

впевненості у собі); здатність до навчання, прагнення розвиватися, уміння чути інших (це певний набір навичок, які можна розвинути у ході комунікативних тренінгів); експерт або відмінний управлінець (при наявності всього іншого та бажання бути лідером та керівником відносно легко виробляється за рахунок наставництва та тренінгів); вміння організувати інших; готовність до непопулярних рішень (змінюється на рівні управлінського впливу, мотивації та самомотивації). Однак треба пам'ятати, що у різних ситуаціях, які можуть визначатися як рівнем мотивації людини, так і рівнем його здібностей, ступінь корекції може відрізнятись. Окремо можна виділити такі компетенції, як вміння надихати та готовність і здатність навчати інших. Ці якості вимагають наявності від природи певних здібностей.

Ефективне лідерство націлене на розвиток внутрішнього потенціалу як лідера, так і співробітників. Бути ефективним лідером означає, що людина усвідомила свої глибинні цінності і цілі і діє відповідно до своїх життєвих принципів, незалежно від умов і обставин. Ефективне лідерство набуває найбільшого значення для організації як соціальної системи в умовах змін. Специфічні лідерські навички допомагають керівникам стимулювати цей процес та управляти ним. Загально процес змін представляє собою людину, яка змінює поведінку з метою досягти результату. Тому важливим завданням менеджера є допомога підлеглим підтримати інтерес до визначеної задачі і спрямувати їх на досягнення бажаного результату.

Література

1. Буряк Т.П. Сучасні підходи до лідерства / Т.П. Буряк. К.: Наук.думка, 2009. 200 с.
2. Гармаш С.А. Лідерські якості особистості керівника як запорука успіху / С.А. Гармаш, О.Е. Гашутіна // Управління інноваційними проектами та об'єктами інтелектуальної власності. 2009. С. 37-44.
3. Иванова С.В. Развитие потенциала сотрудников: Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации / С. Иванова, Д. Болдогоев, Э. Борчанинова. М.: Изд-во: Альпина Паблшер, 2014. 278 с.
4. Чорний А.В. Сучасні теорії лідерства: Загальний огляд та структурна модель / А.В. Чорний // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», Серія «Економіка»: Науковий журнал. - Острог: вид-во НаУОА, 2018. № 9(37). С.78-84.
5. Ягоднікова В. Формування лідерів / В. Ягоднікова // Виховна робота в школі. 2009. № 10. 236 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ АГРОБІЗНЕСУ

*Хахула В.С., к.с/г.н., доцент,
Білоцерківський національний аграрний
університет, м. Біла Церква
Хахула Б.В., асистент,
Білоцерківський національний аграрний
університет, м. Біла Церква*

Сучасний аграрний менеджмент має свої особливості, які обумовлені діяльністю аграрних підприємств, територіальними ознаками, вибраними напрямками виробництва, комерційної діяльності, фінансів, маркетингу, управління трудовими ресурсами. Концепція сталого розвитку передбачає

визначення інноваційних підходів, які є базовими та реалізуються за допомогою сучасних інструментів відповідно до поставлених цілей [5].

Дослідження проблем аграрного менеджменту в сфері агробізнесу України є досить актуальними в площинах теорії і практики. З позицій теорії актуальність зумовлюється необхідністю ґрунтовного дослідження відносно нового поняття «менеджмент» для вітчизняної управлінської науки, а також обґрунтування чіткої диференціації понять «управління», «менеджмент» та «підприємництво». З позицій практики актуальність згаданої проблематики взагалі важко переоцінити, адже проблеми менеджменту в діяльності вітчизняних аграрних підприємств і, особливо, великотоварних агропромислових формувань, є найвужчим місцем при використанні їх ресурсної бази, чинником, що лімітує ефективне використання всіх інших ресурсів. При цьому слід враховувати специфіку сільського господарства та промисловості як галузей, що мають різну економічну основу генерування витрат і доходів у процесі використання виробничих ресурсів [1,2].

Аграрний менеджмент безпосередньо пов'язаний з агробізнесом. Під поняттям «агробізнес» розуміють діяльність, пов'язану з усіма сферами аграрно-промислового комплексу, а словосполучення «аграрне виробництво» та «сільськогосподарське виробництво» вважають синонімами. У системі агробізнесу поєднуються сільськогосподарське та промислове виробництво і ці види економічної діяльності якісно відрізняються між собою як джерела отримання доходу. Пояснюється це тим, що для сільського господарства притаманна спадна віддача від ресурсів, а для промисловості – зростаюча. Спадна віддача від ресурсів призводить до зниження продуктивності ресурсів, зокрема трудових і фонду заробітної плати, а зростаюча – до підвищення продуктивності ресурсів і фонду заробітної плати. Саме тому в країнах з аграрною і видобувною економікою кількісно і якісно нижчі доходи від реалізації продукції порівняно з індустріальними державами. В агропромислових формуваннях поєднується сільське господарство і промисловість, і це слугує їх конкурентною перевагою, порівняно з іншими формами ведення агробізнесу [2].

Для системи стійкого розвитку аграрний менеджмент доцільно розглядати як певну систему, метод, підхід визначення та відбору специфічних цілей, делегування, мотивацію, організацію і контроль здійснення певних виробничих і управлінських функцій виробничої діяльності на всіх рівнях – від аграрного підприємства та кожного окремого працівника до розвитку аграрного сектору економіки країни [4].

Аграрний менеджмент – це особливий прояв менеджменту і може бути визначений як діяльність з організації і координації виробництва в аграрних та інших підприємствах сфери агробізнесу з метою одержання зростаючого прибутку в довгостроковому періоді, а також досягнення інших специфічних для кожного власника підприємства чи менеджера цілей. Він може розглядатися і як комбінація окремих складових діяльності підприємства – виробництва, комерційної діяльності, фінансів, маркетингу, управління трудовими ресурсами через роботу з людьми. Тому аграрний менеджмент, як складова системи управління підприємством, набуває дедалі більшого значення в сучасних умовах цифрових технологій, підвищуючи роль людини як інтелектуальної складової управлінського процесу [3].

Інноваційні підходи та механізми аграрного менеджменту визначаються тими завданнями, вирішення яких вони забезпечують. Кожна конкретна система повинна враховувати специфіку об'єкта, характеру і змісту зв'язків, в які вступають і яких потребують об'єкт і суб'єкт менеджменту в процесі взаємодії. Для аграрного сектору – це функції власника і менеджменту, підсистеми

виробництва сировини та її обробки; функції виробника і споживача тощо. Для сільського господарства як специфічної галузі економіки дія ринкового механізму має свої особливості, які полягають у тому, що не завжди ціна на продукцію, визначена в точці перетину попиту та пропозиції, перевищує виробничі витрати сільськогосподарських підприємств. У такому разі необхідне втручання держави, спрямоване на підтримку сільськогосподарського виробництва. Держава для цього може використовувати різні шляхи: наприклад, пряму допомогу через систему соціального забезпечення фермерам, які опинилися в скрутному становищі; державні програми, спрямовані на збільшення попиту на сільськогосподарську продукцію або зниження виробничих витрат; програму регулювання обсягу посівних площ; програми дотацій для покриття різниці між закупівельними цінами і цінами продажу та гарантування цін на сільськогосподарську продукцію, надання пільгових кредитів шляхом певної компенсації відсотків за позику, інших диференційованих цільових субсидій сільськогосподарським товаровиробникам. Але ці механізми регулювання повинні бути не разовими і випадковими, а системними і входити в загальну стратегію розвитку аграрного сектору країни та окремого регіону. Для аграрного сектору особливо важливим аспектом є взаємодія відтворення виробничого потенціалу, людських ресурсів та природного середовища, а також врахування та коригування впливів зовнішніх та внутрішніх факторів [5].

Розробку стратегії розвитку та її контроль доцільно здійснювати за системою збалансованих показників, вибравши такі підходи аграрного менеджменту як виробництво, фінанси, споживачі, ресурси, працівники, послуги. Такий підхід дозволить комплексно оцінити діяльність як окремого аграрного підприємства, так і системи агробізнесу визначеної території не тільки за результатами збуту продукції та отриманих доходів, а і з врахуванням ефективності фінансової діяльності, відповідності потреб споживачів, раціонального використання ресурсів та задоволення потреб працівників.

Досвід розвитку аграрного сектору свідчить про необхідність обґрунтованого запровадження виробничих та управлінських інновацій, реінжиніринг бізнес-процесів відповідно до нових технологій. Бенчмаркінг інноваційних проєктів кращих практик аграрного сектору розвинутих країн повинен враховувати особливості розвитку українських регіонів, запровадження нових інституцій підходів до управління тощо. Аграрний менеджмент може бути реалізований у формі професійних баз знань, використання методів аутсорсингу, бенчмаркінгу, дистанційного дорадництва, підвищення кваліфікації; активного запровадження аналітичних нарад з використанням сучасних методів генерації ідей та побудови проєктів інноваційного розвитку та реінжинірингу [6].

Запровадження інноваційних систем фінансового менеджменту в управлінській практиці аграрного підприємства потребують не тільки інвестори, а й потреба в прозорому управлінському обліку, бюджетуванні, чіткому розумінні центрів прибутків та витрат. Така система дозволить більш ефективно управляти власними та інвестиційними коштами, регулювати кредитну політику тощо. Стратегічні зміни на підприємстві, в кластерах, державному управлінні аграрним сектором найбільш доцільно здійснювати за допомогою інноваційних проєктів.

Література

1. Дем'яненко С. І. Аграрний менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 2018. 520 с.
2. Дем'яненко С. І. Аграрний менеджмент в системі агробізнесу. Економіка АПК. 2018. № 12. С. 42–50.
3. Дем'яненко С. І., Сас О. О. Управління великотоварними агропромисловими формуваннями : монографія. Київ : КНЕУ, 2018. 216 с.

4. Павлик В. П. Системний підхід до управління сільськогосподарськими підприємствами. Економіка АПК. 2018. № 3. С. 67–73.

5. Сідляр О.І. Складові сталого розвитку аграрного сектору економіки / О.І. Сідляр // Ефективна економіка, №11, 2014, [Електронний ресурс] Доступ: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3561>. Назва з екрану.

6. Чорний Г. М., Ларіна Я. С., Міщенко І. А. Аспекти управлінської діяльності в теорії аграрного менеджменту. Економіка АПК. 2016. № 3. С.80–87.

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

*Щербаков Р.М., пошукувач,
Київський інститут культури і
мистецтв, м. Київ*

Сучасні умови функціонування підприємств сфери громадського харчування визначають основні стратегічні напрямки їх діяльності та розвитку в контексті впровадження та активного використання інформаційних технологій. Посилення конкуренції на ринках обумовлює необхідність використання в конкурентній боротьбі підприємствами нових переваг, наявність яких знаходиться в прямій залежності від рівня використання соціально-комунікативного середовища, залучення створеного підприємством іміджу до вирішення поставлених завдань, інтеграції в систему управління процесами, що протікають як всередині підприємства, так і при його взаємодії із зовнішнім середовищем.

Дослідженню тенденцій розвитку, еволюції, особливостей сфери громадського харчування, проблем формування ефективного середовища функціонування підприємств даної сфери приділяють увагу як іноземні, так і вітчизняні дослідники, такі як С. Азарова [1], Р. Васютинська [2], Ю. Безрученков [3], О. Борисова [4], О. Варипаєв [5], М. Матвійів [6]. Актуальність дослідження полягає у тому, що розробка наукових положень щодо формування стратегії розвитку підприємства при максимальному використанні нових можливостей, наданих сучасними соціально-комунікативними технологіями має велике значення.

Сфера соціальних комунікацій в Україні знаходиться на початковій стадії становлення, а заходи з її освоєння є підставою розвитку підприємства громадського харчування, що забезпечують зміцнення його становища на ринку та визначають конкурентоспроможність у майбутньому. Поступово відбувається формування і розвиток горизонтальних зв'язків між структурами нового ринкового суспільства, змінюються розуміння сутності бізнесу та уявлення про його цілі та основні функції.

В ринкових умовах конкуренція розвивається і відповідно зростає значення отримання громадянами достовірної інформації про організацію, тобто зміна економічних і соціально-політичних умов вимагає від організації самопрезентації, з метою ефективної роботи на ринку, залучення до цієї роботи професійних і конкурентоспроможних кадрів. Економічні реформи, що проводяться в Україні, істотно змінили статус організації як основної ланки економіки. Видимі зміни відбулися і в сфері громадського харчування. Ринок ставить організацію в принципово нові відносини з державними органами, партнерами і споживачами.