

Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ В ХХІ СТ.:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

МАТЕРІАЛИ
II Міжнародної науково-практичної конференції

30-31 травня 2019 року, м. Умань

Умань

2019

УДК 33+005](06)

Е 45

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового
інституту економіки та бізнес-освіти
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол № 11 від 22 травня 2019 року)*

Редакційна колегія:

Чирва О. Г., д. е. н., професор (*головний редактор*);

Вінницька О. А., к. е. н., доцент;

Мельничук Ю. М., к. е. н., доцент;

Слатвінський М. А., к. е. н., доцент;

Чвертко Л. А., к. е. н., доцент.

Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори матеріалів.

Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції, (30-31 травня 2019 р., м. Умань) / МОН України, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини; [за ред. д. е. н. О. Г. Чирви]. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2019. – 269 с.

Збірник містить тези доповідей учасників ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку» (30-31 травня 2019 р.), що відбулася на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, аспірантів та студентів з актуальних проблем економічного розвитку.

УДК 33+005](06)

© Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, 2019

конструктивної зворотного зв'язку, можна скоротити не лише втрат, пов'язаних з крадіжками, але і витрати на створення систем технічного моніторингу.

Для вирішення завдання запобігання крадіжки персоналом підприємства В. Тараненко пропонує створювати так звану «самоконтролюючу систему». Її основним елементом є максимальна прозорість для всіх працівників фінансових і матеріальних потоків всередині підрозділів фірми, що одночасно є і однією з важливих умов або принципів формування лояльності. Цей автор стверджує, що сучасний бізнес та властиві йому методи менеджменту занадто «затемнюють» механізми розподілу загального прибутку. Саме з цієї причини злочинство і корупція стали бичем сучасного бізнесу в багатьох країнах. Появі цих вад, на його погляд, можна перешкодити допомогою встановлення паритетних договірних відносин між роботодавцями і виконавцями. «Якщо ви хочете кардинально покінчити з крадіжками, введіть на своїй фірмі абсолютно прозорі і чесні правила для всіх без винятку. І ніколи не дозволяйте їх порушувати ні собі, ні кому б то не було і ні за яких обставин. І пам'ятайте також, що сила особистого прикладу керівника з часом породжує стійку культуру і традицію.

Отже, лояльність персоналу є важливою умовою запобігання та усунення багатьох внутрішніх загроз. Лояльність не виступає в якості єдиної панацеї від усіх проблем в організації, але будь-яка організація – це система, в якій взаємодіють безліч елементів. Лояльність виступає одним з таких елементів і впливає на процеси і явища, в т. ч. визначає безпеку та «здоров'я» підприємства.

Список використаних джерел

1. Де Гиус А. Живая компания. Рост, научение и долгожительство в деловой среде. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
2. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. *Журнал «Управление персоналом»*, 2005.
3. Тараненко В. Непродуктивная психология, или Бомба для директора. *Визитка: досье на партнера*. К.: Ника-Центр, 2004.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Побережець Н. Б., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Одним з пріоритетних напрямків економічних досліджень у зв'язку з необхідністю адаптації українського агропромислового комплексу у світовому господарстві є розуміння взаємозв'язку конкурентоспроможності, стратегії

диверсифікації, інституційного регулювання. Методи посилення конкурентних переваг та інституційної підтримки повинні бути адаптовані до умов входження України у Світовий економічний простір з використанням традиційних і нових методологічних підходів: аналізу, синтезу, моделювання, інформатизації, експертних оцінок та ін.

Однією із найчастіше вживаних стратегій управління ризиками є диверсифікація, що передбачає участь у більше ніж одному виді господарської діяльності. Диверсифікація за умов української нестабільної економіки є ефективним засобом зменшення ризиків і збільшення прибутків.

Стратегія диверсифікації у сільському господарстві є важливим механізмом економічного зростання. Однак це залежить від того, чи існують можливості для диверсифікації та реагування господарств на них. Сільськогосподарська диверсифікація може бути спрощена технологічним прогресом, змінами споживчого попиту, урядовою політикою або торговими домовленостями, а також розвитком інфраструктури. З іншого боку, це може мінімізувати або попереджати ризики, які можуть виникнути через зміни ринкової кон'юнктури, цін, деградації природних ресурсів тощо.

Диверсифікація виробництва в сільському господарстві, на відміну від інших галузей економіки, має свої ознаки, зумовлені специфікою аграрного виробництва. Серед об'єктивних передумов до застосування диверсифікації варто зазначити наступні: властивості конкретного ґрунту, біологізацію землеробства, розбіжність в цінах на сировину і готову продукцію, що стимулюють власну переробку, сезонність виробництва і використання робочої сили, високі витрати на транспортування продукції, нестабільність господарювання, пов'язану з природними факторами. [1]

Використання стратегії диверсифікації у підприємствах агропромислового комплексу має ряд особливостей:

- відповідно до потреб ринку і попиту на продукцію АПК значно розширюється асортимент сільськогосподарської продукції;

- відповідно до заявок на продаж сільськогосподарської сировини агропідприємства організовують переробку на місці, тобто використовують свою територію для здійснення ще одного виду діяльності;

- для реалізації власної, а іноді і не тільки своєї продукції підприємства створюють торговельні організації, оптові бази, об'єкти соціально-культурного характеру, які також виконують істотну роль з розвитку ринкової економіки і галузей сільського господарства;

- у результаті здійснення диверсифікації виробництва встановлюються зовнішньоекономічні і торговельні зв'язки з підприємствами ближнього і далекого зарубіжжя, з іншими регіонами;

– підприємства, що спеціалізуються на переробці сільськогосподарської сировини, з метою поліпшення своєї діяльності додатково орендують землю, тим самим диверсифікують і розвивають свою інвестиційну діяльність і підвищують ефективність капітальних вкладень;

– для отримання додаткових доходів і участі в управлінні, сільськогосподарські об'єднання придбавають акції та інші цінні папери інших переробних підприємств;

– здійснюється диверсифікація каналів реалізації продукції, ринків, збільшення покупців; організовуються системи торгових підприємств.

Диверсифікація є інструментом ризик-менеджменту, та, відповідно, підтримання сталого розвитку підприємства. Як правило, природно-кліматичні та ринкові ризики мають різнонаправлений вплив на виробництво різних видів сільськогосподарської продукції і, відповідно, їх негативний вплив в одних напрямках компенсується позитивним на інших.

Суб'єкти господарської діяльності обирають стратегію диверсифікації керуючись наступними факторами:

– ринки для господарської діяльності виявляються в стані насичення або ж скорочення попиту на продукцію внаслідок того, що продукт перебуває на стадії спаду;

– поточна господарська діяльність дає фінансові надходження, що перевищують потреби, які можуть бути прибутково вкладені в інші сфери бізнесу;

– нова господарська діяльність може викликати синергічний ефект, наприклад за рахунок кращого використання устаткування, сировини;

– антимонопольне регулювання не сприяє подальшому розширенню бізнесу в рамках даної галузі;

– скорочені втрати від податків;

– спрощений вихід на світові ринки;

– залучені нові кваліфіковані співробітники або ж краще використаний потенціал наявних менеджерів [2].

Головна небезпека застосування стратегії диверсифікації пов'язана з розпорошенням сил та з проблемами управління диверсифікованими підприємствами. Стратегія диверсифікації реалізовується тоді, коли суб'єкт господарювання більше не може розвиватися на даному ринку в рамках даної галузі.

Отже, процес диверсифікації досить трудомісткий, але необхідний підприємствам, які реалізують свою діяльність в галузях сільського господарства. У будь-який час може змінитися як ситуація на основних ринках,

так і загальна політична ситуація: підвищення або встановлення додаткових мит; введення заборон на виробництво і реалізацію тих чи інших товарів, робіт, послуг тощо. Внаслідок цього можливо ускладнення збуту, посилення конкурентного тиску, і виникне необхідність скорочення обсягів випуску або, навіть, ліквідація тієї чи іншої сфери діяльності.

Тому в початковій стадії виробництва потрібно відразу ж планувати нові варіанти діяльності та види продукції. Основна діяльність часто не сприяє підприємцям організувати нові види і напрямки роботи. В результаті, підприємства стикаються з різким спадом обсягів збуту і реалізації продукції, виникає єдина прийнятна міра впливу – це звільнення певного і часом основного числа працівників, на навчання та перекваліфікацію яких були витрачені час і гроші.

Розвиток сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах загострює конкуренцію, що призводить до скорочення зайнятості трудових ресурсів, зниження доходів, рівня і якості життя, відтоку працездатного населення з сільської місцевості. Запобігти масовому безробіттю допоможе розвиток нових видів підприємницької діяльності, а одним з найважливіших напрямків розвитку аграрної сфери економіки України є стратегія диверсифікації.

Список використаних джерел

1. Малік М. Й. Актуальні питання диверсифікації виробництва в аграрній сфері. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1689> (дата звернення: 09.05.2019)
2. Ковінько О. М. Сутність та зміст стратегії диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5, т. 2. С. 7-11.

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

Подзігун С. М., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Цифрові медіа забезпечують швидке поширення інформації та новин, стають основним засобом реклами та взаємодії з клієнтом. Основне завдання цифрового маркетингу – формування стратегії просування компанії та товару за допомогою цифрових каналів, що передбачає специфіку медіапланування, використання «вірусного» відео та спеціального контенту для залучення уваги мільйонів людей, активну присутність компанії в соціальних мережах.

У сучасному світі від швидкості прийняття рішення залежить перевага над конкурентами. Цифровий маркетинг дозволяє впливати на процес взаємодії зі