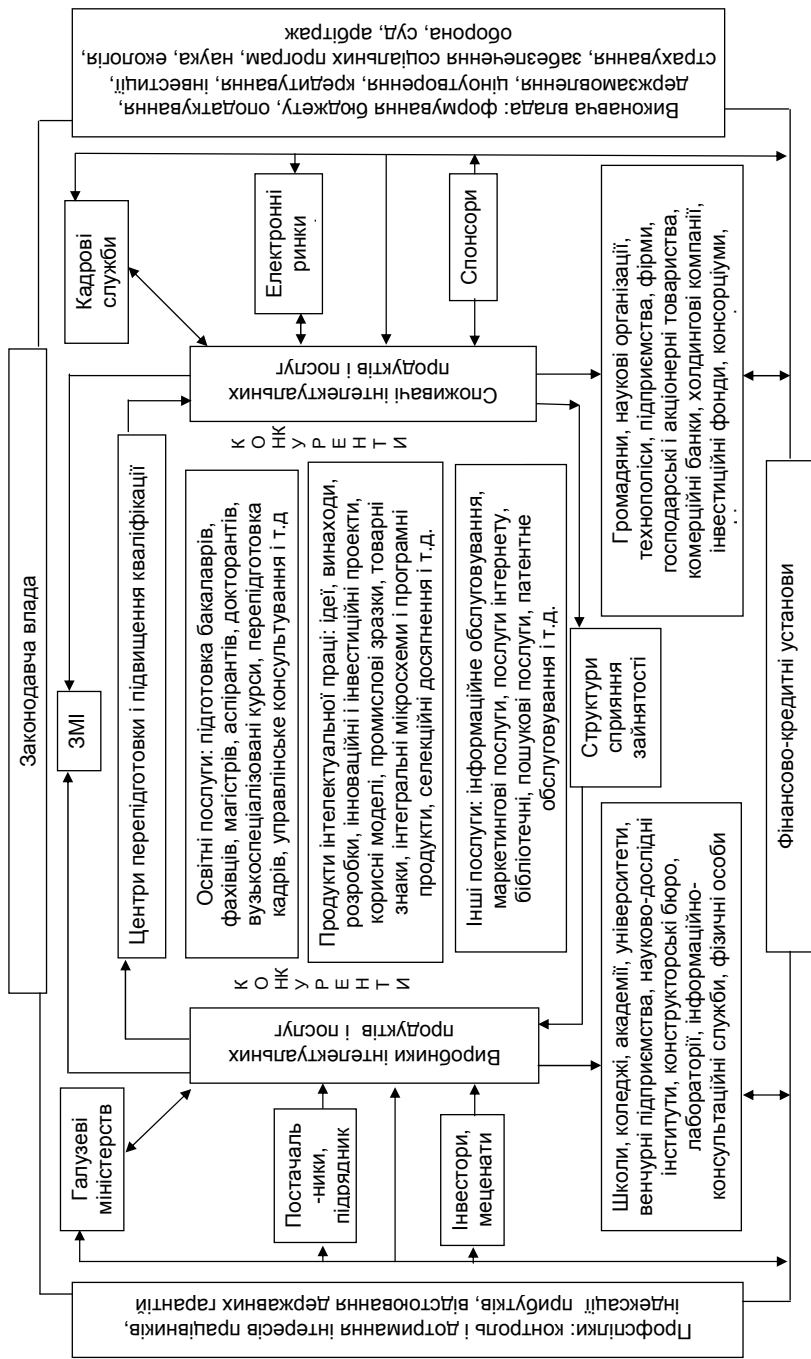


Рис. 5.1. Ринок освітніх послуг і продуктів інтелектуальної праці

Формування і ефективне функціонування ринку освітніх послуг і продуктів інтелектуальної праці залежить від цілого ряду внутрішніх і зовнішніх чинників. До внутрішніх чинників можна віднести кон'юнктуру ринку, його інфраструктуру, що забезпечує найбільш ефективну взаємодію усіх його елементів, рівень цін на освітні послуги і продукти інтелектуальної праці, що складається під впливом платоспроможного попиту і пропозиції, форми конкурентної боротьби на ринку.

Серед зовнішніх чинників, що чинять вплив на ринок освітніх послуг, можна виділити політичні, економічні, науково-технічні, соціально-демографічні і природно-географічні (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Зовнішні умови функціонування ринку освітніх послуг

Група	Зовнішні умови
Політичні	Стабільність політичної ситуації Трансформація влади Рівень корумпованості Законодавче регулювання соціально-економічних процесів
Економічні	Стан економіки Добробут потенційних споживачів Рівень зайнятості і безробіття Система оподаткування Стан кредитно-фінансової і інвестиційної діяльності Темпи зростання тіньової економіки
Науково-технічні	Рівень науково-технічного прогресу Інноваційний характер виробництва Професійний і інтелектуальний рівень населення
Соціально-демографічні	Рівень народжуваності і смертності Статеві-вікова структура населення Зростання питомої ваги людей пенсійного віку Соціальні групи Національний менталітет
Природно-географічні	Екологічна обстановка Розподіл по економіко-географічних регіонах Регіональні особливості виробництва

Модель освіти може бути трансформована суспільством під впливом тих чи інших векторів розвитку та існуючих в суспільстві настроїв і принципів організації суспільного життя. Внутрішня або зовнішня орієнтація системи

освіти зумовлюється особливостями освітнього простору і загальними цілями навчання, які обираються суспільством і спрямовані на досягнення певних суспільно бажаних результатів, незалежно від наявності об'єктивних умов для цього.

Внутрішня спрямованість моделі освіти націлена на задоволення тільки потреб держави, що призводить до замкненості всередині країни випускника даної системи освіти. Спрямованість освітніх програм на задоволення цілей країни, а не на розвиток особистості в цілому, не дозволить їй бути гідно представленою на світовому ринку освітніх послуг. Фахівець, випускник такої системи, чітко орієнтований на потреби країни, це дипломований виконавець державної політики держави і не може бути представленим на світовому ринку праці.

При демократичності поглядів у суспільстві, випускник може за бажання отримати певну мобільність, що дозволить йому, в певних умовах (самоосвіта, освіта в іншій країні, спільність економік різних країн), вийти на світовий ринок робочої сили і бути затребуваним на ньому. Зовнішня спрямованість системи освіти дозволить випускникам системи вищої освіти мати професійну думку і свої професійні навички, які будуть використовуватися для роботи як на внутрішньому, так і на світовому ринку праці, та надає підставу для отримання нових знань [35].

Поєднуючи внутрішню або зовнішню спрямованість системи освіти та її орієнтацію на суспільні цінності в придбанні знань, можна виділити чотири моделі освітніх систем, які можуть виникати в залежності від сполучень цих характеристик.

1. Тоталітарна модель системи освіти, для якої характерна спрямованість системи освіти на реалізацію інтересів невеликої обмеженої кількості людей, придбання нових знань не потрібно; дію системи освіти, як правило, практично несумісне з потребами розвитку особистості. Функціонування системи освіти сприяє лише розвитку ідеології всередині країни. Освіта ґрунтується на обмеженій уяві про зовнішній світ. У викладачів і випускників такої системи освіта набуває ознак вторинності, основна мета - формування ідеологічних цінностей суспільства, при цьому освіта може йти в розріз із загальносвітовими цінностями. Подібні моделі освіти існують в світі, але абсолютно не прийнятні для виходу на світовий ринок освітніх послуг.

2. Прагматична модель характеризується спрямованістю системи освіти на оволодіння знань і вмінь для виконання завдань всередині держави, забезпечення національних інтересів, і має суто прагматичну спрямованість. Прагматична

модель характеризується націленістю на освітнє забезпечення промислових, наукових та інших суспільно значущих довгострокових проєктів усередині країни, формуванням позитивного ставлення особистості та соціуму до такої державної політики. Придбання нових знань, непотрібних для розвитку країни небажане, а іноді і забороняється як таке, що наносить шкоду інтересам держави. Приділяється недостатньо уваги розвитку особистості, виходу на світовий ринок освітніх послуг та інтеграції в світове господарство. Ця модель освіти частково придатна для виходу на світовий ринок освітніх послуг і може бути використана для підготовки фахівців для країн, що мають подібний рівень розвитку та аналогічну техніко-технологічну основу функціонування виробництва.

3. Раціональна модель може створюватися завдяки спрямованості системи на вирішення «внутрішніх» завдань в отриманні знань у поєднанні з орієнтацією на отримання знань в чистому вигляді. В цьому можна говорити про розвинену модель, яка характеризується збалансованістю освітніх потреб та потреб особистості з усілякою підтримкою і стимулюванням суспільством освітніх досягнень учнівської та студентської громадськості. Така модель функціонально стійка і рівноцінно забезпечує потреби держави й особистості. Вона може бути представлена на міжнародному ринку освітніх послуг і мати перспективи розвитку на цьому ринку. Дана модель можлива при високому ступені розвитку науки і певного накопиченого рівня знань, що дозволяє суспільству вільно передавати і розвивати на наявній базі нові форми знань, реалізувати їх у процесі навчання. Навчальний процес не є чітко регламентованим, а базується на гнучких підходах.

4. Відкрита модель виникає в результаті з'єднання спрямованості на придбання нових знань і розвитку особистості. Навчання в даному випадку ґрунтується на значному обсязі знань, накопичених в суспільстві, і основною метою стає не тільки передача знань, а й виробництво нових знань більш високого порядку. Випускник з легкістю пристосовується до зовнішнього світу, має високу ступінь мобільності, і кращі риси полікультурності, що безумовно є перевагою в глобалізованому світі. Дана модель покликана стати найпоширенішою в сучасному світі, тому що спрощує процес інтернаціоналізації та інтеграції як в освіті, так і в інших сферах життя, формує людський капітал країни. [26, с. 2]

Звичайно, кожна з моделей практично не зустрічається в чистому вигляді, і в багатьох країнах є певні елементи декількох моделей освіти, але слід зазначити, що в демократичних спільнотах переважають останні два типи моделей освіти. Україна, як і більшість пострадянських держав має багато рис радянської -

прагматичної моделі, де розвиток особистості ще не стало пріоритетом системи освіти. У підготовці фахівців чітко простежуються державні інтереси і великий вплив на систему освіти органів влади та центральних органів управління освіти, на яких покладено функції контролю, що негативно відбивається на функціонуванні системи в цілому.

Сьогодні частково зроблені спроби реформувати систему освіти, прищепити їй ознаки відкритої моделі освіти. Така ситуація була б можлива в разі трансформації моделі освіти з прагматично-раціональної в раціонально-відкритою, а потім у повністю відкрити, але перетворення з однієї моделі в іншу минаючи проміжні етапи за короткий період неможливо. Тому Україна повинна проводити поступову трансформацію моделі освіти, щоб не втратити позитивні досягнення однієї моделі в спробі замінити їх на нові перетворення, які характерні для іншої моделі і не відповідають ступеню розвитку суспільства.

До найбільш важливих, на наш погляд, напрямів перспективної системи освіти слід віднести: фундаменталізацію освіти, випереджаючий характер системи освіти, її націленість на проблеми майбутньої постіндустріальної цивілізації; інформатизацію освіти.

Фундаменталізація освіти передбачає її орієнтацію на вивчення основних законів природи і суспільства, а також природи і призначення самої людини. Такий підхід повинен дозволити людям самостійно знаходити й оцінювати відповідальні рішення в умовах невизначеності, в критичних і стресових ситуаціях, коли людина стикається з новими складними природними та соціальними явищами. Наукові знання і високі моральні принципи є в цих випадках надійною опорою. [9, с. 198]

У сучасній системі вищої освіти сьогодні реалізується концепція, яку можна назвати підтримуючою освітою, коли підготовка фахівців здійснюється головним чином на основі вимог сьогоdnішнього дня, без урахування того, що чекає цих фахівців в майбутньому. Ця система не забезпечує повноцінної підготовки людини до нових швидко мінливих умов існування. Випереджаюча освіта, навпаки, орієнтується на ті умови життя та професійної діяльності, в яких виявиться випускник вищого навчального закладу після його закінчення, тобто через 4-7 років після вступу до ВНЗ. Темпи ж технологічного та науково-технічного прогресу сьогодні такі, що багато знання застарівають вже протягом 3-5 років, і не враховувати цього фактора в перспективній системі освіти неприпустимо. Саме тому система випереджаючої освіти повинна радикально відрізнитися від системи підтримуючої освіти. [1, с. 323]

Важливе місце в системі випереджаючої освіти має займати вивчення останніх досягнень в області інформаційних технологій. З світової практики відомо, що їх впровадження і просування інформатизації проходить за певними фазами:

1. Фаза автоматизації - спостерігається мала кількість комп'ютерів, часто не останніх поколінь, яке припадає на велику кількість студентів, друкувальні пристрої невисокої швидкості друку і низької якості. Можливості викладачів в отриманні підготовки, інструктажу або зовнішньої допомоги обмежені. Кількість викладачів або спеціалістів з інформатики недостатня. Студенти рідко працюють на комп'ютерах і не мають достатніх навичок роботи. Інформатика йде окремим курсом і слабо пов'язана з іншими предметами.

2. Інформаційна фаза - ВНЗ починають широко використовувати персональні комп'ютери, більшість дисциплін починають використовувати інтегровані елементи інформаційних технологій в якості технічних засобів навчання або змісту навчальної програми. Створюються державні та регіональні програми для постачання апаратного та програмного забезпечення, інформація про які вільно поширюється по навчальним закладам. ВНЗ використовують значну кількість комп'ютерів, в яких студенти мають доступ для індивідуальної роботи. Комп'ютери об'єднані в комп'ютерну мережу, мають файлові сервери і мережеві принтери. Студенти мають доступ до розвиненого програмного забезпечення. Співробітники, використовують комп'ютери в роботі. Техніка та програмне забезпечення обслуговують кваліфіковані фахівці. Деякі викладачі спеціалізуються в застосуванні комп'ютерів для викладання своїх дисциплін. Студенти мають навички використання комп'ютерів, придбані заздалегідь. Інформатика органічно з'єднана з іншими дисциплінами.

3. Фаза комунікації характеризується повною інтеграцією інформаційних технологій в управління освітою та навчальний процес, а також використанням їх для зв'язку і співпраці між користувачами комп'ютерів як всередині ВНЗ, так і з зовнішніми організаціями. Зв'язок викладача і студента забезпечується через комп'ютерні мережі. Програма вивчення інформаційних технологій значно ширше і глибше, ніж комп'ютерна грамотність. Інформаційні інструменти творчо використовуються на основі методів моделювання та інформатики. [2, с. 20-21]

Така класифікація рівня зрілості процесів інформатизації, безумовно, дуже приблизна і умовна. Однак, відповідно до неї значна кількість ВНЗ в Україні, все ще повинні бути віднесені до тих, які переживають першу фазу

інформатизації. Така невисока оцінка збігається з фазою інформатизації України в цілому.

Розробка стратегії розвитку і використання інформаційних технологій в сфері освіти є однією з ключових проблем стратегічного планування, як на національному, так і на глобальному рівні. При цьому темпи та напрямки змін на нинішньому етапі визначаються не обчислювальною технікою і програмними засобами, а людьми, їх готовністю до змін, їх потребами і проблемами. Створення ж освітнього інформаційного простору через дистанційність, провайдерізм, тимчасову, просторову віртуальність, загальність стає важливою сходинкою розвитку сучасної вищої освіти.

Таким чином, першочерговим завданням системи освіти повинна стати підготовка фахівців, здатних безперешкодно вийти на світовий ринок праці, це значно підвищить інтерес до придбання вищої освіти. Привабливість системи вищої освіти дозволить їй вийти на світовий ринок з високоінтелектуальними освітніми послугами, дасть можливість сформувати якісний людський капітал країни.

Останнім часом різко загострилася конкурентна боротьба на ринку аграрних освітніх послуг, який став достатньо насиченим, при цьому споживачі цих послуг отримали змогу обирати аграрні виші у відповідності зі своїми матеріальними можливостями, регіональними та професійними уподобаннями. Конкуренція та постійні спроби реструктуризації галузі зумовлюють необхідності проведення аналізу диференціації та концентрації на ринку вищої аграрної освіти.

В Україні освітні послуги надають 22 аграрних вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації, які ми ранжували за кількістю студентів, які у них навчаються (табл. 5.2).

Таблиця 5.2

**Ранжований ряд аграрних вищих навчальних закладів України
III-IV рівнів акредитації за кількістю студентів в січні 2013 року***

Назва аграрного ВНЗ	Кількість студентів, тис. осіб
Ніжинський агротехнічний інститут НУБіП	1,26
Бережанський агротехнічний інститут НУБіП	1,95
Харківська державна зооветеринарна академія	2,58
Південна філія НУБіП «Кримський агротехнологічний університет»	2,61
Одеський державний аграрний університет	3,79
Херсонський державний аграрний університет	3,93
Львівський національний аграрний університет	3,97
Подільський державний аграрно-технічний	5,04
Харківський національний аграрний університет	5,07
Таврійський державний агротехнологічний	5,54
Харківський національний технічний університет сільського господарства	5,66
Уманський національний університет садівництва	5,83
Миколаївський національний аграрний університет	5,98
Дніпропетровський державний аграрний університет	6,19
Полтавська державна аграрна академія	6,87
Білоцерківський державний аграрний університет	7,49
Вінницький національний аграрний університет	7,81
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій	7,86
Житомирський національний агроєкологічний	8,13
Сумський національний аграрний університет	8,68
Луганський національний аграрний університет	9,1
Національний університет біоресурсів і природокористування України	10,3

*Джерело: форма 2-ЗНК [32].

Побудуємо інтервальний варіаційний ряд з 5 рівними інтервалами, на основі якого розрахуємо дані для оцінки диференціації та концентрації студентів в окремих групах аграрних ВНЗ (табл. 5.3).

Таблиця 5.3

Розподіл аграрних ВНЗ за кількістю студентів, тис. осіб

Групи ВНЗ за кількістю студентів	Кількість ВНЗ		Накопичена		Кількість студентів в групах ВНЗ	Частка студентів в групах ВНЗ, % D
	частота f	частка, % d	частота S _f	частка S _d		
До 2	2	9,1	2	9,1	2	1,7
2-4	5	22,7	7	31,8	15	12,7
4-6	6	27,3	13	59,1	30	25,4
6-8	5	22,7	18	81,8	35	29,7
Більше 8	4	18,2	22	100,0	36	30,5
Разом	22	100	x	x	118	100
Групи ВНЗ за кількістю студентів	L	D-d	Накопичена частка студентів в групах ВНЗ, % S _D	dS _D	dD	D ²
До 2	0,19	7,4	1,7	15,4	15,4	2,9
2-4	0,56	10,0	14,4	327,4	288,9	161,6
4-6	0,93	1,8	39,8	1086,3	693,4	646,4
6-8	1,31	6,9	69,5	1579,4	674,1	879,8
Більше 8	1,68	12,3	100,0	1818,2	554,7	930,8
Разом	0,19	38,5	x	4826,7	2226,5	2621,4

- дев'ятий дециль:

$$DL_9 = x_{D_9} + h * \frac{\frac{9}{10} \sum f - S_{D_9-1}}{f_{D_9}} = 8 + 2 * \frac{\frac{9}{10} * 22 - 18}{4} = 8,9 (\text{тис. осіб})$$

де x_{Q1} , x_{Q9} – нижня межа інтервалу, що містить відповідно перший та дев'ятий дециль; h – величина інтервалу, що містить даний дециль;

S_{D1-1} , S_{D9-1} – кумулятивна частота (частка) інтервалу, що передусе інтервалу, який містить відповідно перший та дев'ятий дециль;

f_{D1} , f_{D9} – частота (частка) інтервалу, що містить відповідно перший та дев'ятий дециль.

Коефіцієнт децильної диференціації:

$$K_d = \frac{DL_9}{DL_1} = \frac{8,9}{2,2} = 4 (\text{рази})$$

Одержаний коефіцієнт диференціації показує, що мінімальна кількість студентів у 10% найбільших аграрних ВНЗ у 4 рази вища, ніж максимальна кількість студентів 10% найменших ВНЗ.

2) фондові коефіцієнти – визначають співвідношення середніх рівнів ознак в групах з максимальними та мінімальними їх значеннями. Так, децильний фондовий коефіцієнт визначає співвідношення між середніми значеннями ознаки 10% одиниць сукупності з найвищими варіантами та 10% одиниць сукупності з найменшими варіантами.

В нашому випадку 10% найбільших та найменших аграрних ВНЗ включають по 2 виші, то децильний фондовий коефіцієнт:

$$K_{\phi} = \frac{\bar{x}_{10\% \max}}{\bar{x}_{10\% \min}} = \frac{(10,3 + 9,1) / 2}{(1,26 + 1,95) / 2} = 7,7 (\text{разу})$$

Одержаний фондовий коефіцієнт показує, що середня кількість студентів у 10% найбільших аграрних ВНЗ у 7,7 рази перевищує середню кількість студентів у 10% найменших ВНЗ.

До показників диференціації близькі за значенням показники концентрації розподілів. Концентрація - нерівномірність розподілів досліджуваної ознаки, що не пов'язана ні з обсягом сукупності, ні з чисельністю окремих груп.

Оцінка нерівномірності розподілу значень ознаки між окремими складовими сукупностей ґрунтується на порівнянні часток двох розподілів – за кількістю елементів d_i та за обсягом значень явища D_i . Якщо розподіл значень ознаки рівномірний, то $d_i = D_i$. Відхилення часток свідчить про певну нерівномірність розподілу, яка вимірюється наступними показниками:

1) коефіцієнт локалізації L_i – означає зосередження обсягу явища у окремих групах одиниць сукупності:

$$L_i = \frac{D_i}{d_i}$$

де D_i – частка i -ї групи у загальному обсязі явища;

d_i - частка i -ї групи у загальному обсязі сукупності.

При $L_i = 1$ – рівномірний розподіл ознаки; $L_i > 1$ – наявність концентрації значень ознаки в i -ій складовій; $L_i < 1$ - відсутність концентрації.

Розраховані у табл. 5.2 коефіцієнти локалізації свідчать про наявність концентрації студентів лише у двох останніх групах, в які входять 9 найкрупніших аграрних ВНЗ з кількістю студентів більше 6 тис. осіб

2) коефіцієнт Лоренца K_L є узагальнюючою характеристикою відхилення фактичного розподілу від рівномірного і визначається за формулою:

$$K_L = \frac{1}{2} \sum |D - d| = \frac{1}{2} * 38,52 = 19,26 \%$$

Значення його коливаються у межах від 0 до 1, або від 0 до 100%. У рівномірному розподілі $K=0$. При $K_L \leq 25\%$ - низька концентрація ознаки у

обмеженої кількості одиниць або груп сукупності; при $25\% < K_L \leq 35\%$ - помірна концентрація; при $K_L > 35\%$ - висока концентрація ознаки.

Значення K_L свідчить про низький рівень концентрації студентів в окремих групах аграрних ВНЗ.

3) коефіцієнт Джині K_G – відображає ступінь відхилення фактичного від лінії їх рівномірного розподілу і розраховується за формулою:

$$K_G = 1 - 2 \frac{\sum dS_{Di}}{10000} + \frac{\sum dD}{10000} = 1 - 2 * 0,48267 + 0,22265 = 0,257$$

де S_{Di} – накопичена частка i -ї групи у загальному обсязі явища.

Значення його коливаються у межах від 0 до 1. При $K_G < 0,29$ спостерігається низька концентрація ознаки у обмеженої кількості одиниць або груп сукупності; $0,3 < K_G < 0,44$ - помірна концентрація; $K_G > 0,45$ - висока концентрація ознаки.

Таким чином, значення K_G також свідчить про низький ступень нерівномірності розподілу, тобто про низький рівень концентрації студентів в окремих групах аграрних ВНЗ.

4) Коефіцієнт Херфіндаля K_H – визначає вплив лише домінуючих одиниць або груп сукупності у загальному обсязі. Якщо були проведені попередні розрахунки часток обсягу явища в окремих групах, то можна скористатися формулою:

$$K_H = \sum D^2 = 2621,4$$

Значення його коливаються у межах від 0 до 1, або від 0 до 10000 (якщо частка у %). При $K_H \leq 1000$ – низька концентрація ознаки; при $1000 < K_H \leq 2000$ – помірна концентрація ознаки; при $K_H > 2000$ - висока концентрація ознаки, тобто наявне домінування окремих одиниць або груп сукупності.

Величина K_H свідчить про домінування окремих ВНЗ або їх груп, зокрема в четвертій групі в 22,7% аграрних ВНЗ навчаються 29,7% студентів, а в останній групі в 4 найбільших вищах, які складають 18,2% всієї сукупності, навчаються 30,5% студентів.

Відповідно до проведених розрахунків в цілому ринок аграрних освітніх послуг є низькоконцентрованим, що зумовлює високий рівень конкуренції на ньому вищих навчальних закладів. Таким чином, аграрні ВНЗ повинні контролювати якість надання освітніх послуг, узгоджувати свою цінову політику із політикою конкурентів, розвивати матеріально-технічну базу та впроваджувати інноваційні технології в навчальний процес.

В умовах нестабільного зовнішнього середовища та складної демографічної ситуації в Україні для зниження невизначеності в діяльності

вищих навчальних закладів особливу актуальність придбаває вивчення попиту і факторів, що його формують.

Конкуренція між аграрними вищими навчальними закладами нині посилюється у зв'язку із скороченням бюджетних місць, стійкою тенденцією зниження потенційного контингенту студентів, розширення міжрегіональних ринків послуг вищої освіти. Оцінка обсягу і структури попиту на освітні послуги дозволяє визначити відповідну ринкову пропозицію і збудувати стратегію поведінки ВНЗ.

Різноманітні і не існуючі раніше чинники зовнішнього середовища змінили поведінку споживачів освітніх послуг, тому фактори, що впливають на попит на освітні послуги ВНЗ, стали предметом активних економічних досліджень

До факторів впливу на попит на освітні послуги вчені відносять цінові фактори, зокрема вартість послуги, рівень життя населення, його платоспроможності; соціальні, серед яких престижність та затребуваність спеціальності, демографічні, географічні фактори, інтенсивність різних видів діяльності ВНЗ, в тому числі розширення асортименту освітніх послуг, маркетингові заходи, його освітня, наукова та суспільна значимість та інші фактори. [19, 29, 39, 46]. При цьому автори зазначають, що кількісно виміряти деякі чинники практично неможливо.

На думку деяких дослідників попит на освітні послуги виражається числом поданих заяв [17, 20, 39]. Проте сучасна можливість подачі заяв одночасно в декілька ВНЗ змушують нас шукати інші показники попиту. Крім того, в об'єктивний час розглянутого спостереження жоден з аграрних ВНЗ не досяг ліцензійного об'єму, тобто усі охочі мали шанс скористатися їх освітньою послугою, але по різних причинах не стали цього робити, що наводить на думку про пошук альтернативного показника попиту на відповідні освітні послуги.

Таким чином, логічним кроком є побудова адекватної багатофакторної моделі впливу на попит на освітні послуги аграрних вищих навчальних закладів України.

З огляду на все вищесказане, ми схильні до використання кількості студентів, що поступили в аграрні ВНЗ, як показника попиту на їх освітні послуги. Крім того, вважаємо за доцільне включити в модель впливу на попит на освітні послуги аграрних ВНЗ граничні цінові та асортиментні чинники. Таким чином, вказана модель включатиме:

u - кількість студентів, що поступили до ВНЗ, осіб;

x_1 - максимальна вартість навчання бакалаврів заочної форми, грн.;

- x_2 - мінімальна вартість навчання бакалаврів заочної форми, грн.;
- x_3 - максимальна вартість навчання бакалаврів денної форми, грн.;
- x_4 - мінімальна вартість навчання бакалаврів денної форми, грн.;
- x_5 - кількість держбюджетних місць;
- x_6 - кількість спеціальностей (асортимент) (табл. 5.4).

Таблиця 5.4

Вихідні дані для аналізу по аграрних ВНЗ України*

№	Назва ВНЗ	y	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6
1	Білоцерківський НАУ	1314	4950	3000	7300	4400	622	12
2	Вінницький НАУ	1391	3300	3100	10000	6500	528	16
3	НАЕУ (м. Житомир)	1194	5200	2700	8000	5000	479	13
4	Дніпропетровський ДАУ	1143	4500	3500	6500	5000	477	12
5	Луганський НАУ	1588	10457	10457	15817	15817	727	15
6	Львівський НУВМБ	737	4628	3020	6171	4027	436	8
7	Львівський НАУ	1284	3930	2610	6960	4305	682	14
8	Миколаївський ДАУ	948	4100	2400	6300	3200	487	10
9	Одеський ДАУ	812	3775	3225	8500	6450	354	8
10	Подільський ДАТУ	868	3500	2000	8000	6500	487	15
11	Полтавська ДАА	1194	3100	2400	6940	5800	354	9
12	Сумський НАУ	1829	6600	3000	8000	4500	728	19
13	Таврійський ДАТУ	940	4350	2700	6300	5150	615	11
14	Уманський НУС	465	4300	3300	6400	4800	335	11
15	Харківська ДЗВА	522	5000	4000	6000	5000	360	6
16	Харківський НТУСГ	920	5000	4400	6100	5535	578	11
17	Херсонський ДАУ	519	5000	3000	6000	4000	356	11
18	НУБіП України	2620	6075	3750	14500	7500	2129	28
19	ПФ НУБіП «Кримський АТУ»	716	6350	3520	7950	4690	503	11
20	Бережанський АТІ НУБіП	403	5000	5000	8300	7050	165	6
21	Ніжинський АТІ НУБіП	186	5900	5900	9400	9400	134	4

Джерело: Статистичний звіт за формою 2-3 НК станом на січень 2013р.

[32]

* До вибірки не включено Харківський НАУ по причині відсутності даних про вартість навчання у вказаному джерелі.

Парні коефіцієнти кореляції характеризують взаємозв'язок між двома вибраними змінними на тлі дії інших показників. Розрахунок парних коефіцієнтів кореляції між результативною та факторними ознаками показав, що:

- між мінімальною вартістю навчання бакалаврів заочної форми та кількістю поступаючих зв'язок відсутній ($r_{x_2} = 0,036$);
- максимальна вартість навчання бакалаврів заочної форми і мінімальна вартість навчання бакалаврів денної форми слабо впливають на попит на аграрні освітні послуги ($r_{x_1} = 0,275$, $r_{x_4} = 0,187$);
- максимальна вартість навчання бакалаврів денної форми має середній вплив на результативну ознаку ($r_{x_3} = 0,593$);
- існує щільний зв'язок між попитом на освітні послуги аграрних ВНЗ та кількістю держбюджетних місць, а також асортиментом послуг ($r_{x_5} = 0,862$, $r_{x_6} = 0,904$).

Також здійснюємо розрахунок парних коефіцієнтів кореляції незалежних змінних, на основі якого можна зробити наступні висновки:

- щільний зв'язок спостерігається між мінімальними та максимальними цінами по різних формах навчання ($r_{x_1x_2} = 0,838$, $r_{x_3x_4} = 0,187$), між максимальною ціною навчання на заочній формі та мінімальною вартістю навчання на денній формі ($r_{x_1x_4} = 0,703$), між мінімальними цінами по обом формам навчання ($r_{x_2x_4} = 0,901$), а також між кількістю держбюджетних місць та числом спеціальностей у вишах ($r_{x_5x_6} = 0,884$);

- наявний середній зв'язок між максимальними цінами за навчання бакалаврів різних форм ($r_{x_1x_3} = 0,667$), між мінімальною вартістю навчання по заочній формі та максимальною - по денній формі ($r_{x_2x_3} = 0,674$), а також між максимальною ціною за навчання бакалаврів денної форми та кількістю держбюджетних місць та числом спеціальностей ($r_{x_3x_5} = 0,587$, $r_{x_3x_6} = 0,561$);

- слабкий зв'язок виявлено між максимальною ціною за навчання бакалаврів заочної форми та кількістю держбюджетних місць та числом спеціальностей ($r_{x_1x_5} = 0,268$, $r_{x_1x_6} = 0,236$) та між мінімальною вартістю навчання по денній формі та цими двома факторами ($r_{x_2x_5} = 0,14$, $r_{x_2x_6} = 0,118$);

- між максимальною ціною за навчання бакалаврів заочної форми та кількістю держбюджетних місць та числом спеціальностей зв'язок відсутній ($r_{x_4x_5} = 0,027$, $r_{x_4x_6} = -0,049$).

Параметри моделі, визначені за статистичною функцією ЛИНЕЙН табличного редактора Excel, дозволяють отримати наступну лінійну багатофакторну модель:

$$y = -120,34 + 0,002x_1 - 0,008x_2 + 0,017x_3 + 0,006x_4 + 0,35x_5 + 67,3x_6.$$

Згідно одержаного рівняння множинної регресії, при збільшенні максимальної вартості заочної форми навчання бакалавра на 1 тис. грн. кількість поступивши зростає в середньому на 2 особи, а при зменшенні її

мінімальної вартості – на 8 осіб, відповідне збільшення цінового максимуму на денній формі збільшує їх кількість на 17 осіб, мінімуму – майже на 6 осіб; кожен додатковий 100 держбюджетних місць збільшують попит в майже на 35 осіб, а кожна додаткова спеціальність - в середньому на 67,3 особи.

Далі необхідно встановити адекватність отриманої лінійної багатофакторної моделі. Якість моделі може оцінюватися за допомогою коефіцієнта детермінації, середньої похибки апроксимації, стандартної похибки регресії, а також F-тесту.

Для знаходження загальної, факторної та залишкової дисперсії та середньої похибки апроксимації скористаємося вихідними даними. Теоретичні рівні ряду (\tilde{Y}) визначаються за рівнянням регресії. Середній рівень результативної ознаки становить 1028,24 особи.

Загальну суму квадратів визначимо за формулою:

$$\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2 = 6048865,81$$

Факторну суму квадратів визначимо за формулою:

$$\sum_{i=1}^n (\tilde{Y}_i - \bar{y})^2 = 5087852,60$$

Залишкову суму квадратів визначимо за формулою:

$$\sum_{i=1}^n (y_i - \tilde{Y}_i)^2 = 961013,21$$

Виходячи з того, що обсяг вибірки $n=21$, а число факторних ознак $m=6$, визначимо число ступенів свободи:

- число ступенів свободи загальної суми квадратів: $n-1=20$
- число ступенів свободи факторної суми квадратів: $m=6$
- число ступенів свободи залишкової суми квадратів: $n-m-1=14$

Дисперсії визначаємо діленням сум квадратів на відповідні значення ступенів свободи. Таким чином, отримаємо загальну дисперсію, яка дорівнює 302443,29, факторну дисперсію - 847975,43 та залишкову дисперсію - 68643,8.

Обчислення значення коефіцієнта детермінації відбувається за формулою:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_i (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_i (y_i - \bar{y})^2} = 1 - \frac{961013,21}{6048865,81} = 0,841$$

Тобто, попит на освітні послуги аграрних ВНЗ на 84,1% залежать від факторних ознак, включених у модель, а на 15,9% від всіх інших чинників.

Множинний коефіцієнт кореляції дорівнює $R=0,917$, що свідчить про щільний зв'язок між вказаними факторами та результативною ознакою.

Середню похибку апроксимації визначаємо за формулою:

$$A = \frac{1}{n} \cdot \sum A_i \cdot 100 = \frac{1}{21} \cdot 5,08 \cdot 100 = 24,185$$

Отже, в середньому теоретичні значення \tilde{Y}_i відхиляються від фактичних y_i на 24,185%. Одержане значення перевищує 12-15%, що свідчить про суттєвість середнього відхилення розрахункових даних від фактичних, по яких побудована модель, із-за недостатньо високої типовості лінійної регресії, яка проявляється у присутності одиниць з високою індивідуальною помилкою. Якщо видалити ВНЗ з гранично високою помилкою, тоді якість лінійної моделі помітно підвищиться.

Визначимо стандартну похибку регресії (SEE), яка вимірює величину (квадрата) помилки, що доводиться на один ступінь свободи моделі, :

$$SEE = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \tilde{Y}_i)^2}{n - k - 1}} = \sqrt{\frac{961013,21}{21 - 6 - 1}} = 261,9996$$

Стандартна похибка регресії використовується як основна величина для вимірювання якості оцінювання моделі (чим вона менша, тим краще)

Далі проведемо F-тест оцінювання якості рівняння регресії, який полягає в перевірці гіпотези H_0 про статистичну незначущість рівняння регресії. Для цього виконується порівняння фактичного F і критичного значення $F_{табл}(\alpha; k_1; k_2)$ за таблицею критичних точок розподілу Фішера-Снедекора при рівні значимості α і ступенях вільності k_1 та k_2 .

Будуємо статистику:

$$F = \text{факторна дисперсія} / \text{залишкова дисперсія} \\ F = 5087852,6 / 961013,21 = 12,35$$

Необхідно знайти квантиль розподілу Фішера-Снедекора зі ступенями вільності $k_1 = m = 6$ та $k_2 = n - m - 1 = 14$ при рівні значимості 0,01. Для розрахунку його значення користуємося функцією ФРАСПОБР (0,01;6;14):

$$F\text{-квантиль} = 4,46$$

Таким чином, робимо наступні висновки щодо прийняття гіпотези:

$F \geq F\text{-квантиль}$, тобто гіпотеза $H_0 : D_{фактор} = D_{остат}$ відхиляється та приймається альтернативна гіпотеза, отже, рівняння лінійної регресії є значимим в цілому.

В результаті, з імовірністю 0,99% можна сказати, що одержана багатofакторна модель адекватна і її можна використовувати для визначення зв'язку між ознаками, що вивчаються.

Сучасна система підготовки фахівців сільського господарства має відповідати особливостям економічної системи і вимогам ринку та забезпечувати професіоналізацію підготовлюваних кадрів, яку можна визначити як досягнення професійного статусу або шляхом освіти, або шляхом отримання необхідних знань і навичок на практиці. Існуючі в аграрній сфері реалії поступово призводять до поліфункціональності сільськогосподарської праці, тобто багатогранної підготовки фахівця.

Різноманітні вимоги до фахівців аграрної сфери включають ділові властивості, що об'єднують в собі компетенцію і організаторські здібності, а також особисті риси, до яких відносяться вольові, морально-психологічні якості, вимоги до здоров'я і способу життя.

Ділові якості мають на увазі здатність фахівця знаходити у рамках своєї компетенції, наданих повноважень і засобів найкращий підхід до виникаючих ситуацій і оперативно приймати самостійно обґрунтовані рішення, послідовно забезпечуючи їх виконання.

Компетентність, тобто сума спеціальних знань і умінь глибоко і досконально володіти і користуватися ними як складова ділових здібностей визначається освітою (підготовкою) і практичним досвідом.

Сучасний фахівець аграрної сфери має бути підготовлений до діяльності у відповідній сфері в організаціях усіх форм власності і різної організаційно-правової форми і знати:

- ✓ основи загальнотеоретичних дисциплін в обсязі, необхідному для успішного виконання своїх функцій;
- ✓ спеціальні дисципліни, що охоплюють зміст, закономірності і особливості його професійної діяльності;
- ✓ законодавчі, нормативні документи, що стосуються його діяльності;
- ✓ особливості сільськогосподарського виробництва;
- ✓ сучасний стан і напрями науково-технічного прогресу у відповідній галузі;
- ✓ основні напрями галузі і можливі шляхи оптимізації і вдосконалення сільськогосподарського виробництва;
- ✓ основи планування і проектування виробничих процесів;
- ✓ дисципліни загальноекономічного циклу;
- ✓ теорію організації, загальні функції і методи менеджменту.

На основі отриманих знань для керівника або фахівця важливо уміти:

- ✓ працювати з літературою, складати нормативно-технічну документацію, готувати доповіді, користуватися іноземною літературою;

- ✓ використовувати теоретичні знання для вирішення практичних завдань;
- ✓ проводити необхідні розрахунки, здійснювати розробки і на практиці організовувати заходи щодо їх виконання;
- ✓ розробляти плани і програми необхідних досліджень;
- ✓ оцінювати дані статистичної звітності і бухгалтерського обліку по відповідних господарських операціях;
- ✓ організовувати і планувати, здійснювати поточний контроль і координацію діяльності, делегувати повноваження, вибирати виконавців і розподіляти обов'язки, інструктувати;
- ✓ розробляти варіанти рішення поставлених завдань;
- ✓ обґрунтовувати вибір оптимального варіанту, виходячи з реальних умов;
- ✓ володіти навичками пошуку, збору і використання інформації, впроваджувати інформаційні технології, економіко-математичні моделі;
- ✓ працювати на комп'ютерах і іншій оргтехніці;
- ✓ на практиці використовувати навички раціональної організації праці.

Організаторські здібності фахівця полягають у своєчасному ухваленні аргументованих рішень, узгодженні своїх задумів з умовами дійсності і забезпеченні їх виконання, умінні направляти, координувати, інструктувати і контролювати діяльність підлеглих, раціонально розподіляти роботу між співробітниками і домагатися реальної персональної відповідальності кожного за виконання доручених завдань, підтримці ефективної трудової мотивації, здатності йти на виправданий ризик в умовах невизначеності, обмеженості інформації і нестачі часу і активно використовувати зовнішні чинники і зміну обставин для досягнення мети.

Компетентний працівник з розвиненими діловими властивостями може виявитися нездатним виконувати свої професійні, а особливо управлінські функції, при нестачі особистих якостей, передусім вольових, що мають на увазі регулювання людиною своєї поведінки і діяльності, пов'язаних з подоланням внутрішніх і зовнішніх перешкод.

Для фахівця важливі:

- ✓ цілеспрямованість - уміння підпорядковувати свої дії поставленим цілям;
- ✓ наполегливість - уміння мобілізувати свої можливості для тривалої боротьби з труднощами;
- ✓ рішучість - уміння прийняти і утілити в життя швидкі, обґрунтовані і тверді рішення;
- ✓ ініціативність - уміння працювати творчо, діяти по власному почину;

- ✓ самостійність - уміння не піддаватися впливу різних чинників, які можуть відволікати від досягнення мети, критично оцінювати поради і пропозиції інших, діяти на підставі своїх поглядів і переконань;
- ✓ сміливість - уміння здолати страх і йти на виправданий ризик заради досягнення мети, незважаючи на небезпеку для власного благополуччя;
- ✓ витримка - уміння загальмувати дії, почуття і думки, що заважають здійсненню прийнятого рішення.

Саме відповідність вищеперерахованим вимогам забезпечує успішну діяльність фахівця в аграрній сфері.

5.2. Фактори конкурентоспроможності аграрних ВНЗ на ринку освітніх послуг

Питання підвищення конкурентоспроможності аграрних вищих навчальних закладів на сучасному етапі та необхідність їх стійкого розвитку в умовах фінансово-економічної нестабільності економіки є надзвичайно актуальними.

Проблема конкурентоспроможності ВНЗ є предметом дослідження таких учених і фахівців, як: Лазарев В.А., Мохначев С.А. [25], Пашенко Н.І. [33], Романова І.Б. [35], Фасхiev Х.А. [42], Фатхутдінов Р.А. [44] та ін. При цьому наукова невизначеність взаємозв'язку між окремими факторами, що впливають на конкурентоспроможність вищого навчального закладу, відсутність єдиного термінологічного апарату й системи оціночних показників перешкоджають формуванню комплексного підходу до забезпечення конкурентоспроможності вищого навчального закладу.

Будучи залежним від структурної моделі ринку, конкурентне середовище визначає і одночасно є наслідком розвитку конкуренції. Передумовою до участі в конкурентній боротьбі є конкурентоспроможність.

Ожегов С. І. термін конкурентоспроможність трактує, як здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам [30, с.98]. Дане визначення конкурентоспроможності не дає повного уявлення і не застосовується для оцінки конкретного товару або послуги.

Книш М. І. характеризує конкурентоспроможність як ступінь привабливості даного продукту, для споживача, який здійснює реальну купівлю [21, с.158]. Конкурентоспроможність, на його думку, пов'язана не з відмінними характеристиками безпосередньо товару, а з його привабливістю для клієнтів, які роблять покупку.

Фатхутдінов Р.А. дає наступне визначення конкурентоспроможності: це «здатність об'єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку» [43, с. 223]. Автор підкреслює, що товар або послуга є конкурентоспроможними або неконкурентоспроможними на конкретному ринку.

Забелін П.В. та Моїсєєва Н.К. дають визначення конкурентоспроможності як здатності приносити прибуток на вкладений капітал у короткостроковому періоді не нижче заданого, або як перевищення над середньостатистичним прибутком у відповідній сфері бізнесу [15, с.134].

Грошев В.П. тлумачить конкурентоспроможність як комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за ступенем і рівнем задоволення потреб покупців і витрат на його придбання та експлуатацію [24, с.21]. Дане визначення є найбільш повним, так як автор враховує витрати за весь життєвий цикл товару, але при цьому не враховує різну конкурентоспроможність товару на різних ринках в різний час і не обумовлює, як споживачем або продавцем оцінюється конкурентоспроможність.

Перелічені недоліки усунені у визначенні Швеця В.Є.: «конкурентоспроможність продукції є не що інше, як прояв якості продукції в умовах ринкових відносин і визначається здатністю продукції бути проданою на конкретному ринку, в максимально можливому обсязі і без збитків для виробника» [48, с.22]. Автор показав, що товар або послуга є конкурентоспроможними на конкретному ринку, їх продається більше ніж аналогів і при цьому продавець працює з прибутком, який в свою чергу є одним із показників ефективності роботи будь-якого суб'єкта ринкової економіки. Прив'язка товару або послуги до конкретного ринку обов'язкова.

Вищий навчальний заклад є діловою організацією, яка виступає оператором на регіональному ринку освітніх послуг і підкоряється тим же правовим і господарським нормам, що й інші учасники ринку. Виходячи з цього, підходи до визначення його конкурентоспроможності мають бути аналогічні тим, які використовуються стосовно до організацій, що функціонують в інших галузях матеріального виробництва і сфери послуг. Відмінності полягають лише в специфіці факторів, що визначають конкурентоспроможність.

Наприкінці 20-го сторіччя Пащенко Н.І. визначив, що конкурентоспроможність ВНЗ – це «його нинішні й потенційні здатності (можливості) щодо надання відповідного рівня освітніх послуг, які

задовольняють потреби суспільства при підготовці висококваліфікованих фахівців, а також потреби стосовно розробки, створення й реалізації науково-методичної і науково-технічної продукції як у теперішній час, так і в майбутньому» [33, с.89]. В даному визначенні автор не враховує порівняльні переваги ВНЗ за якістю, ціною послуг, що надаються, його іміджеві, фінансові та інші показники. Здатність надавати освітні послуги ще не означає, що ВНЗ буде здатний протистояти реальним конкурентам і забезпечувати достатній рівень конкурентоспроможності своїх освітніх послуг.

За визначенням Романової І.Б. «конкурентоспроможність - це властивість вищого навчального закладу, яка визначає частку релевантного ринку освітніх послуг, що належать даному ВНЗ, і можливість перешкоджати перерозподілу ринку на користь інших суб'єктів» [37, С.61]. У цьому визначенні враховується динамічний характер категорії «конкурентоспроможність». Відповідно до цієї точки зору конкурентоспроможність ВНЗ означає його здатність працювати в конкурентному середовищі при утриманні наявних конкурентних переваг, як мінімум, в незмінному вигляді, а краще - з позитивною динамікою. Можна стверджувати, що конкурентоспроможність є провідним показником господарсько-економічної діяльності ВНЗ, що визначає його сьогодення і перспективне стан на вибраних їм сегментах ринку.

Фатхутдінов Р.А. відзначає, що конкурентоспроможність ВНЗ - це «його здатність: 1) готувати фахівців, які витримують конкурентну боротьбу на конкретному зовнішньому або внутрішньому ринку праці; 2) розробляти конкурентоспроможні новачі в цій галузі; 3) вести ефективну відтворувальну політику в усіх сферах своєї діяльності» [44, с.37].

Лазарев В.А., Мохначев С.А. справедливо пропонують розглядати конкурентоспроможність вищого навчального закладу як комплексну характеристику ВНЗ за певний період часу в умовах конкретного ринку, що відображає перевагу перед конкурентами по ряду визначальних показників - фінансово-економічних, маркетингових, матеріально-технічних, кадрових та соціально-політичних, а також здатність ВНЗ до безкризового функціонування і своєчасної адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища [25, с.71]. У даному визначенні зроблено акцент на таких ознаках, що відображають сутнісний зміст поняття «конкурентоспроможність ВНЗ », як перевага перед конкурентами по ряду визначальних показників; функціонування ВНЗ в безкризовому режимі; здатність своєчасної адаптації ВНЗ до мінливих умов зовнішнього середовища, у тому числі, здатність ВНЗ задовольняти наявні і передбачувані вимоги споживачів.

Ми вважаємо, що під конкурентоспроможністю вищого навчального закладу слід розуміти таку системну організацію в часі і просторі людських, матеріальних і нематеріальних елементів діяльності ВНЗ, яка забезпечує йому перевагу в конкурентній боротьбі з іншими виробниками освітніх послуг.

Фактори, що визначають конкурентоспроможність освітньої послуги ВНЗ, поділяються на три групи: корисність (якість, відповідність нормативній базі); витрати споживача (ціна споживання); маркетингові фактори, що характеризують ефективність пропозиції (спосіб просування, канали реалізації та ін.) У світлі активізації дії цих факторів умовами формування конкурентоспроможності ВНЗ стають його адаптивність та інноваційність.

При визначенні адаптивності ВНЗ необхідно брати до уваги три ключових аспекти. Перший аспект пов'язаний із забезпеченням конкурентоспроможності ВНЗ як господарюючого суб'єкта. У цьому плані адаптивність припускає збереження економічної стійкості ВНЗ, тобто продовження освітніх, науково-дослідних, фінансово-господарських, управлінських та інших процесів, підтримку ефективності функціонування ВНЗ.

Другий ключовий аспект у визначенні адаптації пов'язується із зміною характеру відносин із зовнішнім середовищем. При зовнішніх збуреннях адаптивність ВНЗ повинна забезпечити його оптимальну поведінку в умовах, що змінилися, і пошук нових принципів взаємодії з представниками мікрооточення.

Третій аспект полягає у трансформації вищого навчального закладу - зміні організаційної структури, економічних механізмів, характеру бізнес-процесів. У контексті вказаних ключових аспектів адаптивність ВНЗ визначається як забезпечення конкурентоспроможності вищого навчального закладу в умовах зміни зовнішнього середовища шляхом зміни характеру відносин із зовнішнім середовищем і трансформації внутрішньої структури та бізнес-процесів у ВНЗ.

Інноваційність ВНЗ співвідноситься в дослідженні з його здатністю здійснювати продуктові і процесні новації, в тому числі у сфері управління ВНЗ. Продуктові освітні інновації реалізуються в нових освітніх послугах і наукових продуктах. Процесні освітні інновації втілюються в нових елементах, введених в навчальну, організаційну, управлінську, маркетингову діяльність ВНЗ.

Основні фактори конкурентоспроможності вищих навчальних закладів - адаптивність і інноваційність - перебувають у нерозривному зв'язку між собою: адаптивність характеризує реакцію організації на зміни зовнішнього

середовища, інноваційність - основу такої реакції, генерацію рішень, спрямованих на зміну діяльності шляхом освоєння нових елементів. Разом адаптивність і інноваційність визначають необхідні і достатні умови досягнення конкурентоспроможності ВНЗ. У створенні цих умов своє значення набуває деяка сукупність ресурсів, процесів та інструментів, що знаходяться в розпорядженні ВНЗ і визначають можливості, межі та ефективність його діяльності в умовах динамічної ринкової кон'юнктури.

Конкурентоспроможність ВНЗ також визначається мірою використання ними добросовісних і недобросовісних, цінових і нецінових методів конкуренції (табл. 5.5).

Таблиця 5.5

Методи конкуренції ВНЗ

Конкуренція вищих навчальних закладів		
Добросовісна		Недобросовісна
Нецінова	Цінова	
<ul style="list-style-type: none"> -використання іміджу ВНЗ; -розширення набору спеціальностей і послуг; -відкриття унікальних спеціальностей і послуг; - висока якість навчання і послуг; - гнучкі умови надання послуг; - реклама та маркетинг. 	<ul style="list-style-type: none"> - зниження цін за рахунок зменшення витрат 	<ul style="list-style-type: none"> - переманювання фахівців; - корупція; - тиск на постачальників ресурсів; - дискредитація якості послуг конкурента; - обман споживачів; - махінації із звітністю; - різке зниження цін.

Конкурентоспроможність на ринку в значній мірі залежить від потенціалу ВНЗ (науково-педагогічних кадрів, контингенту студентів, матеріальної бази, забезпечення навчального процесу і економічної і зовнішньоекономічної діяльності ВНЗ) (рис. 5.2).

З розвитком ринкових відносин в Україні, суспільна свідомість стала оперувати поняттями індивідуальності, відмінності, іміджу суб'єктів соціально-економічних відносин. В основу лягло розуміння конкуренції. Це дозволило ідентифікувати найбільш успішних суб'єктів в ринковому просторі. В умовах ситуації, що склалася, коли на ринку товарів і послуг пріоритетною характеристикою стає конкурентоспроможність, організація приділяє значення своєму іміджу.

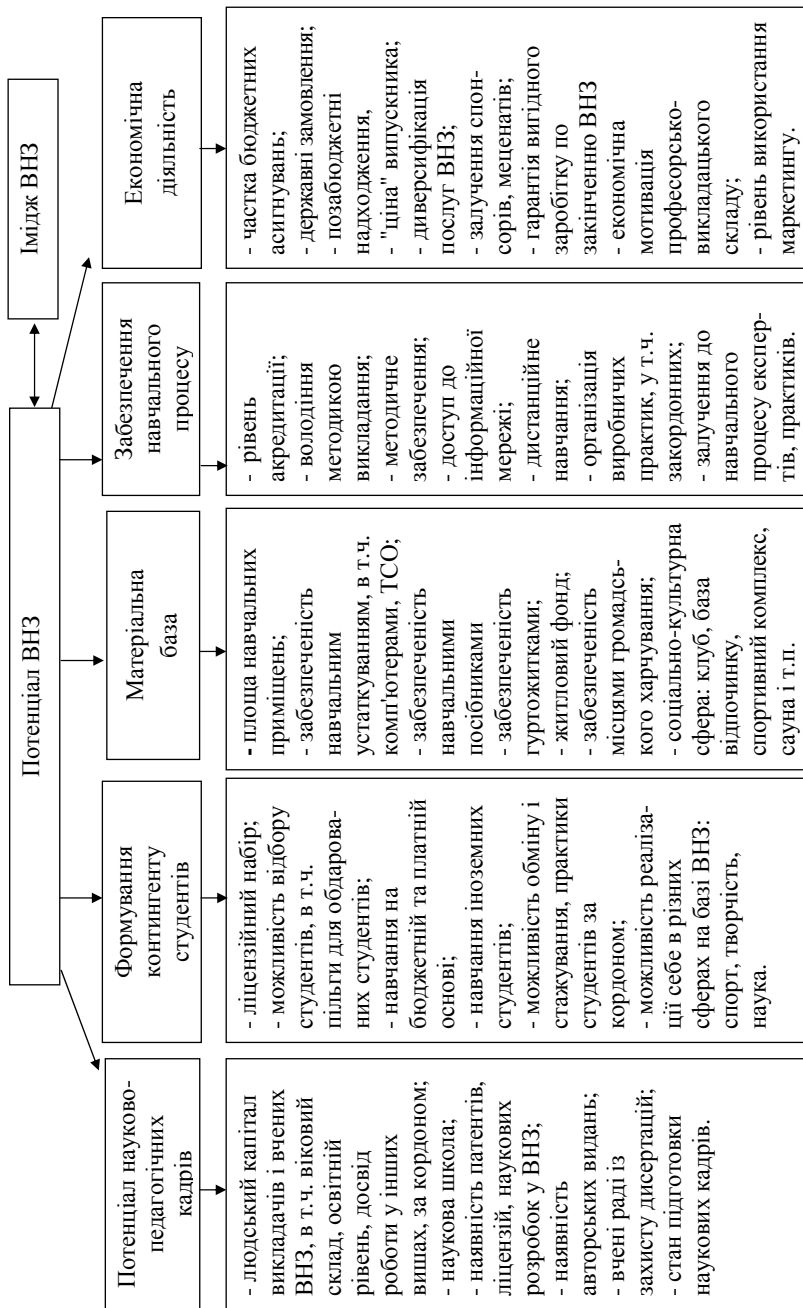


Рис. 5.2. Складові потенціалу ВНЗ

Реформування одного з елементів соціальної системи, а саме освіти, впливає не тільки на подальші перспективи розвитку цієї сфери, але і в тому числі застосування вищими навчальними закладами нових стратегій у галузі надання освітніх послуг, позиціонування вищого навчального закладу.

Визначальним чинником діяльності вищого навчального закладу є орієнтація на споживача, оскільки в умовах ринку ВНЗ тільки тоді може досягти своїх цілей, коли якнайкраще задовольнить вимоги споживачів.

Для забезпечення цього необхідно:

- постійно вивчати потреби ринку і освітні запити споживачів;
- прогнозувати попит на ринку освітніх послуг і управляти його формуванням;
- регулювати виробництво і надання освітніх товарів і послуг;
- формувати позитивний імідж навчального закладу.

Враховуючи вищесказане, можна відмітити три ланки маркетингової діяльності ВНЗ: вивчення освітніх потреб потенційних споживачів, розробку і здійснення комплексу маркетингових заходів і отримання прибутку.

Використовуючи маркетингові підходи, заклад вивчає коло освітніх потреб і пропонує механізми їх задоволення у вигляді розширення діапазону академічних занять: введення нових навчальних програм курсів, спецкурсів, факультативів і т.п.

Застосування маркетингу вищим навчальним закладом призводить до регулювання потреб для досягнення економічного і соціального ефекту від освітньої діяльності. Іноді заклад створює умови для формування нових освітніх потреб потенційних споживачів.

Проте проведення постійних маркетингових досліджень на ринку освітніх послуг і ринку праці, відособлено від усього комплексу маркетингу, не забезпечить ВНЗ конкурентного статусу на ринку, потрібний певний набір складових комплексу маркетингу. Комплекс маркетингових заходів є «видом соціальної технології, спрямованої на виявлення ефективних засобів управління ринком на основі об'єктивного розуміння ситуації на ньому» [48].

Така технологія є відповідним циклом маркетингового управління: аналіз (інформація за результатами маркетингових досліджень), планування (стратегічне, оперативне), організація виконання, мотивація, контроль за заходами, що проводяться, і отриманим прибутком, регулювання, інформаційне забезпечення.

Комплекс маркетингу (marketing-mix) ВНЗ складають наступні чотири основні елементи: Product - освітній товар (послуга); Price - ціна; Place - місце

надання послуги; Promotion - просування [23]. У маркетинговій діяльності вищого навчального закладу вивчаються, задовольняються і формуються нові освітні потреби споживачів. Механізмом, який реалізує цей процес, виступають освітні послуги, що надаються закладом.

Вищі навчальні заклади надають комплекс освітніх послуг, спрямований на задоволення потреб споживачів, пов'язані із зміною їх освітнього рівня або професійної підготовки і забезпечені ресурсами цього учбового закладу. Цей комплекс послуг називають освітньою програмою, яка одночасно є продуктом навчального закладу. Необхідно також відмітити, що об'єктом маркетингу є не просто послуги, а міра відповідності послуг потребам ринку праці або ринку освітніх послуг.

В основному, при виборі ВНЗ сьогоденний споживач звертає увагу на два основні показники: якість освітньої програми і витрати, пов'язані з придбанням і експлуатацією освітньої послуги. Питання ціни на основну освітню послугу - навчання - для деяких державних ВНЗ, які навчають велику кількість студентів по державному замовленню, не є найбільш актуальним. Визначення плати за навчання на комерційній основі в них не засновано на визначенні собівартості навчання студента по різних спеціальностях і формах, а встановлюється на основі середніх ринкових цін по регіону. Тоді як приватні ВНЗ, прагнуть забезпечити певний рівень рентабельності власної освітньої діяльності і тому проводять більш зважену політику в області ціноутворення. Проте низька ціна освітньої послуги може сформувати у свідомості споживача думку про низьку якість відповідної освітньої програми.

Місце реалізації освітньої послуги може стати важливим елементом маркетингу вищого навчального закладу. Часто у рамках окремих територій ВНЗ мають певну спеціалізацію, яка не дублюється іншими представниками ринку освітніх послуг. Виходячи з цього, ті освітні дисципліни, напрями навчання, які безпосередньо пов'язані із спеціалізацією цього ВНЗ на рівні території його розміщення, є його унікальними перевагами, які можуть бути використані в процесі його маркетингової діяльності.

Просування освітніх послуг ВНЗ припускає активізацію його комунікаційної і збутової політики. Потрібне постійне проведення комунікацій з використанням набору певних інструментів: реклами і інформації про освітні послуги і ВНЗ; дизайну і інших атрибутів бренду; назви ВНЗ; ціновій стратегії; стратегії розподілу; інтернет-маркетингу (сайт ВНЗ та ін.). Як додаткові інструменти можна використовувати: наукові конференції; олімпіади і конкурси; захисти дисертацій; результати діяльності лабораторій і науково-

дослідних інститутів; співпраця ВНЗ з іншими великими науково-дослідними центрами, у тому числі зарубіжними; дні відкритих дверей; діяльність громадських студентських організацій і їх заходу; контакти ВНЗ з органами влади різних рівнів; співпраця з провідними компаніями галузі, в яких ведеться підготовка студентів.

Активізація збутової політики, також може проявлятися в сприянні просуванню випускників на ринку праці. Одним з елементів такого сприяння, повинне стати визначення у ВНЗ відповідальних осіб, які б накопичували відомості про поточні потреби ринку праці, укладали б договори на проходження практики з можливим наступним працевлаштуванням студента на цьому підприємстві, допомагали б просуванню на ринок праці тих, хто закінчив навчання і усебічно сприяли в пошуку роботи студентів старших курсів, які прагнуть поєднати навчання і практичну діяльність.

Таким чином, сьогодні, коли більшість ВНЗ розглядають підвищення власної конкурентоспроможності лише в контексті надання якісних освітніх послуг, можна зробити висновок, що підхід є базовим, але в умовах загострення ринкової конкуренції, не може вважатися основним: для формування або утримання конкурентного статусу на ринку вишам необхідно будувати свою діяльність з урахуванням не тільки ринкової потреби у певній послугі, але і проводити активну комунікаційну політику, більш виважену цінову і збутову політику. Все це дозволить сформувати і підвищити імідж ВНЗ, який безпосередньо забезпечить його конкурентоспроможність.

Формування ефективного іміджу ВНЗ і його підтримку впливає не тільки на посилення позицій на локальному ринку освітніх послуг, але й у цілому дозволяє свідчити про рівень розвитку освіти в регіоні та в країні, що значною мірою позначається на іміджі українського освіти. І хоча більшість, наприклад, державних вузів в Україні мають певний імідж і репутацію, побудові іміджу рідко приділяється увага, але ж це рухома система, яку необхідно розвивати і підтримувати, адаптувати до умов, що змінюються.

Останнім часом все більше робіт вітчизняних і зарубіжних учених присвячено теоретичним і прикладним питанням побудови та практичного використання іміджу, репутації та бренду товару, фірми, країни, території і міста. Однак питанням теорії та практики формування іміджу ВНЗ ще не приділяється достатня увага, тому багато питань, переважно пов'язаних з істотною специфікою діяльності освітніх установ, залишаються недослідженими.

До наукового вжитку поняття «імідж» ввели в 1955 р. англійські дослідники В. Гарденер і С. Леві визначивши його як «сукупність знань, уявлень і передбачень людини про об'єкт з його оточення» [4, с.112].

Данчева О.В. та Шваб Ю.М. визначають імідж як «набір значень, завдяки яким будь-який об'єкт стає відомим і за допомогою яких люди певним чином описують його, запам'ятовують, ставляться до нього» [12, с.14], тобто автори також розглядають імідж як систему уявлень людей про об'єкт. Надані визначення говорять про імідж як про готовий результат – уявлення людей, не зазначивши, однак, хто і яким чином формує це уявлення.

Словник-довідник «Економіка і право» трактує імідж як «цілеспрямовано сформований образ (образ ділової людини, образ фірми, образ товару), що наділяє об'єкт певними властивостями і якостями» [48, с.387], тобто знов не визначено, хто або що формує цей образ.

Федько В.П. вважає, що імідж - це «образ, який допомагає закріпити у споживача звички, уявлення про продукцію» [45, с.383]. Він розглядає його як самопрезентацію, конструювання фірмою (людиною) свого образу для інших, тобто фірма чи людина самі створюють свій образ в очах спільноти.

У деякому сенсі з цією думкою погоджується Годін А.М., називаючи імідж «обличчям фірми» у «дзеркалі суспільної думки» [10, с.151]. При цьому він окреслює поле, в якому фірма впливає на суспільну думку говорячи про сформоване уявлення цільової аудиторії про діяльність і успіхи підприємства (фірми, компанії), яке надає постійне і динамічне вплив на взаємовідносини підприємства (фірми, компанії) з його реальними і потенційними клієнтами, його конкурентоспроможність, фінансові результати і контакти з державними установами.

Борисов А.Б. розвиває цю думку, говорячи, що імідж фірми це «репутація, престиж фірми, якість товару, точність виконання прийнятих зобов'язань, форми спілкування з клієнтами» [5, с.252].

«Сучасна економічна енциклопедія» ж вважає, що образи та уявлення формує виключно зовнішня подача інформації: «Імідж - представлення про речі та людей, що формується засобами масової інформації, включаючи рекламу» [7, с.197].

Ассель Г. додає до цього фактор власного споживчого досвіду: «Імідж - загальне сприйняття об'єкта, що склалося на основі інформації та минулого досвіду споживача» [3, с.780].

В розвиток наведених думок дуже цікавим і досить повним, на нашу думку, є визначення, надане у інтернет-ресурсі «Вікіпедія (вільна енциклопедія)» в якій

імідж трактується як «штучний образ, що формується в громадській чи індивідуальній свідомості засобами масової комунікації та психологічного впливу, який створюється (пропагандою, рекламою) з метою формування в масовій свідомості певного ставлення до об'єкта і може поєднувати як реальні властивості об'єкта, так і неіснуючі, приписувані» [8].

Визначення іміджу різними авторами дозволяє розглядати його як явище дуже важливе для сучасного суспільства, проте, на наш погляд, поняття «імідж» необхідно дослідити невідривно від об'єкта (організації, особистості). Це зумовлює необхідність визначення поняття «імідж ВНЗ». Поняття «імідж ВНЗ» в Україні з'явилося недавно, в середині 90-х рр. ХХ ст., коли стало ясно, що освіта є послугою, яка повинна задовольняти потреби суспільства поряд з багатьма іншими. У цей час, окрім державних установ, що послугу стали все більше надавати комерційні ВНЗ. Загострення конкуренції на ринку освітніх послуг стало передумовою до формування поняття «імідж ВНЗ». Крім того, імідж став невід'ємною частиною будь-якої організації що направляє свої дії на встановлення гармонійних відносин з громадськістю.

У 1990-2000-х рр. з'являються теоретичні обґрунтування іміджу ВНЗ, але їх достатньо мало. Крім того, на думку деяких авторів, вищі навчальні заклади необхідно розглядати як досить великі організації, що надають освітні послуги, і тому вони використовують поняття «корпоративний імідж ВНЗ». Так, Ізмайлова С.А. розглядає корпоративний імідж вузу як «систему уявлень і оцінок різних груп цільової аудиторії, що формуються на основі інформації про різні сторони діяльності навчального закладу - навчальної, наукової, виховної, суспільної - , що зберігається в їх пам'яті. Однак, невизначеність формулювання «груп цільової аудиторії» надає даній трактовці дещо загальний, неконкретний стосовно ВНЗ, вигляд. [18, с.8].

Аналогічне зауваження можна висловити до визначення іміджу ВНЗ, яке надає Дагаєва С.А., під яким вона розуміє «стійку, емоційно забарвлену думку про ВНЗ у групи людей на основі сформованого у них образу даної організації, який виник внаслідок або прямого контакту з ВНЗ, або на основі інформації, отриманої про цей ВНЗ з інших джерел». При цьому, позитивним тут є зазначені автором джерела виникнення громадської думки [11, с.26].

Васюков І.Л. и Волков А.Н. приводять наступне визначення корпоративного іміджу вузу - «це загальне уявлення, що складається з набору переконань і відчуттів, яке створюється у споживачів (реальних і потенційних) освітніх товарів та послуг про навчальну організацію» [6], тобто об'єктами впливу іміджу автори вважають споживачів товарів та послуг ВНЗ, під якими,

однак, можна розуміти студентів, абітурієнтів, їхніх батьків, роботодавців і т.п., залежно від трактовки поняття «освітні товари та послуги».

Дуже цікавою, на наш погляд, є визначення, надане Зв'язочкіним Ю.Ю., який трактує імідж ВНЗ як «збірний образ, що відображає позитивне враження, престиж, репутацію освітнього закладу, які цілеспрямовано чи мимоволі формуються і підтримуються інструментами раціонального та емоційного впливу на людей, окремі професійні і непрофесійні групи, широку публіку і громадськість, створює додаткові невідчутні споживачем цінності, сприяє досягненню успіху в справі, придбання конкурентних переваг і зміцнення позицій на ринку освітніх та наукових послуг» [16, с.34]. Однак, треба зазначити, що автор априорі говорить лише про бажаний позитивний, сприятливий імідж і його наслідки та здобутки для ВНЗ, хоча ні у якому разі не можна виключати можливість формування негативного іміджу.

На основі всього вищесказаного ми схильні визначати імідж вищого навчального закладу як збірний образ, що відображає враження, престиж, репутацію ВНЗ щодо його навчальної, наукової, виховної, суспільної діяльності, які природним чином або штучно формуються і підтримуються засобами масової комунікації та різними інструментами психологічного впливу на конкретних людей, цільові аудиторії споживачів освітніх товарів і послуг, окремі професійні і непрофесійні групи, широку громадськість. Імідж як образ і специфічна оцінка ВНЗ може розглядатися як оцінка цінності, корисності вишу з позицій покупця, споживача - реального чи потенційного - освітніх, науково-дослідницьких та інших послуг.

Позитивний (ефективний) імідж підвищує конкурентоспроможність ВНЗ на ринку освітніх послуг. Він привертає абітурієнтів і професорсько-викладацький склад, рівень викладання підвищується й відповідно підвищується рівень випускників. Це полегшує доступ закладу до різних ресурсів: фінансових, інформаційних, людських, матеріальних. За спрямованістю прояву можна відокремити зовнішній і внутрішній імідж вищого навчального закладу. Зовнішнім називається імідж, який виявляється у зовнішньому середовищі і орієнтований на споживачів освітніх послуг і партнерів.

Внутрішній імідж формується як враження про роботу та відносини між співробітниками закладу. Він спрямований на викладачів і студентів. Крім іміджу формуються норми, цінності, характер відносин у ВНЗ. Завдяки ефективному внутрішньому іміджу гуртується команда однодумців, що відрізняється від інших організаційною структурою, правилами, символікою, новаторством.

Таким чином, імідж ВНЗ складається з низки пов'язаних між собою елементів. Зокрема ми вважаємо доцільним виділити:

- імідж освітньої послуги - уявлення людей щодо якості освіти, престижності спеціальностей, спеціалізації, освітніх ступенів після закінчення ВНЗ, вартості послуги, рівня закордонних зв'язків, тощо;

- імідж споживачів освітніх послуг - включає інформацію про стиль життя, суспільний статус і деякі особистісні (психологічні) характеристики споживачів. У даному випадку, необхідно розглядати не уявлення, а реакцію та оцінку споживачів щодо іміджу ВНЗ;

- імідж товару – в якості товару тут виступають студенти, які оволоділи відповідними знаннями та навичками та представляють собою специфічний товар на ринку праці;

- внутрішній імідж ВНЗ - це уявлення викладачів і студентів про ВНЗ. Основними детермінантами його є культура організації та соціально-психологічний клімат, які включають систему духовних цінностей, наявність груп КВК та інших творчих груп, театру, технологічність освіти, інноваційність, фінансову стійкість, можливість отримання високої заробітної плати, стипендії;

- імідж ректора ВНЗ - уявлення про персональні характеристики (тип особистості, властивості характеру, якості особистості, фізичні особливості), соціальні параметри (освіта, біографія, стиль життя, система цінностей, суспільний статус); професійні якості (тип керівника і його статус у колективі, ступінь володіння професійними методами та технологіями управління колективом, наявність навичок стратегічного планування, організаторських умінь, здібностей до об'єктивної незалежної оцінки, прогресивному розвитку), а також про родину, оточення, дозвілля, інтереси;

- імідж персоналу - це збірний, узагальнений образ викладацького складу, включаючи професійну компетентність, мобільність, акуратність у виконанні посадових обов'язків, точність виконання роботи, інформованість, комунікабельність, правильність мови, соціально-психологічні та моральні характеристики викладачів;

- соціальний імідж - представлення широкої громадськості про соціальні цілі та роль ВНЗ в економічному, соціальному та культурному житті суспільства. Сюди включаються безкоштовне навчання дітей-інвалідів за допомогою дистанційних технологій, сиріт, відстрочка від армії, взаємодія з іншими структурами соціальної системи суспільства, наприклад, зі школами: укладення договорів про прийом медалістів, проведення вступних іспитів у школі, тощо;

- візуальний імідж - уявлення про ВНЗ, основані на зорових відчуттях, що фіксують інформацію про інтер'єр корпусів, аудиторій, фірмову символіку організації. Фірмовий стиль є основою при розробці філософії університету, при створенні внутрішнього та особистого іміджу. До візуального іміджу можна віднести і інтернет-представництво, коли ВНЗ позиціонує себе за допомогою якісно зробленого сайту, де можна знайти повну інформацію про його діяльність;

- бізнес-імідж - уявлення про ВНЗ як про суб'єкта ділової активності, де в якості складових виступають ділова репутація, знамениті випускники, докторантура, аспірантура, інноваційні технології, різноманітність факультетів, нові спеціальності, швидкість реагування на зміни.

За способом формування можна виділити 2 типа іміджу: природний і штучний. Перший складається стихійно у свідомості людей як «природний» результат діяльності, як оцінка характеристик і продуктів діяльності ВНЗ у соціальному середовищі. Другий формується цілеспрямовано, використовуючи спеціальні соціо- і психотехнічні засоби, в тому числі за допомогою PR-акцій, реклами та інших засобів маркетингу.

Імідж ВНЗ служить однією зі складових конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. Тому доцільно також охарактеризувати його з точки зору ринкової позиції іміджу, яка визначається сприйняттям іміджу, силою його впливу і позиціонуванням щодо конкуруючих з ним іміджів інших вищих навчальних закладів. Згідно такого підходу можна визначити:

- первинний імідж - це імідж, що лідирує на ринку послуг, займає міцну позицію, вважається зразком для наслідування, добре відомий, істотно впливає на переваги покупців;

- вторинний імідж - це імідж, який позиціонується як номер два, три, чотири і т.д. в ринковому секторі, але досить сильний, щоб здійснювати конкурентний тиск на первинний імідж. Такий ВНЗ має гарну репутацію, але покупцем оцінюється як не найкращий, тому його послуги купуються у разі, коли вибір кращого неможливий з тієї чи іншої причини;

- третинний імідж - імідж з невисокою цінністю і низькими конкурентні позиціями, пов'язаний з послугами середньої та низької якості, і відповідної низькою ціною послуг, який не володіє якими-небудь чітко вираженими відмітними ознаками і конкурентними перевагами.

Для добре відомих ВНЗ завдання побудови ефективного іміджу може здатися неважким, так як набутий раніше первинний імідж допомагає витримати конкуренцію. Проте зміни в зовнішньому середовищі можуть різко змінити розстановку сил і вплинути на імідж закладу.

Імідж ВНЗ можна класифікувати за критерієм зв'язку образу, що виникає, з об'єктом іміджу і суб'єктом сприйняття, використовуючи підхід, запропонований Джефкінсоном і Ядином [13, с. 35]:

1. Дзеркальний - імідж ВНЗ, який, на думку його керівників і працівників, сприймається за межами вишу. Це може бути ілюзією, обумовленою бажанням мати певний імідж, і такою, що сформувалася в результаті відсутності знання про зовнішні точки зору або нерозуміння їхньої сутності.

2. Поточний, або реальний - дійсний імідж закладу, в основі якого, можливо, лежить досвід або погана інформація і нерозуміння. Те ж саме можна сказати і про розуміння того, чим займається даний ВНЗ.

3. Бажаний, або ідеальний - імідж, який би ВНЗ хотів мати в очах громадськості; той імідж, якого менеджмент ВНЗ прагне досягти.

4. Різноманітний - сукупність іміджів структурних підрозділів і працівників вишу в очах громадськості. Окремі люди, філії або інститути можуть створювати свій особливий імідж, який може не співпадати з іміджем усього ВНЗ.

Також в літературі зустрічаються поняття іміджу позитивного або негативного, в основі яких лежать особливості тих рис ВНЗ, які йому приписують. Позитивні властивості є іміджевими характеристиками позитивного іміджу, негативні - негативного. Крім того, залежно від суб'єкта, відмічають внутрішній імідж (суб'єкт сприйняття - працівники ВНЗ) або зовнішній імідж (імідж ВНЗ в очах партнерів, споживачів, конкурентів і так далі)[4, 5].

Ефективне формування іміджу ВНЗ припускає набір основних характеристик - вимог, яким повинен відповідати імідж, запропонований Д. Бурстином [22, с. 310] та викладений нижче. Передусім, він має бути синтетичним, тобто в ньому в стислій, символічній формі повинні відображатися головні аспекти діяльності закладу і особливості його послуг.

Імідж має бути правдивим, тобто максимально наближеним до об'єкту. Це не означає, що усі особливості об'єкту іміджу в нім мають бути відбиті, проте закладу слід бути таким, яким він хоче бути в очах громадськості.

Імідж має бути пасивним, якщо імідж вже сформувався, він взагалі стає настільки важливою реальністю, що вона обумовлює поведінку закладу, а не навпаки. Спочатку імідж є подібністю ВНЗ, потім ВНЗ стає подібністю іміджу.

Імідж ВНЗ має бути яскравим і конкретним. Фахівці вважають, що образ закладу, краще сприймається громадськістю, коли він торкається її почуттів, відповідає її конкретним запитам і потребам.

Імідж ВНЗ має бути дещо спрощеним, оскільки просте краще сприймається і запам'ятовується.

Імідж ВНЗ має бути визначений не повністю, в ньому завжди має бути недовомленість, тоді його можна буде доповнити, розширити у бажаному напрямі.

Важливою особливістю іміджу як інформаційного явища представляється його динамічний характер: він повинен не лише підлаштовуватися під очікування аудиторії, але і увесь час мінятися, щоб задовольнити вимоги повністю. Саме тому виникає необхідність формування іміджу, його змін, коригування характеристик.

Таким чином, в основу формування іміджу ВНЗ мають бути покладені загальні принципи, застосування яких можливе для формування різних видів іміджу, та конкретні, які застосовні виняткового для цього виду іміджу.

До загальних принципів формування іміджу ВНЗ відносяться:

- принцип повторення, який спирається на властивості людської пам'яті: добре запам'ятовується та інформація, яка повторюється. Людям потрібен час, щоб зробити сприйняте повідомлення своїм;

- принцип безперервного посилення дії обґрунтовує нарощування аргументованого і емоційного звернення, наприклад: «Це тільки для вас» або «Ми працюємо для вас» і т. д. Поступове, але не вибухове, нарощування зусиль сприймається позитивніше. Це пов'язано з тим, що людина інтуїтивно опирається сплескам інформації. Коли інформація переходить поріг можливого, відбувається блокування каналів сприйняття і переробки інформаційного потоку, що поступає. Поступове і безперервне нарощування зусиль дії веде до бажаних зрушень;

- принцип «подвійного виклику» означає, що повідомлення сприймається не лише і не стільки розумом. Найважливішу роль грають підсвідомі психічні процеси, емоції людини. Щоб спонукати людину до дії, потрібно зробити йому «подвійний виклик», тобто звернутися до свідомості і підсвідомості. Отже, особливість дії іміджу, як і реклами, в зверненні до несвідомого, недоступного, але реального. Щоб зіграти свою роль, імідж ВНЗ повинен притягнути до себе увагу споживачів, направити їх активність в потрібному напрямі, а потім здійснити управління поведінкою людини.

До конкретних принципів формування іміджу ВНЗ відносяться:

- принцип побудови іміджу ВНЗ відповідно до очікувань, потреб, інтересів цільових аудиторій, які користуються освітніми послугами;

- принцип врахування при формуванні іміджу ВНЗ особливостей соціальної психології і психології особистості, буденної свідомості, ідеологічних переконань, культури, традицій, стереотипів і т.п.;

- принцип привабливості іміджу ВНЗ з метою формування позитивних емоцій;

- принцип індивідуальності іміджу ВНЗ;

- принцип постійного вдосконалення іміджу ВНЗ.

Необхідною умовою реалізації цих принципів є визначення сучасних вимог до формування бажаного іміджу ВНЗ, серед яких:

- адекватність - відповідність структурних компонентів та їх змісту сучасним вимогам, що пред'являються до іміджу ВНЗ; відповідність іміджу, який формується, тому, що об'єктивно склався і функціонує у вищому навчальному закладі; визначення невідповідності іміджу, який формується, тому, що об'єктивно склався і функціонує у вищому навчальному закладі в чітко позначених межах;

- гнучкість - наявність у ВНЗ структури, що дозволяє вносити коригування до існуючого іміджу ВНЗ; залучення керівного, професорсько-викладацького складу, співробітників, студентів (аспірантів) ВНЗ до роботи по зміні іміджу; новизна висунених педагогічних ідей, вживаних методів і засобів формування іміджу (повторення, адаптація, удосконалення, відкриття); наявність системи підготовки керівного, професорсько-викладацького складу до роботи по формуванню та розвитку іміджу ВНЗ;

- адресність - виявлення цільових аудиторій, що взаємодіють з ВНЗ; визначення спеціальної роботи з кожною цільовою аудиторією; відстежування динаміки взаємодії з цільовими аудиторіями;

- активність - виявлення залежності іміджу ВНЗ від змісту соціальних представлень і стереотипів цільових аудиторій; виявлення впливу іміджу ВНЗ на поведінку цільових аудиторій;

- цілісність представлення - виявлення окремих, ізольованих символів, які доповнюють у свідомості цільових аудиторій імідж ВНЗ; інтеграція окремих елементів, що працюють на формування іміджу ВНЗ; наявність цілісного іміджу ВНЗ;

- ресурсне забезпечення формування іміджу - наявність ресурсної інфраструктури, необхідної для проведення цієї роботи у ВНЗ; залученість професорсько-викладацького складу і студентів в науково-дослідну і організаційну роботу в сфері формування іміджу і її затребуваність.

Формування іміджу ВНЗ включає, передусім, систематизацію трансльованої інформації (вербальною і невербальною, символічною), вибір ефективних каналів комунікації, їх оцінку, і зрештою - позиціонування ВНЗ в освітньому, соціальному і бізнес-просторі регіону.

Враховуючи вищесказане, можна представити певну послідовність етапів формування [27, с. 17-19] та динаміку розвитку іміджу, що вже склався.

На першому етапі - це дослідницька діяльність, пов'язана з виявленням стереотипів і установок громадськості.

На другому і третьому етапах здійснюється аналітична діяльність, при якій створюється ідеальний імідж і визначаються конкретні засоби перетворення бажаного іміджу у реальність. З цим етапом пов'язано позиціонування ВНЗ, яке має на увазі, в першу чергу, виділення його із загальної маси ВНЗ, що здійснюють свою діяльність в тій же сфері.

При формуванні стратегії позиціонування надзвичайно важливо пам'ятати про те, що у свідомості споживачів освітніх послуг можна звільнити зовсім трохи «місця», а значить, про ВНЗ треба повідомити тільки найважливіше. Крім того, щоб зацікавити представників цільової аудиторії і зумовити запам'ятовування ними нових відомостей, необхідно зв'язати інформацію, що поступила, з тією, яка важлива та цікава для споживачів, і тим самим «полегшити» для них вибір на користь свого ВНЗ.

На четвертому етапі триває робота з іміджем, яка пов'язана такими технологіями, як візуалізація, вербалізація іміджу і «створення» подій.

Основними засобами візуалізації є телебачення (показ керівника, працівників або установи); фільми або відеофільми; фотографії (у газетах, журналах, листівках); особисті зустрічі представників ВНЗ з громадськістю, екскурсії, виставки, ярмарки, презентації; зовнішній вигляд ВНЗ; використання символів.

Вербалізація є деталізацією та акцентуванням певної інформації в ході виступів представників ВНЗ або при поширенні повідомлень в пресі. В даному випадку під вербалізацією розуміється те, як ВНЗ характеризує сам себе, і ефективність застосування цього інструменту для формування іміджу залежатиме від того, наскільки переконливо його представник зможе розповісти про ВНЗ, описати словами його образ.

У створенні іміджу не завжди потрібно задовольнятися подіями, які виникають спонтанно. Спеціальна подія заздалегідь планується, освітлює діяльність ВНЗ з позитивного боку і враховує інтереси цільових аудиторій. Подія влаштовується заради того, щоб про нього повідомили, у кращому разі -

для того, щоб перетворити його на традицію. Воно більш драматизується, ніж справжнє, добре організовано, доступно для спостереження, притягає глядачів і учасників. Про спеціальну подію заздалегідь інформують ЗМІ, вона повинне стати джерелом новин і, можливо, породити інші - аналогічні - події.

З п'ятим етапом пов'язана діяльність, спрямована на корекцію іміджу ВНЗ. Необхідність в корекції громадської думки виникає при негативному відношенні громадських аудиторій до ВНЗ. У такому разі основним завданням стає розробка заходів щодо нейтралізації недоліків і посилення достоїнств ВНЗ з метою підвищення привабливості його іміджу.

В даний час формування позитивного іміджу стає актуальною проблемою не тільки в політичній та діловій сферах, але й у діяльності викладачів вищої школи, завдання яких готувати висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців. Адже найчастіше імідж вищого навчального закладу формується на основі прямого контакту з викладачем, тобто кожен співробітник розглядається як «обличчя» ВНЗ, за яким судять про університет в цілому.

На жаль, в сучасному суспільстві, яке загубило багато колишніх орієнтирів, професія викладача університету втратила колишні висоти і необхідність її реабілітації не викликає сумніву, разом з тим до діяльності й особистості педагога вищої школи, як і раніше, пред'являються найвищі вимоги.

При цьому система професійної та післядипломної освіти приділяє достатньо уваги підвищенню кваліфікації викладача ВНЗ, його професійної компетентності. Але формування педагога як гармонійно розвиненого суб'єкта, у якого інтелектуальні якості вдало поєднуються з фізичної розвиненістю, зовнішньою привабливістю, гарними манерами і який володіє адекватною самооцінкою, часто залишається поза полем діяльності освітніх установ, тоді як останнє часто стає детермінантою формування успішної професійної діяльності. У цьому полягають основні протиріччя, що обумовлюють важливість глибокого наукового аналізу та вивчення особливостей іміджу викладача та умов його формування.

Імідж викладача вищої школи є гармонійною сукупністю зовнішніх і внутрішніх характеристик, що складають його структуру, включає типові та індивідуальні риси і визначає готовність і здатність викладача до взаємодії з суб'єктами освітнього простору.

Структура іміджу є основою для побудови динамічної моделі іміджу викладача. Серед важливих компонентів, що формують імідж педагога вищої школи, вирізняють його професійну компетентність і ерудицію, педагогічну

рефлексію, педагогічне мислення та імпровізацію, педагогічне спілкування, педагогічну техніку, екстеріорізацію та інтеріорізацію внутрішніх (Я-концепція, афірмації, цінності, знання) і зовнішніх (візуальний, аудіальний, ольфакторний образи) рис викладача, а також гармонію взаємодії його та культурно-освітнього середовища.

Все це є необхідною умовою адаптивних, виховних та освітніх цілей у процесі реалізації комунікативної (впливає на освіту особистості), інформаційної (сприяє взаєморозумінню), емотивної (сприяє виникненню позитивного емоційного стану), когнітивної (дає змогу адекватно оцінювати), конативної (орієнтує на співпрацю), креативної (веде до позитивних змін поглядів, поведінки та рис особистості студента) функцій іміджу.

Формування іміджу викладача вищої школи – це поетапний процес, ефективність створення якого обумовлена низкою умов: розвиток у викладачів інтересу до себе і до світу; усвідомлення викладачем необхідності формування позитивного іміджу; прояв власної активності педагога при роботі над своїм іміджем; знання вимог студентської аудиторії до особистості та діяльності викладача; виявлення початкового рівня розвитку якостей, що складають позитивний імідж викладача; оволодіння педагогом прийомами самопізнання і самооцінювання, а також навичками самоіміджування і проектування індивідуального іміджу; дотримання принципу систематичності при формуванні іміджу; дотримання принципу різноманіття форм і методів роботи з формування і корекції іміджу.

Таким чином, робота з кадрами є однією з основних умов успіху вищого навчального закладу. Оцінка будь-якого фахівця, викладача, науковця - це визначення їх професійних і особистих якостей, виходячи з їхніх функціональних обов'язків і цілей організації, виявлення рівня їх компетенції, інтелекту по заздалегідь встановлених критеріях і розроблених рекомендаціях.

Проведення періодичної оцінки дозволяє:

- ✓ визначати рівень компетентності фахівців,
- ✓ здійснювати перестановку кадрів з урахуванням їх компетенції і потенціалу;
- ✓ отримувати психологічний портрет співробітників;
- ✓ проводити ефективний підбір необхідних фахівців
- ✓ вивчати специфіку міжособових стосунків і психологічний клімат в колективі;
- ✓ визначати міру задоволеності і зацікавленості співробітників роботою у ВНЗ;

- ✓ знаходити способи залучення до роботи у ВНЗ і утримання цінних фахівців;
- ✓ побудувати ефективну систему мотивації трудової діяльності.

На практиці розроблено і апробовано безліч різних методик оцінки потенціалу і діяльності різних фахівців, науковців, керівників. Вони ґрунтуються на комплексі рис, особових і професійних якостей, які найбільш цінні з позиції підвищення ефективності діяльності самого фахівця (наукового працівника), підвищення якості підготовки студентів і рейтингу кафедри, факультету, ВНЗ в цілому [47].

У приведеній нижче адаптованій до специфічних умов наукової і викладацької діяльності методиці фахівці оцінюються з точки зору певних критеріїв (вимог), необхідних у відповідній сфері діяльності. Критерії ранжуються за своєю значимістю експертною групою, внаслідок чого кожному критерію привласнюється вага значущості і відповідна оцінка в балах.

Наприклад, запропоновані критерії, що представлені в таблиці 6 ранжуються таким чином: найбільша вага значущості - по 25% і, отже, найбільшу оцінку в балах мають критерії «знання і досвід» і «мислення». Критерій «професіоналізм» має вагу значущості 20% і оцінений в 200 балів. Критерію «ухвалення рішень» присвоєна вага значущості 15% і оцінка в 150 балів. Нарешті, критеріям «інформаційні зв'язки, контакти» і «персональні характеристики» присвоєна найменша вага значущості в ранжируемому ряду - 10 і 5 % і 100 і 50 балів відповідно.

Для вироблення критеріїв і відповідних ним ознак експертна група складає словник ділових характеристик. Ознаки ранжуються в межах, що відповідають кожному критерію. Наприклад, для критерію «Знання і досвід» експертною групою вибрано наступні п'ять ознак, професійні знання, досвід роботи в інших вишах, за кордоном, наявність наукового ступеня і звань, додаткові знання і досвід, знання іноземних мов.

Ці ознаки ранжуються експертною групою за значимістю: сумарна значущість рівна 100% і вона відповідає 250 балам. Відповідно до присвоєної ваги з пропорції визначають кількість балів, що відповідає кожній ознаці. Кожна ознака може мати декілька рівнів оцінки, відповідних мірі присутності цієї ознаки у конкретного керівника.

Таблиця 5.6

Рівні оцінки викладача

Критерій	Ваговий коефіцієнт критерію	Максимальна кількість балів	Ознака	Максимальна кількість балів по ознаках	Рівні					
					1	2	3	4	5	6
Знання та досвід	25	250	- професійні знання;	75	0	5	20	40	55	75
			- досвід роботи в інших вишах, за кордоном;	75	0	5	20	40	55	75
			- наявність наукового ступеня та звань;	63	0	5	20	40	50	63
			- додаткові знання та досвід; - знання іноземних мов.	25 12	0 0	3 2	8 3	15 8	20 10	25 12
Мислення	25	250	- здатність бачити головне;	75	0	5	20	40	55	75
			- адекватність та масштабність мислення;	75	0	5	20	40	55	75
			- нестандартність мислення та інтуїція;	37	0	5	10	25	30	37
			- інтелект; - обширність зв'язків з іншими предметами.	37 26	0 0	5 3	10 8	25 15	30 20	37 26
Професіоналізм	20	200	- якість викладання;	50	0	5	10	30	45	50
			- активність дослідницької роботи;	50	0	5	10	25	40	50
			- підготовка студентів, дипломників, аспірантів;	40	0	3	8	20	30	40
			- мобільність поповнення знань; - ораторська майстерність.	40 20	0 0	3 5	8 12	20 16	30 18	40 20
Ухвалення рішень	15	150	- точність оцінки наслідків;	45	0	3	8	20	30	45
			- швидкість прийняття рішень;	30	0	3	8	20	25	30
			- самостійність;	23	0	3	5	12	17	23
			- теоретична обґрунтованість; - практична значимість.	27 25	0 0	4 3	8 7	15 15	21 20	27 25
Інформаційні зв'язки, контакти	10	100	- вміле використання знань інших вчених;	30	0	3	8	20	25	30
			- зовнішня комунікативність;	30	0	3	8	20	25	30
			- внутрішня комунікативність;	25	0	3	8	15	20	25
			- використання інформаційних мереж.	15	0	1	4	8	10	15
Персональні характеристики	5	50	- ефективність праці;	15	0	2	3	8	12	15
			- участь у житті ВНЗ;	15	0	2	3	8	12	15
			- цілеспрямованість;	10	0	1	3	6	8	10
			- коректність поведінки;	10	0	1	2	3	4	5
			- авторитет серед колег та студентів.	5	0	1	2	3	4	5
Разом	100	1000		1000						

Як приклад, в табл. 5.6 приведені по п'ять ознак у кожному з шести критеріїв. Таким чином, кожен викладач оцінюється по 30 ознакам, що мають 6

рівнів оцінки. Максимально можлива кількість балів по усіх критеріях дорівнює 1000. Кожен викладач, що оцінюється, має шанс набрати S балів:

$$\sum_i \sum_j \sum_k (i, j, k)$$

де i – номер критерію ($i=1-6$);

j – номер ознаки у критерії (1-5);

k – значення рівня у ознаці ($k=1-6$)

Кожна ознака може мати декілька рівнів оцінки, відповідних мірі наявності цієї ознаки у конкретного фахівця. Професійні знання, наприклад, можуть мати рівні оцінок:

1 - не має необхідних професійних знань, досвіду, наукового ступеню;

2 - не має достатніх професійних знань і досвіду;

3 - має не дуже великі професійні знання;

4 - має достатні професійні знання, досвід; оцінювана ознака середньо виражена;

5 - має хороші професійні знання, оцінювана ознака досить виражена

6 - має великі професійні знання, з багатьох питань може дати вичерпні консультації, має багатий досвід викладання і наукової діяльності.

Алгоритм реалізації даної методики оцінки якостей викладачів представлений нижче (табл. 5.7).

Також для оцінки викладацького складу будь-якого вишу можна використовувати ряд досить простих і ефективних методів оцінки, зокрема графічну шкалу оцінки, метод впорядкування рангів, метод альтернативних характеристик, метод критичних випадків, метод попарного порівняння; метод примусового розподілу; рейтингові шкали, прив'язані до якості працівника, метод управління по цілях.

Графічна шкала оцінки є найбільш простим і популярним методом атестації співробітників і керівників різних рівнів. Метод шкалювання може проявляти себе в двох формах: метод градації і метод оціночних шкал з описом кількісної оцінки.

При методі градації оцінювачеві пропонується шкала з бальним визначенням значень показників, ці бали представляють міру вираженості показника. Даний метод не пов'язаний з великими витратами на розробку і тому зручний і економічний. Але при використанні цього методу має місце значна доля суб'єктивізму (числове позначення вираженості показника робить можливим широке поле інтерпретації у оцінювача).

Таблиця 5.7

Результати експертної оцінки викладачів

Критерій	Ознака	Оцінені фахівці					
		Професор	Доцент 1	Доцент 2	Старший викладач	Асистент 1	Асистент 1
Знання та досвід	- професійні знання;	75	75	55	40	20	20
	- досвід роботи в інших вишах, за кордоном;	55	55	40	20	20	0
	- наявність наукового ступеня та звань;	63	50	40	20	20	0
	- додаткові знання та досвід;	25	20	20	15	8	8
	- знання іноземних мов.	3	10	10	3	12	10
Мислення	- здатність бачити головне;	55	55	40	40	40	20
	- адекватність та масштабність мислення;	55	75	55	55	40	40
	- нестандартність мислення та інтуїція;	37	37	30	25	37	25
	- інтелект;	37	30	25	25	25	10
	- обширність зв'язків з іншими предметами.	26	26	20	15	8	8
Професіоналізм	- якість викладання;	40	40	40	25	25	25
	- активність дослідницької роботи;	50	30	30	10	10	30
	- підготовка студентів, дипломників, аспірантів;	40	30	30	20	20	8
	- мобільність поповнення знань;	40	30	40	30	30	30
	- ораторська майстерність.	18	20	16	18	12	5
Ухвалення рішень	- точність оцінки наслідків;	30	30	20	20	20	20
	- швидкість прийняття рішень;	30	25	25	20	25	8
	- самостійність;	23	17	12	12	17	12
	- теоретична обґрунтованість;	27	27	21	15	15	15
	- практична значимість.	20	15	20	20	15	7
Інформаційні зв'язки, контакти	- вмiле використання знань інших вчених;	30	20	20	20	8	8
	- зовнішня комунікативність;	25	20	20	8	20	20
	- внутрішня комунікативність;	15	20	15	25	15	15
	- використання інформаційних мереж.	10	10	15	8	15	10
Персональні характеристики	- ефективність праці;	15	15	12	12	8	8
	- участь у житті ВНЗ;	12	8	8	8	3	8
	- цілеспрямованість;	10	10	8	8	10	10
	- коректність поведінки;	4	5	5	3	4	4
	- авторитет серед колег та студентів.	5	5	4	3	2	1
Разом		875	810	706	543	504	385

Щоб мінімізувати суб'єктивізм при використанні методу градації використовується інший різновид шкалювання - метод оціночних шкал з описом кількісної оцінки. При цьому числові значення шкали інтерпретуються детальнішим описом образу дії, відповідної цьому числовому значенню. Відмінності полягатимуть в обсязі та мірі конкретизації окремих описів. Приклад використання цього методу представлений нижче (табл. 5.8).

Приклад шкалювання показника «співробітництво»

Показник «СПІВРОБІТНИЦТВО»			
1	2	3	4
Яскраво виражена схильність до співпраці; при цьому має власну думку і може позитивно впливати на інших; зважає на думку оточуючих, конструктивно сприймає критику.	Добра здатність до співпраці; має власну думку, яку цінують інші, зважає на думку оточуючих, позитивно сприймає критику.	Здатний до співпраці; власну думку ставить на перше місце, в цілому добре сприймається іншими, не завжди зважає на думку оточуючих та критику.	Показує невелику схильність до співпраці; утримується від вираження власної думки, лишається непомітним

У типовій графічній шкалі оцінки представлені якісні і кількісні характеристики (критерії). Кожному критерію відповідає рівень виконання (від незадовільного до відмінного). Рейтинг співробітника за конкретним критерієм виражається в певних чисельних значеннях, вказаних у шкалі оцінки, які потім підсумовуються і визначають рівень виконання професійної роботи.

Враховуючи те, що велику кількість загальних характеристик і чинників оцінити неможливо, доцільно виділяти лише найголовніші. Шкала оцінки складається окремо для кожної посади відповідно до штатного розкладу і враховує усі необхідні якості або операції, зазвичай, з зазначенням їх значущості для загального результату роботи. При формуванні оціночної шкали доцільно передбачити місце для коментарів, які дозволять відобразити не лише рівень виконання обов'язків, але і потенційні можливості, а також особливості конкретної особи, що займає цю посаду.

Метод впорядкування рангів доцільно використовувати в ситуаціях, коли співробітників необхідно зіставити по окремих значеннях шкали, які відповідаю двом градаціям. При цьому необхідно дотримуватися диференціації між співробітниками (наприклад, за шкалою розміру заробітної плати певної категорії співробітників). У рамках аналітичної оцінки по кожному показнику складається ранжований ряд. Сумарна (узагальнена) оцінка кадрів розраховується складанням окремих рангів.

Метод альтернативних характеристик відрізняється від попередніх тим, що він не використовує систематизовані способи виміру. Оцінювач пропонується перелік висловлювань про образ співробітника. Він відмічає відповідність або невідповідність конкретного висловлювання цьому образу.

Метод критичних випадків передбачає постійну фіксацію вдалих і небажаних випадків. Цю роботу відносно підлеглих виконує керівник відповідного підрозділу, а у відношення керівника - працівник кадрової служби. Причому важливо при цьому забезпечити об'єктивність оцінки і незалежність її від керівника, зазначивши це в особливих умовах контракту. Метод критичних випадків дає неспростовні факти про якість виконання обов'язків, тому допомагає об'єктивно оцінити роботу того чи іншого співробітника.

Найбільш прийнятним для оцінки професійних якостей викладача і їх відповідності передбаченим обов'язкам є метод шкалювання особистих якостей за допомогою рейтингових шкал. Найважливіший компонент оцінки - список завдань, які виконує оцінюваний фахівець. Оцінки проводяться по 7-бальній системі: 7 - дуже висока міра, 6 - висока міра, 5 - вище середнього, 4 - середній показник, 3 - нижче середнього, 2 - низька міра, 1 - дуже низька міра.

Вибір методу оцінки керівника і фахівців для кожної конкретної організації, кафедри, ВНЗ є унікальним завданням, вирішувати яку повинне керівництво спільно з кадровою службою. При оцінці якостей фахівців, особливо при прийомі на роботу, в зарубіжних фірмах часто використовується метод тестів. Такі тести підрозділяються на 4 групи: тести розумових здібностей, тести навичок і схильностей, професійні тести, тести індивідуальності.

Особливий інтерес представляє психологічне тестування. Особово-ділові, розумові, професійно важливі якості фахівців і викладачів можуть оцінюватися по наступних напрямках:

1. Особливості мислення: системність, динамічність, гнучкість, нестандартність мислення;
2. Розумові здібності: пам'ять, уважність, якість і форма запам'ятовування, здатність формулювати свої думки.
3. Інтелект: знання, профіль і рівень освіти, володіння іноземними мовами, якість викладання предмета.
4. Комунікативні здібності: ефективність взаємодії з людьми, гнучкість в спілкуванні, передбачення реакції людей на свої рішення і пропозиції, ведення переговорів.

5. Особисті якості: відповідальність при ухваленні рішень, ініціативність, адаптивність, мотивація до досягнення, готовність до навчання, здатність витримувати довгострокові стреси, фізичні і розумові навантаження та ін.

Кожна професійно важлива якість оцінюється за восьмибальною шкалою (табл. 5.9).

Таблиця 5.9

Шкала оцінки професійних якостей

Оцінка	Описання
«ВІДМІННО» (7)	Відповідь виключно сприятлива для вираженості якості. Вимагає додаткового обґрунтування експертів.
«ДОБРЕ» (6)	Відповідає сприятливій вираженості якості, свідчить про високий розвиток умінь і навичок, пов'язаних з цією якістю.
«ДОСИТЬ ЗАДОВІЛЬНО» (5)	Відповідає досить високому розвитку умінь і навичок, пов'язаних з цією якістю, якість може бути розвинена самостійно.
«ЗАДОВІЛЬНО» (4)	Свідчить про задовільні для діяльності уміння і навичках. Якість може бути розвинене самостійно.
«ДОСТАТНЬО» (3)	Свідчить про наявність відповідних цій діяльності умінь і навичок, що проявляються систематично. Якість може бути розвинена при відповідній підготовці.
«НЕЗАДОВІЛЬНО» (2)	Означає відсутність практичних умінь і навичок, пов'язаних з цією якістю, якість потребує розвитку, принципова можливість для цього при відповідній підготовці існує.
«НЕДОСТАТНЬО» (1)	Означає неможливість розвинути цю якість для її практичного застосування в діяльності. Вимагає додаткового обґрунтування експертів.
«НЕ ВИЯВЛЕНО» (0)	В ході діагностики якість не була виявлена, і зробити про нього досить обґрунтовані висновки неможливо.

Періодичність оцінки залежить від багатьох чинників: специфіки праці, терміну закінчення контракту, періоду робочого циклу, завершення роботи по кожному окремому завданню і т.п.

Окрім розглянутих вище методів оцінки, існує ще один різновид: метод без попереднього встановлення показників. Даний метод встановлює хід процесу оцінювання, але без попереднього визначення ознак оцінки. В процесі оцінки розробляються істотні і специфічні для посади вимірники результативності праці. Оцінювач стає більш незалежним і гнучким у виборі конкретних способів ведення оцінки. Основа даного методу полягає у вимірюванні результатів і ефективності праці співробітників, при якому встановлюється вклад працівника у досягнення цілей організації. Алгоритм реалізації методу можна представити таким чином:

- встановлюються цілі для кожного співробітника на конкретний період. При цьому визначається очікуваний трудовий вклад і, виходячи зі встановлених цілей, виробляються критерії оцінки на кінець цього періоду часу;

- після закінчення встановленого терміну оцінюються результати (як керівником вишу, факультету, так і самим співробітником). Введення самооцінки покращує інформаційну базу ділового оцінювання

- керівник вказує на можливості поліпшення і розвитку діяльності співробітника, а також спільно з ним визначаються цілі на новий період.

Оцінка результативності праці фахівців спрямована на реалізацію трьох цілей:

- адміністративної - проводиться перевірка для ухвалення рішення про підвищенні на посаді; заохочення, стягнення; направлення на навчання і перепідготовку; припинення трудового договору;

- інформаційної - виявлення сильних і слабких сторін професійної діяльності, коригування поведінки;-

- мотиваційної - результат оцінки сам по собі є найважливішим мотивом поведінки, а виявлення сильних сторін і інтересів фахівця дозволяє об'єктивно стимулювати працю і винагороджувати її.

У загальному вигляді оцінка результативності праці повинна включати наступні заходи:

1. Чітке формулювання вимог, що пред'являються до конкретного фахівця.

2. Формування критеріїв оцінки рівня компетенції, орієнтованої на виконання посадових вимог.

3. Комплексна (кількісна і якісна) оцінка праці.

4. Визначення відповідності посадових вимог і рівня компетенції оцінюваного фахівця.

5. Розробка механізму ув'язка результатів оцінки інтелектуальної праці безпосередньо викладача (науковця) з системою винагороди за працю, тобто з визначенням заробітної плати, пільг, заохочень і так далі.

Узагальненням викладеного може служити, на наш погляд середньозважений показник потенціалу фахівця (викладача):

$$Pc = \frac{\sum_{j=1}^8 (a_j \sum_{i=1}^n K_{ij})}{n}$$

де Pc - середньозважений показник оцінюваних якостей фахівців, бали;

$i=1, 2, \dots, n$ - кількість експертів;

$j=1, 2 \dots 8$ - кількість оцінюваних якостей;

a - вага j -ої якості фахівця з десятибальної системи (визначається окремо для кожної групи фахівців);

K_{ij} - оцінка i -м експертом j -ої якості фахівця за б-тибальною системою.

Для аналізу і оцінки потенціалу фахівця можна вибрати наступні якості (табл. 10):

- 1) Професіоналізм (освіта, науковий ступень, знання, досвід);
- 2) Здібності (талант, обдарованість, здатність до цього виду роботи)
- 3) Відношення до праці (відповідальність, ініціатива, дисципліна);
- 4) Особисті характеристики (сила волі, активність, самостійність, обов'язковість, оперативність і т.д.)
- 5) Темперамент (холерик, сангвінік, флегматик, меланхолік)
- 6) Здоров'я (хороше, задовільне, погане);
- 7) Вік;
- 8) Інтелектуальний і культурний рівень.

Таблиця 5.10.

Приклад оцінки професійних якостей викладачів

Експерти	Експертна оцінка якостей викладача							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Завідувач кафедри	4	3	3	4	3	5	4	4
Декан	3	4	5	4	3	3	2	5
Проректор	5	4	4	3	3	4	4	5
Представник Міністерства аграрної політики та продовольства України	4	3	3	3	4	4	4	5
Представник Міністерства освіти та науки України	3	4	4	3	4	3	4	4
Вага якості	10	9	7	5	4	7	4	10

Слід зазначити, що набір якостей і тим більше їх значимість для кожної групи фахівців свої і можуть варіюватися залежно від конкретних ситуацій. Нижче представлений приклад реалізації цього методу. Передусім, необхідно встановити умови оцінки: якість відсутня - 1 бал, якість проявляється дуже рідко - 2 бали; якість проявляється середньо (не сильно і не слабо) - 3 бали; якість проявляється часто - 4 бали; якість проявляється систематично - 5 балів. Далі експертним шляхом визначається значимість (вага) кожної якості за 10-тибальною шкалою.

Для даного прикладу інтегральний показник професійних якостей викладача складатиме:

$$P_c = \frac{10*19 + 9*18 + 7*19 + 5*17 + 4*17 + 7*19 + 4*20 + 10*22}{5} = 198,2$$

Отриманий показник порівнюється з аналогічним показником інших викладачів (кафедри, факультету, вишів-конкурентів). У приведеній значимості якостей викладача мінімальне значення показника його якостей дорівнює 56, середнє - 168, а максимальне з оцінками «відмінно» - 280 балам. Таким чином, професійні якості даного викладача можна оцінити вище середнього рівня.

Причинами, які визначають участь викладача в роботі, є бажання, можливості і кваліфікація, а також мотивація (спонукання).

Мотивація - це процес спонукання до діяльності для досягнення цілей. Чим вище зацікавленість фахівця в його роботі, чим повніше виправдовуються його очікування, тим вище віддача і результати його професійної діяльності. Для стійкої, високоефективної діяльності фахівців необхідні: розвинений зміст мотивів цієї діяльності, що забезпечує позитивне відношення до неї; достатня сила мотивів; їх стійкість, певна структура мотивів; певна їх ієрархія, в якій тільки взаємна зміна колективістських і процесуальних мотивів не веде до зміни ефективності діяльності. Іноді професійна діяльність мотивована тільки однією групою мотивів, але це позначається на її ефективності і стійкості.

Щоб досягти бажаних результатів в практиці викладання у ВНЗ, необхідно визначити і кількісно оцінити пріоритетний ряд мотиваторів, що впливають на роботу викладачів. До таких мотиваторів відносяться:

- ✓ можливість самореалізації;
- ✓ формування почуття причетності;
- ✓ можливість творчого зростання;
- ✓ впевненість у забезпеченості роботою;
- ✓ престижність професії;
- ✓ прийнятний рівень оплати праці;

- ✓ відносна фінансова стабільність;
- ✓ можливість створення кар'єри;
- ✓ наявність вільного часу;
- ✓ задоволеність умовами праці;
- ✓ можливість одержання додаткових доходів;
- ✓ пільги для родини;
- ✓ очікування вигіднішої альтернативи працевлаштування;
- ✓ соціально-психологічний клімат у колективі;
- ✓ можливість використання науково-дослідницької роботи студентів та аспірантів для особистих наукових цілей;
- ✓ можливість розширення потенційного кола «корисних» знайомств;
- ✓ незадоволеність альтернативними варіантами працевлаштування;
- ✓ доступ до новітніх досягнень науки;
- ✓ спілкування з закордонними фахівцями;
- ✓ професійна спадковість у родині.

Далі в роботі може бути використаний метод парних порівнянь на основі багатовимірного шкалювання Т. Сааті. [38] (табл. 5.11).

Дані значення і являють собою суб'єктивну оцінку імовірності, тобто, важливість кожного мотиватора на досліджувану систему. На основі проведених розрахунків вдалося чисельно оцінити міру впливу найбільш значимих чинників у системі мотивації викладачів та побудувати пріоритетний ряд по ступеню їх впливу (табл. 5.12), який наочно демонструє переваг матеріальних мотиваторів над нематеріальними.

Процес становлення нової системи освіти, орієнтованої на входження у світовий освітній простір, супроводжується змінами в педагогічній теорії і практиці навчально-виховного процесу. Пропонується інший зміст, інші підходи, інші відносини, інша поведінка. Випускники технікумів і коледжів, що навіть мають добрі та відмінні знання, не завжди успішно починають свою трудову діяльність. Причини цього різні, але найчастішими є нездатність вирішувати проблемні ситуації, невміння до кінця відстоювати свою точку зору, нездатність йти на компроміси, не прийняття колективом та інше.

Матриця парних суджень

№ пп	Мотиватори	№ пп																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	Самореалізація	1	5	1/7	1/5	1/3	1/5	1/3	3	3	1/3	1	3	1	1	1	1/3	1/2	1/4	3	1/4
2	Почуття причетності	1/5	1	1	3	3	1	1/5	3	5	3	1	1	3	5	4	2	1/5	2	3	1
3	Творче зростання	7	1	1	3	3	1	1/3	1	5	3	3	7	5	5	3	1/2	2	3	4	3
4	Забезпеченість роботою	7	1/3	1/3	1	5	3	1	7	9	7	9	7	9	5	1	5	4	2	3	3
5	Престижність професії	5	1/3	1/3	1/5	1	1/5	1	7	9	7	3	7	9	5	5	1/4	5	4	4	1
6	Рівень оплати праці	3	1	1	1/3	5	1	1	5	7	7	5	7	9	5	4	1/3	5	6	2	2
7	Фінансова стабільність	5	5	3	1	1	1	1	7	9	7	5	7	9	5	3	1/2	3	4	1	1
8	Створення кар'єри	3	1/3	1	1/7	1/7	1/5	1/7	1	3	3	3	1	3	1	1/4	3	4	5	4	4
9	Вільний час	1/3	1/5	1/5	1/9	1/9	1/7	1/9	1/3	1	1/5	1/5	1	1/7	1/5	2	1/3	1	1/3	1/4	1/2
10	Умови праці	1/3	1/5	1/3	1/7	1/7	1/7	1/3	5	1	1/5	1/3	1/5	1/3	2	1/4	1/3	1/2	1/2	1/2	1/2
11	Додаткові доходи	3	1	1/3	1/9	1/3	1/5	1/5	1/3	5	5	1	5	7	7	6	1	5	4	3	3
12	Пільги для родини	1	1	1/7	1/7	1/7	1/7	1/7	1/3	1	3	1/5	1	1/3	1	2	1/3	1/4	1/3	1	1/2
13	Очікування висхідної альтернативи	1/3	1/3	1/5	1/9	1/9	1/9	1/9	1	7	5	1/7	3	1	5	5	1/2	1	1/2	3	3
14	Клімат у колективі	1	1/5	1/5	1/5	1/5	1/5	1/3	5	3	1/7	1	1/5	1	1	2	1/5	1/4	2	1	1/4
15	Використання НДР студентів та аспірантів	1	1/4	1/3	1	1/5	1/4	1/3	1	1/2	1/2	1/6	1/2	1/5	1/2	1	1/5	1/5	1/2	1/4	1/3
16	«Корисні» знайомства	3	1/2	2	1/5	4	3	2	4	3	4	1	3	2	5	5	1	2	3	1	1/2
17	Незадоволеність альтернативою праці	2	5	1/2	1/2	1/5	1/5	1/3	1/3	1	3	1/5	4	1	4	5	1/2	1	3	2	1/2
18	Доступ до новітніх досягнень науки	4	1/2	1/3	1/2	1/4	1/6	1/4	1/4	3	2	1/4	3	2	1/2	2	3	1/3	1	1/2	1/2
19	Сплучення з закордонними фахівцями	1/3	1/3	1/4	1/3	1/4	1/2	1	1/5	4	2	1/3	1	1/3	1	4	1	1/2	2	1	1/4
20	Професійна спадковість	4	1	1/3	1/3	1	1/2	1	1/4	2	2	1/3	2	1/3	4	3	2	2	2	4	1

Таблиця 5.12

**Розрахунок ступеню впливу факторів та пріоритетний ряд
мотиваторів професорсько-викладацького складу ВНЗ**

Ранг	Мотиватори	Добуток по рядках, W	Значення $\sqrt[3]{W}$	Ступень впливу фактору
1	Впевненість у забезпеченості роботою	$1,75 \cdot 10^9$	2,898	0,1155
2	Прийнятний рівень оплати праці	$2,315 \cdot 10^8$	2,620	0,1044
3	Відносна фінансова стабільність	$1,042 \cdot 10^8$	2,517	0,1003
4	Можливість творчого зростання	$1,786 \cdot 10^7$	2,300	0,0917
5	Престижність професії	$9,261 \cdot 10^5$	1,988	0,0792
6	Можливість розширення потенційного кола «корисних» знайомств	$3,11 \cdot 10^5$	1,882	0,0750
7	Можливість одержання додаткових доходів	3266,7	1,500	0,0598
8	Формування почуття причетності	2332,8	1,474	0,0588
9	Можливість створення кар'єри	8,5	1,113	0,0444
10	Професійна спадковість у родині	8,28	1,111	0,0442
11	Незадоволеність альтернативними варіантами працевлаштування	0,26	0,934	0,0372
12	Очікування вигіднішої альтернативи працевлаштування	$2,858 \cdot 10^{-3}$	0,746	0,0297
13	Спілкування з закордонними фахівцями	$1,956 \cdot 10^{-4}$	0,662	0,0264
14	Можливість самореалізації	$2,53 \cdot 10^{-4}$	0,661	0,0263
15	Доступ до новітніх досягнень науки	$2,488 \cdot 10^{-4}$	0,660	0,0263
16	Соціально-психологічний клімат у колективі	$4,55 \cdot 10^{-7}$	0,482	0,0192
17	Пільги для родини	$1,062 \cdot 10^{-7}$	0,448	0,0179
18	Задоволеність умовами праці	$1,65 \cdot 10^{-8}$	0,408	0,0163
19	Можливість використання НДР студентів та аспірантів для особистих наукових цілей	$3,65 \cdot 10^{-9}$	0,379	0,0151
20	Наявність вільного часу	$2,45 \cdot 10^{-11}$	0,295	0,0118
	Разом	x	25,088	x

Якщо процес навчання буде заснований тільки на запам'ятовуванні і відтворенні інформації, то користі від цього буде мало. Сучасний етап розвитку вимагає переходу до нових інноваційних технологій в навчанні.

Досвід показує, що для якісної реалізації знань і умінь в умовах ринкових відносин необхідний перехід на інноваційне (розвивальне) навчання, так як традиційна педагогіка не завжди сприяє становленню і розвитку особистості, здатної успішно працювати в ринкових умовах.

Під інноваціями в освіті розуміється процес вдосконалення педагогічних технологій, сукупності методів, прийомів і засобів навчання. В даний час інноваційна педагогічна діяльність є одним з істотних компонентів освітньої діяльності будь-якого навчального закладу. І це не випадково. Саме інноваційна діяльність не тільки створює основу для створення конкурентоспроможності того чи іншого вишу на ринку освітніх послуг, а й визначає напрями професійного зростання педагога, його творчого пошуку, реально сприяє особистісному зростанню студентів. Тому інноваційна діяльність нерозривно пов'язана з науково-методичною діяльністю педагогів та навчально-дослідницької студентів.

Важливим компонентом інноваційного підходу до навчання є соціальне партнерство, тобто зв'язок навчального закладу з виробництвом. Це проведення уроків-екскурсій, уроків на виробництві, відвідування різних обласних семінарів, участь роботодавців в оцінці якості підготовки фахівців (Підсумкова державна атестація випускників), керівництво практиками, підготовка екзаменаційних питань і завдань з урахуванням конкретних вимог виробництва.

При проведенні теоретичних і практичних занять викладачі застосовують інноваційні прийоми і методи, що дозволяють активізувати освітню діяльність: гучне і тихе обговорення, аналіз конкретного прикладу, мозковий штурм, рольова гра, питання-відповідь, ілюстрована лекція, виїзне заняття, метод резюме і деякі інші. Використання інноваційних методів і прийомів дозволяє значно активізувати роботу учнів на заняттях і під час проведення позааудиторних заходів, а отже отримати краще засвоєння матеріалу.

Між тим, порівняно досвідчений викладач при особистому контакті відразу оцінює ступінь володіння матеріалом за непрямими ознаками (володіння термінологією, вільний перехід від однієї теми до іншої і т.п.).

Також важливого значення набуває тестування як засіб контролю та навчання. З неформальної точки зору, практичним завданням тестування є створення інструментальних засобів підтримки навчального процесу.

Задля цього необхідно розробити методику і техніку створення необхідної кількості рівних за складністю контрольних матеріалів для поточного контролю та навчання великої кількості учнів. Найважливішою особливістю тестів є можливість оперативної перевірки (краще прямо на місці проведення), що

дозволяє організувати зворотний зв'язок з учнем і використовувати ці матеріали саме для навчання, а також для самонавчання при дистанційній освіті. При цьому, тестування, як метод, не мислиться без результатів, що підтверджують якість його самого і якість оцінок виміру випробуваних студентів різного рівня підготовленості.

Важливим чинником у сприянні інноваційному навчанню студентів є і матеріально-технічна база, відповідна духу часу. Багато університетів досі оснащені комп'ютерами, які давно вже морально застаріли. Варто зазначити, що інноваційна освіта в університетах передбачає проведення занять в обладнаних аудиторіях, де можна наочно побачити всі досліджувані процеси. Таким чином, студент випробує теоретичні знання на практиці в стінах вищої школи, де є шанс під чуйним керівництвом викладачів виправити всі недоліки його роботи.

Впровадження новаторських технологій в аграрних університетах має проходити поетапно, при цьому обов'язково весь викладацький склад повинен відвідувати курси підвищення кваліфікації для того, щоб надавати студентам актуальну інформацію, яка буде корисна в реальному часі, а не читати багато років один і той же конспект. Теорія повинна підкріплюватися практикою, а молодий спеціаліст - вміти оперативно реагувати на всі зміни в його професії.

Проблеми сучасної вищої освіти багатомірні, і при їх вирішенні необхідно раціональне поєднання традицій та інновацій, так як система освіти більш інертна, ніж економіка і технологія. Але, тим не менш, розробка і реалізація інноваційних освітніх програм у вищому навчальному закладі має носити безперервний характер. Це єдиний шлях створення і формування фахівця для інноваційного суспільства.

Для вирішення завдань конкуренції, розвитку і виживання в сучасних економічних умовах вишам не лише необхідно постійно проводити моніторинг ринку освітніх послуг і оцінювати своє положення на цьому ринку, але також застосовувати методи стратегічного планування довгострокового прогнозування своєї діяльності. Зважаючи на вищесказане, очевидно, що необхідним є розвиток інструментів і процедур стратегічного менеджменту у сфері аграрної науки і професійної освіти, який обумовлюється, з одного боку, зростаючою мірою самостійності ВНЗ і їх свободи в розпорядженні фінансовими коштами, а з іншого боку, рівнем очікувань суспільства і держави, що різко збільшився, від результатів діяльності і послуг, що надаються установами цієї сфери.

Процес стратегічного планування у ВНЗ повинен кореспондувати із списком стратегічних пріоритетів країни в цілому і одночасно відбивати

потреби в розвитку і позиціонування конкретного вишу. Належне використання цього інструменту дозволяє керівництву ВНЗ отримати відповіді на наступні питання в області навчання і науково-дослідних робіт:

- межі ринку, на якому конкурує і здатний конкурувати ВНЗ: регіональний, національний або міжнародний;
- ключові конкурентні переваги ВНЗ: навчання, дослідження світового рівня, прикладні дослідження, взаємодія з бізнесом та ін.;
- визначення меж ринкової ніші у сфері професійної вищої освіти: підготовка бакалаврів, магістрів, підготовка, переважно, студентів зі своєї країни (чи регіону) або іноземних, традиційне або дистанційне навчання і т.п.;
- визначення областей і напрямів діяльності, в яких ВНЗ є лідером;
- виявлення джерел фінансування і визначення структури залежності ВНЗ від цих джерел;
- прогноз зміни ключових чинників зовнішнього середовища, що впливають на стійкість положення ВНЗ, в середньостроковій перспективі;
- доцільність змін в позиціонуванні ВНЗ: чи слід виходити на нові ринки або відмовлятися від якихось видів діяльності.

Центральним пунктом стратегічного планування у ВНЗ є визначення стратегічних цілей і завдань, котрі в більшості випадків конкретизуються в кількісних цільових показниках, які можна розділити на наступні основні групи:

- статистичні показники, що характеризують стан і цілі у сфері освіти (число студентів різних напрямів, кількість студентів, що закінчили курс у встановлені терміни і т.п.);
- показники, що характеризують результати освітньої діяльності (кількість випускників, які продовжили освіту в магістратах і аспірантурах; відсоток студентів, що влаштувалися на роботу впродовж півроку після випуску і т.п.);
- показники задоволеності студентів та випускників рівнем освіти (за даними національних опитувань і внутрішніх опитувань ВНЗ);
- показники якості наукової діяльності (обсяг зовнішнього комерційного і грантового фінансування, кількість публікацій, індекс цитування);
- показники зв'язків з місцевою спільнотою (кількість заходів, проведених для місцевої спільноти, суб'єктивні оцінки ролі університету в житті місцевої громади);
- показники інтернаціоналізації (кількість і частка іноземних студентів, чисельність зарубіжних викладачів, кількість міжнародних дослідницьких проектів і обсяг міжнародного фінансування, показники інтернаціональної

мобільності студентів, суб'єктивна оцінка ВНЗ міжнародним академічним співтовариством);

- місця ВНЗ в національних і міжнародних рейтингах;
- показники зв'язків з випускниками (кількість учасників асоціацій випускників, добродійні внески випускників і т.п.);
- показники забезпеченості ресурсами (забезпеченість комп'ютерами та доступ в Інтернет, обладнання аудиторій і лабораторій, показники оновлення бібліотечних фондів, доступ до електронних бібліотек і т.п.);
- показники задоволеності студентів і викладачів інфраструктурою і супутніми послугами університетів;
- показники економічної ефективності (зниження окремих видів витрат, показники фінансової стійкості, диверсифікація джерел доходів і т.п.);
- введення в дію певних об'єктів (будівництво будівель, відкриття дослідницьких центрів і т.п.);
- соціальні показники (кількість і частка студентів з певних соціальних або національних груп, доступ до освіти студентів з обмеженими можливостями і т.п.);

Стратегічні плани ВНЗ повинні містити і комплекс заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей і завдань, визначення відповідальних за напрями діяльності або досягнення певної мети.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності аграрних ВНЗ як стратегія передбачає ще вищий рівень відповідальності їх керівництва за результати своєї діяльності і вимагає чіткої перспективи і спрямованості, а також ухвалення обґрунтованих управлінських рішень, реалізація яких сприяла б забезпеченню конкурентоспроможності випускників вишу на регіональному, загальнодержавному і міжнародному рівнях, підвищення професійного рівня професорсько-викладацького складу, поліпшення усіх показників функціонування ВНЗ в порівнянні з попередніми періодами, впровадження інноваційних підходів, принципів, методів і технологій діяльності та забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками освітнього процесу.

Список використаних джерел

1. Алексюк А.М. Педагогіка вищої освіти України: Історія. Теорія: Підручник для вузів / А.М. Алексюк – К.: Либідь, 1998. – 436 с.

2. Ануфрієв М.І. Вищий заклад освіти МВС України: Науково-практичний посібник/ М.І. Ануфрієв., О.М.Бандурка, О.Н. Ярмиш - Х.: Ун-т внутр. справ, 1999. - 369с.
3. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г. Ассэль - М.: ИНФРА-М, 2001.-804 с..
4. Бинецкий А.Э. Паблик рилейшнз: защита интересов и репутации бизнеса / А.Э. Бинецкий. - М.: Изд-во «ЭКМОС», 2003.- 240 с.
5. Борисов А.Б. Большой экономический словарь /А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2003.- 895 с.
6. Васюков И.Л. Деловая репутация и имидж вуза как условие и результат качественного образования / И.Л. Васюков, А.Н. Волков. - 2008. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.proza.ru/texts/2004/1/2/22-194.html>
7. Вечканов Г.С. Современная экономическая энциклопедия / Г.С.Вечканов, Г.Р. Вечканова– СПб.: Лань, 2002. – 880 с.
8. Википедия: свободная энциклопедия [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
9. Галузинский В.М. Педагогика: теория и история: Уч. пособие / В.М.Галузинский, Н.В. Евтух. – К.: Вища школа, 1995.-237 с.
10. Годин А.М. Брендинг: учеб.пособие./ А.М. Годин. – М.: Дашков и Ко, 2006.-424 с
11. Дагаева Е.А. Управление имиджем вуза /Е.А. Дагаева // Управление персоналом.- 2005. - № 3.- С. 26–28.
12. Данчева О.В. Одиночество: Социально-психологические проблемы. / О.В. Данчева, Ю.М. Швалб. – К.:Україна, 1991.- 272 с.
13. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина - Уч. пос. для вузов. / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 416 с.
14. Економічний словник [Електронний ресурс] Режим доступу: http://mirslovarei.com/content_eco/CIKL-UPRAVLENIA-7880.html.
15. Забелин П.В. Основы стратегического управления /П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. - М.: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 1997. – 195 с.
16. Звездочкин Ю.Ю. Имидж-система университета / Ю.Ю. Звездочкин, Б.Ю. Сербиновский. – Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2009. – 266 с.
17. Зверева Н.В. Развитие маркетинговых исследований в высшей школе/ Н.В. Зверева // Управление персоналом. 2007 - №8.- С.93-94.

18. Измайлова Е.А. Формирование маркетинговой коммуникационной политики и позитивного имиджа вуза на рынке образовательных услуг. Автореф. диссертации кандидата экономических наук / Е.А. Измайлова. - СПб, 2005.- 18 с.
19. Кайдашова А.К. Методика оценки зависимости потребительского спроса на услуги высшей школы от различных факторов/ А.К. Кайдашова // Маркетинг и маркетинговые исследования. -2010. -№ 4.- С. 338-349.
20. Каширина И.Б. Экономико-математическая модель прогнозирования спроса на образовательные услуги / И.Б.Каширина, В.Г.Мыслик // Моделирование систем. - 2002. - №2(4). –С.46-53
21. Кныш М.И. Конкурентные стратегии. Учебное пособие./ М.И. Кныш. - СПб: Санкт-Петербургский ун-т экономики и финансов, 2000. - 284 с.
22. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз / В.Г. Королько - М., Рефл-бук, К.,: Ваклер, 2000. - 528 с.
23. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2007. - 656 с.
24. Краткий словарь менеджера / Под ред. В.П.Грошева. – М.: Главная редакция международного журнала «Проблемы теории и практики управления», 1991. – 72 с.
25. Лазарев В.А. Конкурентоспособность вуза как объект управления. Монография / В.А.Лазарев, С.А. Мохначев. - Екатеринбург: Пригородные вести. - 2003. - 160 с.
26. Лодатко Е. Моделирование образовательных систем в контексте ценностной ориентации социокультурного пространства / Е. Лодатко // Научно-культурологический журнал.- 2008.- №1 (164).- С. 2-3.
27. Місюра Л.А. Робота з іміджем як базове завдання в системі ПР / Л.А. Місюра // Маркетинг в Україні. - 2002. - №5. - С. 17-19.
28. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід [Текст] / Т.Є. Оболенська. – К.: КНЕУ, 2001. – 208 с.
29. Огаренко Т.Ю. Аналіз особливостей попиту на освітні послуги з метою прогнозування / Т.Ю. Огаренко // Вища школа: наук.-практ. видання. – К., 2009. – № 10. – с. 86-98.
30. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка./ С.И.Ожегов, Н.Ю. Шведкова. -М.: Азбуковник, 1999. – 944 стр.
31. Опря А.Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань). Навч. посіб. / А.Т. Опря. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 448 с.

32. Офіційний сайт ДУ «Науково-методичний центр інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності ВНЗ «Агроосвіта» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.smcae.kiev.ua>
33. Пашенко Н.И. Конкурентоспособность вузов и стратегий их деятельности в условиях региональной конкуренции : дис. ... канд. экон. наук / Н.И. Пашенко.- Уфа, 1999. -190 с.
34. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. / Е.Б. Перельгина. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 223 с.
35. Плинокос Д.Д. Трансформація моделей освіти для формування сучасної економіки знань [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.confcontact.com/2009new/11-plinokos.php>
36. Почепцов Г.Г. Имиджология/ Г.Г. Почепцов - К.: Ваклер, 2001.- 698 с.
37. Романова И.Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения / И.Б.Романова. - Ульяновск: Средневожский научный центр. - 2005. - 140 с.
38. Саати Т. Аналитическое планирование. Организация систем. Монография / Т. Саати, К. Кернс. – М.: Радио и связь, 1991. – 224 с.
39. Семенюк С.Б. Оцінка кон'юнктури ринку послуг вищої освіти в Україні: стан і проблеми / С.Б. Семенюк // Економіка розвитку, 2007.- №1(41).- С.116-117.
40. Теория статистики: Учебник/ Под ред. Г.Л. Громыко. - М.: ИНФРА-М, 2010. – 414 с
41. Теория статистики: Учебник/ Под ред. Р.А. Шмойловой. - 4-е изд. - М.: Финансы и статистика, 2004. – 656 с.
42. Фасхиев, Х.А. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг / Х.А. Фасхиев, И.М. Гараев [Электронный ресурс] // Информационные и социально-экономические аспекты создания современных технологий: Онлайн-научно-технический журнал. – Набережные Челны, 2004. №15. – Режим доступа : <http://kampi.ru/scitech/base/nomer15/>
43. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник / Р.А.Фатхутдинов. - М.: Дело, 2001. – 448 с.
44. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью вуза / Р.А.Фатхутдинов. // Высшее образование в России. - 2006. - 9. - С. 37-38.
45. Федько В.П. Маркетинг / В.П. Федько. – Ростов-н/Д: Высший бал, 2005. – 416 с.
46. Цой М.Е. Факторный анализ рынка образовательных услуг / М.Е. Цой, В.Ю. Щеколдин // Маркетинг. - 2010. - №5. – С.97-105.

47. Черемисина С.Г. Методика исследования состояния интеллектуального потенциала./ С.Г.Черемисина, А.П.Педченко. – Симферополь: Изд-во «Таврия», 2000. – 108 с.
48. Швец В.Е. Об управлении конкурентоспособностью продукции на предприятии / В.Е. Швец. – Л.: ЛДНТП, 1990. – 28 с.
49. Экономика и право: словарь-справочник / Авт.-сост. Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2004. - 1072 с.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	3
РОЗДІЛ 1. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (Андрєєва Л.О.).....	5
1.1. Передумови здійснення стратегічного планування діяльності м'ясопереробних підприємств.....	5
1.2. Дослідження процесу стратегічного планування діяльності м'ясопереробного підприємства.....	16
1.3. Методичні аспекти реалізації стратегій діяльності м'ясопереробних підприємств.....	26
1.4. Обґрунтування вибору варіанта стратегічного плану діяльності підприємства.....	44
Список використаних джерел.....	55
РОЗДІЛ 2. ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА (Болтянська Л.О.).....	58
2.1. Теоретичні аспекти формування і розвитку ринку продукції садівництва.....	58
2.2. Основні напрями розширення ринку плодів і підвищення ефективності виробництва.....	73
2.2.1 Розвиток, розміщення та ефективність виробництва продукції садівництва.....	73
2.2.2 Економічна оцінка сортів різних плодово-ягідних культур....	82
2.2.3 Економічна ефективність інтенсивної технології виросування садів промислового типу.....	84
2.2.4 Шляхи підвищення економічної ефективності виробництва плодів і ягід.....	88
2.2.5 Механізм формування ціни на плодovu продукцію.....	94
Список використаних джерел.....	102
РОЗДІЛ 3. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (Грицаєнко М.І.).....	104

3.1. Інноваційна діяльність як процес.....	104
3.2. Методичні підходи до розгляду розвитку та ефективності інноваційної діяльності.....	123
Список використаних джерел.....	141
РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СФЕРИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ (Завадських Г.М.).....	
4.1. Економічна оцінка аграрної сфери України.....	154
4.2. Проблеми інвестування та розвитку АПК України.....	160
4.3. Іноземне інвестування в АПК України.....	175
4.4. Проблеми та перспективи інвестиційної стратегії АПК України.....	195
Список використаних джерел.....	206
РОЗДІЛ 5. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ (Педченко Г.П.).....	
5.1. Стан та розвиток ринку аграрної освіти.....	208
5.2. Фактори конкурентоспроможності аграрних ВНЗ на ринку освітніх послуг.....	227
Список використаних джерел.....	263

Наукове видання

Андрєєва Лариса Олександрівна
Болтянська Лариса Олексіївна
Грицаснко Микола Ігорович
Завадських Ганна Миколаївна
Педченко Ганна Павлівна

**Науково-прикладні основи ефективного розвитку
аграрного сектору економіки**

Монографія

Підписано до друку 31.03.2014. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 15,69.
Наклад 1000 прим. Зам. № 315.

ТОВ «Видавничий будинок
Мелітопольської міської друкарні»
Св. ДК № 1509 від 26.09.2003 р.
72312, м. Мелітополь, вул. К. Маркса, 21/23.
тел.: (06192) 6-55-16, (067) 701-68-39
e-mail: mmdprint@mail.ru

Надруковано з оригіналу-макету
ППП Плотникова Л.П.