

цілей навчання і поширеного сьогодні у галузі навчання іноземних мов компетентнісного підходу. На нашу думку, ціль – ідеальне передбачення результату навчання, а компетенція – своєрідний шлях досягнення цього результату. Тому однією з проблем, яка чекає на своє вирішення, є подальше теоретичне обґрунтування і конкретизація співвідношення понять “цілі навчання” і “компетенції”.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бориско Н. Ф. Формирование профессионально ориентированной коммуникативной компетенции на практических занятиях по иностранному языку или Сколько методики нужно будущему учителю? / Н. Ф. Бориско // Іноземні мови. – 2010. – № 2. – С. 3–10.

2. Ніколаєва С. Ю. Цілі навчання іноземних мов у аспекті компетентнісного підходу / С. Ю. Ніколаєва // Іноземні мови. – 2010. – № 2. – С. 11–17.

3. Алфімов В. Модель творчої особистості ліцеїста / В. Алфімов // Рідна школа. – 2005. – № 5. – С. 9–14.

4. Сологуб А. Креативний підхід до профільного навчання ліцеїстів / А. Сологуб // Рідна школа. – 2007. – № 5. – С. 15–17.

## **КОНЦЕНТРАЦІЯ РИНКУ БОРОШНА В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ**

**Н.В. Білошкурська**

*кандидат економічних наук, доцент*

**В.О. Павленко**

*магістр*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У сучасних умовах проблема концентрації (монополізації) внутрішніх ринків є ключовою у національній економіці. Зменшення кількості продавців (виробників) спричиняє підвищення концентрації ринку, і, відповідно, зростає вплив на підвищення ціни та скорочення обсягу пропозиції товару. В кінцевому рахунку обтяжується становище споживачів, оскільки вони змушені витратити більше своїх доходів на товар за навмисно завищеними виробниками цінами. Зниження концентрації ринку призводить до протилежних наслідків – велика кількість продавців (виробників) не мають змоги домовлятися між собою щодо підвищення цін та обсягів продажу (виробництва), у зв'язку з чим ціна товару формується як результат взаємодії попиту і пропозиції на ринку. Такий механізм є справедливішим стосовно покупця (споживача) товару, тим більше, якщо цей товар є нижчим (або товаром першої необхідності). Саме тому оцінка концентрованості ринку в маркетингових дослідженнях займає провідне місце.

Проблемам оцінки конкурентного середовища, сформованого на рівні окремо взятих суб'єктів підприємницької діяльності – представників окремих

галузей національної економіки: гірничо-добувної, агропромислового комплексу та вищої освіти, присвячено праці [1-3]. У наукових роботах [4-5] проведено маркетингові дослідження процесу ціноутворення в умовах низькоконцентрованих ринків хліба пшеничного і макаронних виробів. Проте поза увагою вчених залишається оцінка концентрації ринку борошна в Україні, якій присвячено пропонуване дослідження.

Концентрацію ринку борошна можливо визначити за індексом Херфіндаля-Хіршмана (*HHI*) [6; 7]:

$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2,$$

де  $S_i$  – ринкова частка  $i$ -тої компанії,  
 $N$  – кількість найбільших компаній.

*HHI* обчислюється як сума квадратів ринкових часток найбільших компаній на ринку. Індекс може мати значення:  $HHI \in [0; 10000]$  (або від 0 до 1,0). При цьому значення  $HHI = 10000$  відповідає абсолютній монополії, коли весь ринок концентрується у 1 продавця (виробника). Зрозуміло, що більше значення індексу відповідатиме більшій концентрації ринку (менше конкурентів і більше ризиків для покупців).

Державний департамент юстиції США визначає ступінь концентрованості ринку таким чином: значення індексу, нижче 0,1 (або 1000) – незначна концентрація ринку; індекс має значення від 0,1 до 0,18 (або від 1000 до 1800) – середня концентрація ринку; індекс має значення, більше 0,18 (або 1800) – висока концентрація ринку.

Проведемо дослідження концентрації ринку борошна в Україні за даними ринкових часток 10 найбільших його виробників (табл. 1).

Як видно з даних, наведених у табл. 1, десять найбільших виробників, які зареєстровані і працюють у 8 областях, сумарно займають понад 45% ринку борошна в Україні. За результатами обрахунків, проведених у табл. 1, числове значення індексу Херфіндаля-Хіршмана  $HHI = 237,4$ . Це свідчить про низьку концентрованість ринку борошна в Україні. Тому можна зробити висновок, що даний ринок є конкурентним і на інфляцію борошна впливають всі можливі фактори, крім регулювання з боку продавців (виробників) і покупців (споживачів).

Отже, методичне забезпечення оцінки концентрації ринку, представлене індексом Херфіндаля-Хіршмана, є цілком достатнім у маркетингових дослідженнях. Одержані результати дозволяють сформулювати вектор подальших дій щодо аналізу кон'юнктури ринку борошна та її впливу на процес маркетингового ціноутворення, що складе основу подальших досліджень авторів.

Таблиця 1

## Вихідні дані для визначення концентрації ринку борошна в Україні

Підприємство-виробник, опис бізнесу	Частка ринку ( $S_i$ ), %	$S_i^2$
1. ТОВ «Вінницький Комбінат хлібопродуктів № 2» (входить до структури холдингу Укрпромінвест-Агро), здійснює активну експортну діяльність та свою продукцію постачає в 15 країн.	8,2	116,64
2. ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів» (входить у структуру Державного агентства резерву України). Борошномельний завод оснащений сучасним обладнанням фірми Buhler (Швейцарія). Виробнича потужність 500 т на добу.	6,4	56,25
3. ТОВ «Дніпромлин» (входить до складу агрохолдингу Ristone Holdings).	6,0	40,96
4. ТОВ «Столичний млин» об'єднує 3 млина з обладнанням Buhler, 2 елеватора потужністю одноразового зберігання 32 і 43 тис. т з можливістю портового завантаження.	5,3	22,09
5. ТОВ Комерційно-виробнича фірма «Рома». Загальна продуктивна потужність складає 360-380 т на добу.	4,2	21,16
6. ТОВ «Українська борошномельна компанія» (Правонаступник ТОВ «Комбінат хлібопродуктів Тальне»). Щодоби здійснює переробку 500 т зерна в борошно.	4,0	19,36
7. ТОВ «Хмельницьк-млин». Переробляє понад 40% борошна Хмельницької області.	3,3	12,96
8. ДП «Куліндорівський комбінат хлібопродуктів» (входить у структуру Державного агентства резерву України). У власності елеватор потужністю одноразового зберігання 94 тис. т, млин з продуктивністю 500 т зерна на добу.	3,2	9,61
9. ТОВ «Кролевецький агрокомбінат хлібопродуктів» (входить у структуру ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України»). У власності 5 зерносушищ, стаціонарна зерносушарка; потужність 500 т переробки зерна на добу.	2,6	4,41
10. ПрАТ «Вінниця-млин». Займається переробкою та зберіганням зернових, а також виробництвом борошна вищого та першого сортів.	1,9	3,61
<b>Всього</b>	<b>45,1</b>	<b>237,43</b>

Джерело: сформовано і проведено розрахунки за даними, наведеними у [8]

## Список використаних джерел:

1. Манцуров, І. Г. Методика оцінки внутрішньогалузевої конкурентоспроможності в умовах адаптації вітчизняних підприємств до нестабільності зовнішнього середовища / [І. Г. Манцуров, І. Д. Якушик, О. І. Ястремський, М. В. Білошкурський, Я. О. Ястремський] // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2010. – № 2. – С. 66–81.
2. Білошкурський, М. В. Методичні аспекти економічної діагностики внутрігалузевої конкурентоспроможності підприємств / М. В. Білошкурський // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3'2013[41]. – С. 113–116.
3. Білошкурська, Н. В. Маркетинговий аналіз стратегічної конкурентоспроможності вищих навчальних закладів регіону / Н. В. Білошкурська, М. В. Білошкурський, Р. О. Кравченко // Економічні горизонти. – 2017. – № 2(3). – С. 26–30.

4. Білошкурська, Н. В. Маркетингове дослідження факторів ціноутворення на конкурентному ринку / Н. В. Білошкурська // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 1. – С. 24–31.

5. Мартиненко, В. В. Макроекономічні фактори ринкового ціноутворення в умовах досконалої конкуренції / В. В. Мартиненко // Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 2 (10). Ч. 1. – С. 105–112.

6. Herfindahl, O. C. Concentration in the U. S. steel industry / O. C. Herfindahl // unpublished doctoral dissertation. – Columbia : Columbia University. – 1950.

7. Hirschman, A. O. National power and the structure of foreign trade / Albert O. Hirschman. – London : University of California press, ltd. – 1980. – XX+173 p.

8. Назван ТОП-10 ведущих украинских производителей муки в 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://elevatorist.com/novosti/5549-nazvan-top-10-veduschih-ukrainskih-proizvoditeley-muki-v-2017-g>.

## **ТРЕНДИ ЯК МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ**

**М.В. Білошкурський**

*кандидат економічних наук, доцент*

**Р.О. Кравченко**

*магістр*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Нині ми дуже часто чуємо про становлення й елімінацію нових трендів, тенденцій та навіювань у галузі моди, культури, інтернету, науки тощо. Але що саме є трендом? Чому це слово надає такого сучасного «лиску» навіть стандартним рішенням у будь-якій сфері менеджменту? Бігти за трендами, чи розумно це? А чи має стратегія «слідуванням трендам» більш глибокий сенс, ніж ми до того звикли? Знаходження відповідей на поставлені актуальні запитання буде метою дослідження.

“Entia non sunt multiplicanda praeter necessitatem” («Не варто примножувати сутності без необхідності») – такого принципу тримались багато науковців і першовідкривачів у всіх галузях інтенсивного розвитку, підтримуючи таким чином одного з праотців сучасних наук – Вільгельма з Оккама. У всіх науках, окрім маркетингу. Навіть із самого початку, як тільки основні постулати маркетингу, як науки та принципу, сформувались – в дію вступила антитеза сучасності: «Складніше – значить краще!». Після того, як суспільство прийняло цей принцип в безумовний вжиток, почалася влада трендів. Тренд не був би трендом, якби мав лише одне чи декілька конкретних визначень. Тому в широкому сенсі – це напрямок розвитку в якій-небудь сфері життя (наприклад, в одязі, фінансах, технологіях або дизайні), чи певне явище, продукт або предмет, що задає тон саме у цій сфері.

Можна було б називати певну тенденцію, яка набрала популярності, й іншим словом, але даний термін так полюбився громаді, що почав входити у повсякденний вжиток. Тому й став «самотрендом». Цей простий приклад

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

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

МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

м. Умань  
18-19 жовтня 2018 р.

**Умань  
2018**

УДК 338  
М58

*Рекомендовано до друку  
вченою радою факультету менеджменту  
Уманського національного університету садівництва  
(протокол № 1 від 20 вересня 2018 р.)*

#### **Редакційна колегія**

**ВЕРНЮК Н.О.** – к.е.н., доцент, декан факультету менеджменту;

**НОВАК І.М.** – д.е.н., доцент, заступник декана факультету менеджменту з наукової роботи.

**ШКОЛЬНИЙ О.О.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту;

**МАШКОВСЬКА Л.В.** – к.ю.н., доцент, завідувач кафедри соціально-гуманітарних і правових дисциплін;

**ТРАНЧЕНКО Л.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;

**ПЕТРЕНКО Н.О.** – д.е.н., доцент, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування.

**КОМІСАРЕНКО Н.О.** – к.пед.н., доцент, завідувач кафедри української та іноземних мов.

*За достовірність інформації відповідальність несуть автори публікацій.*

М58 Менеджмент ХХІ століття: проблеми і перспективи. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Умань, 18-19 жовтня 2018 р. / Редкол.: Школьний О.О. (відп. ред.) та ін. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2018. – 267 с.

Збірник містить доповіді наковців, які були розглянуті на всеукраїнській науково-практичній конференції «Менеджмент ХХІ століття: проблеми і перспективи», що відбулася 18-19 жовтня 2018 р. в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються проблемні питання розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі. Розраховано на наукових співробітників, викладачів, аспірантів, студентів та фахівців, які займаються питаннями розвитку менеджменту.

УДК 338

© Уманський національний  
університет садівництва, 2018

## ЗМІСТ

<b>Альошкіна Л.П.</b> Перспективи логістизації аграрних підприємств (на прикладі ТОВ «Кищенці» Маньківського району Черкаської області)	9
<b>Акулов М.Г.</b> Стратегія розвитку туристичного бізнесу в Україні	11
<b>Антонюк Є.Р.</b> Теоретичні основи регулювання соціально-економічного розвитку регіону	16
<b>Астафурова Т.В., Загороднюк О.В.</b> Удосконалення системи антикризового управління підприємств України	18
<b>Бень А.С., Мовчанюк А.В.</b> Інвестиційне стратегічне планування – запорука підвищення соціально – економічного розвитку територіальних громад	20
<b>Березюк В.О., Петренко Н.О.</b> Оцінка ефективності інвестиційно-інноваційної привабливості ПСП «Глорія» Жашківського району Черкаської області	22
<b>Берчук Д.М., Мовчанюк А.В.</b> Формування об'єднаних територіальних громад як стратегічний напрямок ефективного адміністративно-територіального устрою	26
<b>Бечко Я.В.</b> навчання української мови як іноземної	29
<b>Білошкурська Н.В., Павленко В.О.</b> Концентрація ринку борошна в Україні: особливості оцінки	31
<b>Білошкурський М.В., Кравченко Р.О.</b> Тренди як механізм соціальної взаємодії	34
<b>Брикін Є.В., Мовчанюк А.В.</b> Система забезпечення соціальних стандартів захисту населення як чинник формування соціальної держави	37
<b>Василенко О.П.</b> Особливості комунікації влади з громадою	40
<b>Василик О.Б.</b> Семантичний аналіз мікротопонімів історичної Уманщини	42
<b>Вернюк Н.О.</b> Система антикризового менеджменту як дієвий інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства	45
<b>Воропай В.В., Гоменюк М.О.</b> Модернізація корпоративної культури як спосіб удосконалення управління персоналом ТОВ «АГРАРІЙ СВПП»	48
<b>Вуйченко М.А., Шатохін А.М.</b> Проблема соціального розвитку в управлінні персоналом муніципальних утворень сільської місцевості України	51
<b>Гоменюк М.О.</b> Принципові засади реалізації інноваційної політики	54