

країни найчастіше залишаються не втіленими в життя та спонукають молодь шукати інвесторів та можливості в інших країнах. Через це Україна втрачає можливість бути країною з розвинутою економікою та активним молодим поколінням.

Важливою перешкодою на шляху розвитку національної економіки є недостатній рівень розвитку сільського господарства, яке потребує інноваційних бізнес-ідей й молоді. Підкреслимо, що сучасний агробізнес в найближчому майбутньому, через зміну клімату може стати одним із найприбутковіших видів діяльності. Молодь, маючи комфортні умови життя в сільській місцевості, частіше буде залишатися та розвивати фермерство або туристичну діяльність. Натомість на реалії сьогодення свідчать про відсутність сільській місцевості належних умов для самореалізації молоді та розвитку їх креативних ідей.

Отже, маючи талановите молоде покоління, потрібно докладати максимум зусиль, щоб стримувати міграційні процеси молоді та допомагати розвивати власний бізнес. Для покращення реальної ситуації в країні потрібно зробити такі: по-перше, реформувати податкову, пенсійну системи, що сприятиме активізації господарської діяльності в умовах євроінтеграції; по-друге, удосконалити законодавчу базу для адаптації до європейських норм з метою стимулювання молодіжних бізнес-ініціатив; по-третє, покращення інвестиційного клімату, що дає можливість створити більше робочих місць, впроваджувати нові технології.

Таким чином, удосконалення державної політики щодо підтримки ініціативи молоді в сфері бізнесу за досвідом ЄС, сприяє самореалізації та розвитку сучасного покоління зокрема та економіки загалом, вирішуючи ключові соціальні проблеми суспільства.

Джерела та література

1. Конкурс «Молодіжна столиця Європи». URL: <http://youthcapital.org.ua/euro/yevrodosvid/> (дата звернення: 18.10.2020).
2. Естонський стартап завоевав в Європе титул лучшего молодежного предприятия. URL: <https://m.rus.delfi.ee/economy/article.php?id=87641843> (дата звернення: 18.10.2020).
3. Офіційний сайт конкурсу «Молодіжна столиця України». URL: <http://youthcapital.org.ua/> (дата звернення: 18.10.2020).
4. Три платформи для розвитку молодіжного соціального бізнесу. URL: <https://www.gurt.org.ua/news/resent/28861/> (дата звернення: 18.10.2020).

Бондаренко К. – студентка 4-го курсу

Науковий керівник: д. е. н., доц.

В. Нехай

Таврійський державний

агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

м. Мелітополь, Україна

Роль логістичного аутсорсингу в реаліях сучасного бізнесового середовища

Постановка проблеми. З огляду на неперервну зростаючу конкурентну боротьбу в ринковому середовищі, спрямованість провідних представників бізнесу до скорочення розміру понесених сукупних витрат, виникає тенденція зосередження переважної долі зусиль і винесення на домінуючу позицію основної безпосередньої діяльності, тоді як другорядні супровідні функції: ведення бухгалтерії, здійснення транспортних перевезень і організація логістичних операцій передають на аутсорсинг.

Актуальність теми. Наразі значна кількість українських компаній торговельної галузі для вирішення логістичних завдань звертаються за допомогою до аутсорсингу. Послуги логіс-

тичного аутсорсингу будуть корисними і для відносно малих підприємств, які мають на меті зростання, розширення виробничих потужностей та вихід на національну арену, і для масштабних організацій, які взяли курс на зниження собівартості продукції, що випускається, у якості засобу підвищення ефективності виробництва.

Проблематику такого поняття як аутсорсинг розглядали у своїх працях наступні вчені: Б. Анікін, Дж. Хейвуд, С. Календжян, ін. Проте, аутсорсинг у сфері логістики відрізняється своєю новизною і потребує всебічного вивчення, особливо його застосування у вітчизняній практиці.

Основні матеріали дослідження. Логістика найчастіше не являється головною бізнес-компетенцією сучасних вітчизняних підприємств, а на додаток потребує вкладення немалих фінансових ресурсів на утримання окремого відділу, зайнятого розв'язанням логістичних задач. Саме тому набагато доцільніше звернутися до кваліфікованих фахівців, які спеціалізуються у конкретній області, заключивши договір з третьою стороною, чим і обумовлюється механізм аутсорсингу [1, 282].

Логістичним аутсорсингом називають процес передачі певних логістичних функцій в повному їх розмірі або частково, наприклад, транспортування і складування, управління запасами, підрядчику (аутсорсеру), котрий має у своєму штаті відповідального за логістику оператора з належним досвідом, достатнім грошовим потенціалом у власному розпорядженні та інфраструктурою для виконання необхідних операцій на договірній основі [2, 199].

Логістичний аутсорсинг складається із нижчеперелічених елементів:

- 1) транспортна логістика – вибір найкращого маршруту по доставці товару з пункту А в пункт Б з мінімальними затратами часу і коштів;
- 2) складська логістика – передбачає управління запасами, оптимізує роботу складів;
- 3) закупочна логістика – пов'язана з розміщенням ресурсів на складах, зберіганням та їх подальшим раціональним розподілом відповідно до потреб виробництва [3, 12].

Можливість в тому чи іншому обсязі забезпечити виконання визначених логістичних функцій стало передумовою виникнення класифікації логістичних посередників, інакше PL-операторів (рис. 1).

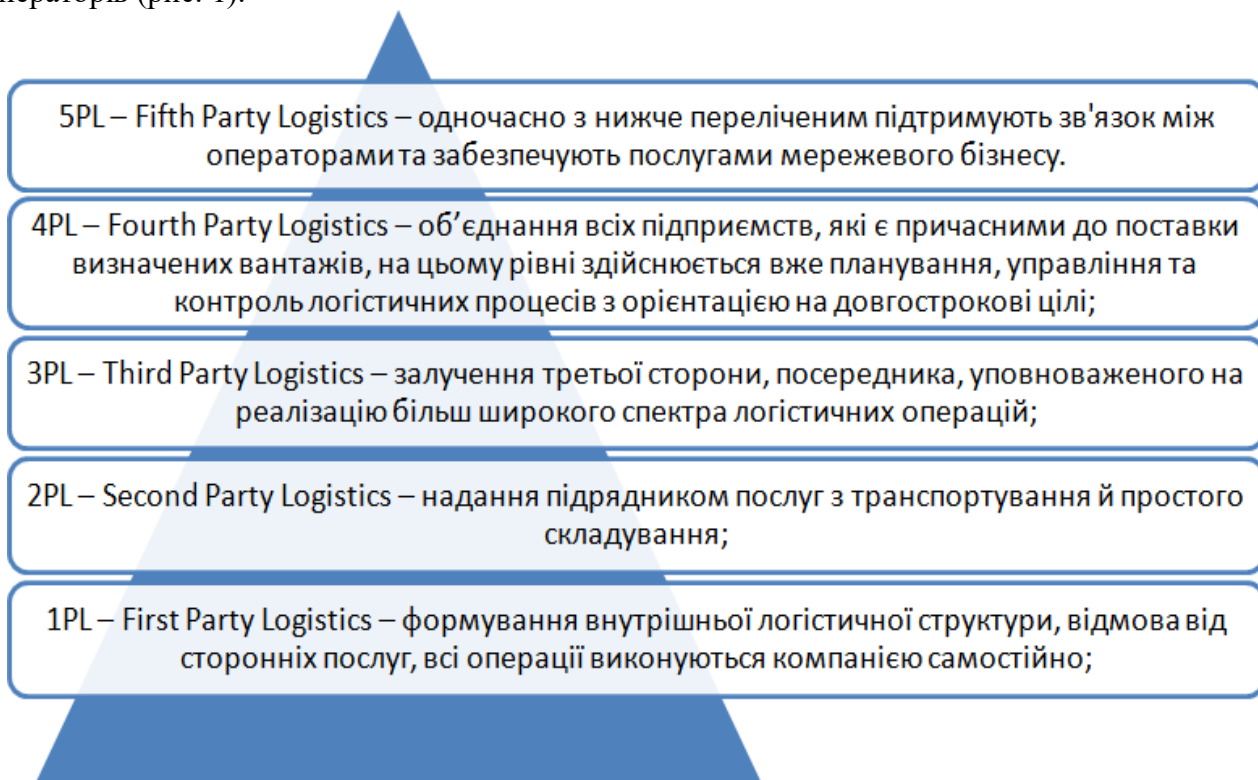


Рис. 2. Види PL-операторів [4, 133]

Від кількості операторів у ланцюгу напряму залежатиме ціна продукту. Відповідно якщо ми прагнемо її знизити, то таких посередників має бути менше.

Серед найбільших логістичних операторів в Україні можна виокремити: Raben Group, Zammler, Ekol, Логістик-плюс, Нова пошта тощо.

Позитивні аспекти користування послугами логістичного аутсорсингу на противагу його недолікам зведені у табл. 1 [5, 158].

Таблиця 1

Позитивна і негативна сторона аутсорсингу логістичних операцій

Позитивна сторона	Негативна сторона
Відповідальність за виконання обумовлених договором логістичних операцій покладається на підрядну компанію	Можлива втрата контролю за здійсненням переданих на аутсорсинг операцій
Запобігання понаднормових нераціональних логістичних витрат і в цілому їх зменшення	Повільне настання очікуваного від аутсорсингу економічного ефекту
Концентрація уваги на особливо важливих функціях, усунення її розсіювання	Загроза оприлюднення приватної внутрішньої інформації компанії, як наслідок удар по конкурентоспроможності
Гнучкість, швидка пристосованість підприємства до ринкових змін	Ризик отримання збитків у зв'язку із банкрутством підрядника
Покращується сервіс і стає більш клієнтоорієнтованим	

Висновки. Отже, на даний момент аутсорсинг логістичних послуг має право заслужено називатися одним із дієвих інструментів оперативного підвищення ефективності роботи підприємств, особливо ставши знахідкою для вітчизняних, коли не просто знайти спеціаліста високого рівня, а зайві фінанси взагалі відсутні. Частіше за все уповноважений на управління логістичною діяльністю компанії оператор зацікавлений у рості показників рентабельності замовника більше ніж самі співробітники підприємства, адже якість сервісу підрядника, що виступає в ролі виконавця, підкріплюється відповідальністю за будь-які наслідки отримані в результаті прийнятих ним рішень. З іншого боку, так як за аутсорсингом слідує тісна довгострокова співпраця, котра неодмінно спричинить зміни в перебігу внутрішньо бізнесових процесах, не завадить узгодити його використання зі стратегічним напрямком виробництва, зважити всі плюси і мінуси такої альтернативи.

Джерела та література

1. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент: підручник/за ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. Харків: ХНЕУ, 2010. 424 с.
2. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2009. 320 с.
3. Аутсорсинг логистических услуг: вебсайт. URL: <https://itua.com.ua/outsorsing-logisticheskikh-uslug>
4. Левкин Г. Г., Попович А. М. Основы логистики: учебник. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. 387 с.
5. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций: учеб. пособие/под ред. проф. Б. А. Аникина. Москва: ИНФРА-М, 2003. 187 с.
6. Нехай В. В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: дис д-ра екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: 2019. 543 с. URL: <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13951266124923024159&btnI=1&hl=ru&authuser=1>
7. Нехай В. В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки*. 2018. № 2 (37). С. 122–128.
8. Нехай В. В. Обрання консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту сільськогосподарської техніки. *Національний менеджмент в умовах інтеграційних та глобалізаційних викликів/за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Михайлової*. Суми: ФОП Литовченко Є. Б., 2019. С. 193–218.
9. Нехай В. В. Инновации создания маркетинговых организаций. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts*. 21st–22nd of May. Marijampole; Kaunas, Lithuania, 2020. С. 64–65.

Бондарук В. – студент

Науковий керівник: к. е. н. О. Пляшко
Рівненський державний гуманітарний
університет, м. Рівне, Україна

Прогнозування діяльності сільськогосподарських підприємств

Враховуючи нестійке динамічне середовище діяльності більшості вітчизняних підприємств, успішна довгострокова реалізація їх діяльності можлива лише за рахунок формування прогнозів розвитку господарської ситуації у майбутньому, з метою зниження негативних наслідків впливу різних факторів. Точність прогнозу буде залежати як від його горизонту, так і від якості використаної у розрахунках інформації. За відсутності якісних (достовірних, своєчасних, повних) даних підприємство схильне до прийняття хибних рішень, що, в свою чергу, може призвести до втрати позицій на ринку, погіршення фінансового стану або навіть до банкрутства. При цьому найбільш точними вважаються короткострокові прогнози.

Сутність поняття «прогноз» є близькою до «планування», проте між ними є суттєва відмінність. Базовою дефініцією терміну є поняття «прогноз» (від грец. – *prognosis* – передбачення) – «імовірнісне судження щодо стану будь-якого об'єкта або явища в майбутньому відносно високим ступенем достовірності, зроблене на спеціальних наукових дослідженнях» [1, 160], тобто на відміну від планування, прогнозування переважно спрямоване у майбутнє. Саме тому прогнозування розглядають як «систему наукових досліджень кількісного та якісного характеру, спрямованих на з'ясування тенденцій розвитку об'єкта і пошук оптимальних шляхів досягнення цілей цього розвитку» [1, 160], або «наукове, обґрунтоване системою встановлених причинно-наслідкових зв'язків і закономірностей виявлення стану та вірогідних шляхів розвитку явищ і процесів» [2, 9].

Прогнозування можна здійснювати із використанням двох типів методів: формальних і неформальних. У свою чергу, формальні методи прогнозування поділяються на якісні (на основі експертних оцінок) та кількісні (передбачають застосування економіко-математичних моделей). Слід підкреслити, що формальні методи прогнозування базуються передусім на логіці та раціональному мисленні, тоді як неформальні – на інтуїції людей, які приймають рішення. Застосування як формальних, так і неформальних методів прогнозування пов'язане з низкою труднощів, які пояснюються насамперед невизначеністю середовища, в якому функціонує підприємство [3].

Під прогнозуванням не варто розуміти лише розрахунок орієнтирів, що мають кількісне вираження, воно є також методом пошуку оптимальних стратегічних рішень для підприємства. У цьому значенні прогнозування тісно пов'язане з перспективним аналізом, оскільки остаточний варіант дій підприємства приймається після порівняльного аналізу різних варіантів, у тому числі й альтернативних [4, 349].

Важливий вплив на якість прогнозу має якість використаної при його формуванні інформації, яка у тому числі залежить від ступеня невизначеності середовища (ентропії). На ентропію діяльності підприємства впливає вид його економічної діяльності (особливо належність або до сфери матеріального виробництва, або до сфери послуг). Відмінності будуть обумовлені в першу чергу довжиною ланцюга поставок, що може формуватись у цих сферах діяльності. Очевидно, що підприємства сфери матеріального виробництва мають довші та розгалуженіші ланцюги поставок, що, відповідно, буде породжувати і більш інтенсивну інформаційну взаємодію між всіма його учасниками та збільшуватиме ентропію діяльності таких підприємств [5, 61].

Прогнозування, крім усього іншого, передбачає використання системного підходу до дослідження мікроекономічних явищ і процесів. Сільськогосподарська галузь схильна до