

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківська міська рада
Головне управління статистики у Харківській області
Ізраїльський технологічний інститут
(Ізраїль)
Йорданський національний університет
(Йорданія)
Брестський державний технічний університет
(м. Брест, Республіка Білорусь)
Національний університет біоресурсів і природокористування України
(м. Київ)
Український державний університет залізничного транспорту
(м. Харків)
Одеський національний економічний університет
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Харківський національний університет будівництва та архітектури

МАТЕРІАЛИ

X Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції

**«Європейський вектор модернізації економіки:
креативність, прозорість та сталий розвиток»**

18-19 квітня 2018 р.

ЧАСТИНА 1

ХАРКІВ 2018

Матеріали X Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток». Тези доповідей. Частина 1 – Харків: ХНУБА, 2018. – 308 с.

Доповіді наукової конференції містять результати досліджень відносно європейського вектору модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток за основними напрямками: креативна економіка та підприємництво: стан та перспективи розвитку; європейські практики та вітчизняний досвід децентралізаційних процесів; енергоефективність, ресурсозбереження та зелена економіка; гендерна справедливість в соціально-економічних системах; інструменти забезпечення прозорості публічного сектору.

Роботи друкуються в авторській редакції, в збірці максимально зменшено втручання в обсяг та структуру відібраних до друку матеріалів. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, яку надано в рукописах, а також коректність цитованості матеріалу, і залишає за собою право не розподіляти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання, які розглянуті на конференції.



Редакційна колегія:

Калініченко Л.Л. – голова, проф., д-р екон. наук;
Смачило В.В. – проф., канд. екон. наук;
Пакуліна А.А. – доц., канд. екон. наук;
Колмакова О.М. – доц., канд. екон. наук;
Польова В.В. – викладач, канд. екон. наук;
Устіловська А.С. – викладач.

Відповідальний за випуск:

д-р екон. наук, проф. Калініченко Людмила Леонідівна



УДК 378.1



©Колектив авторів, 2018
© Харківський національний університет
будівництва та архітектури

яєць, рівень рентабельності якого зріс з 58,8 % до 76,5 %. Всі інші види тваринницької продукції збиткові, у тому числі м'ясо свиней (-8,3 %) та молоко (-4,5 %), які у 2014 р. мали рентабельність відповідно 5,6 % та 11,0 % [3].

Таким чином, можна дійти висновку, що суттєвий вплив на рівень рентабельності мало зростання собівартості виробництва сільськогосподарської продукції.

Відповідно до прогнозів експертів, посіви зернових у 2016 р. зростуть на 1,77 млн га, а площі під олійними – на 0,7 млн га в порівнянні з минулим роком. Проте зростання площ є тільки одним з основних факторів формування врожаю у 2016 р., величина якого буде значною мірою залежати від погодних та економічних умов зими і весни. Беручи до уваги прогнозовані розміри площ і врожайність, оптимістичний прогноз врожаю ярих зернових культур у 2016 р. знаходиться на рівні 35 млн. тонн, а песимістичний – 26,9 млн тонн. Що стосується олійних культур, то у випадку виправдання оптимістичного прогнозу урожай складе 17 млн. тонн. При цьому навіть у разі виправдання песимістичного прогнозу, розмір врожаю у 2016 р. буде не нижчим, ніж у 2015 р [4].

Відповідно до Держбюджету на 2016 рік, усього для агропромислового комплексу України виділено 1 488 229,2 тис. грн, що на 52% менше ніж у 2015 році (у 2015 р. – 3 092 540,0 тис. грн). Таке скорочення відбулося за рахунок суттєвого зменшення обсягів спеціального фонду – на 77%, який наразі становить 459 645,1 тис. грн (у 2015 р. – 1 959 665,6 тис. грн), та загального фонду – на 9% і становить 1 028 584,1 проти 1 132 874,4 тис. грн у 2015 році. Таким чином, на стрімкий розвиток агропромислового комплексу у 2016 р. сподіватися не варто [5].

Отже, ми можемо виділити головні умови формування і забезпечення ефективного функціонування агропромислового комплексу: кон'юнктура світового ринку сільськогосподарської продукції та продовольства; рівень внутрішньодержавного споживання й ціни на створений продукт; інфраструктурно-обслуговуюча складова та її функціональні можливості й стан; державна регулятивна політика щодо аграрного бізнесу та механізм саморегулювання; регіональні особливості розвитку агробізнесу і сільських територіальних утворень.

Література: 1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; 2. Кучеренко В. Р. Моніторинг світових ринків харчової сировини і продукції АПК : [Навчальний посібник] / В. Р. Кучеренко, А. В. Андрейченко, Р. В. Грінченко. – Одеса, 2013. – 111 с.; 3. Офіційний сайт Інституту аграрної економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iae.org.ua/>; 4. Врожай-2016: експерти озвучили перші прогнози. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/vrozaj-2016-eksperti-ozvucili-persi-prognozi>; 5. Закон України «Про Державний бюджет України на 2016 рік» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/928-19>

КОУЧНІГ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОТИВАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Асп. Заєць Г.П

Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків

Мотивація є ключовим чинником підвищення ефективності та використання трудового потенціалу або праці робітників. При практичному застосуванні теорій мотивації часто з'являються нюанси, не враховані в них, які викликають більше питань ніж корисних результатів, а використання інструментів призводить до несподіваних наслідків.

Дослідження останніх років свідчать про те, що краще за все з такою невизначеністю людських систем справляються інструменти, що дозволяють працювати з

мотивацією співробітників максимально гнучко і адаптивно, а в ідеалі - індивідуально. Один з таких інструментів - технологія коучингу, яка дозволяє створити індивідуальні умови для посилення мотивації та ефективності роботи для кожного співробітника.

Слід зазначити, що в українському бізнесі метод коучингу, як інструмент управління персоналом, набуває все більшої популярності. Це стало можливим завдяки тісній співпраці Міжнародної коучингової Федерації (ICF), Міжнародного Еріксоновського Університету (ECI) і ексклюзивного провайдера його навчальних програм в Україні - компанії Working People Group (WPG).

Коучинг в форматі нової форми консультаційної підтримки з'явився на початку 1980-х роках. А прийшло це поняття зі світу спорту, де під коучингом розумілася особлива форма тренування спортсменів, які прагнуть до великих досягнень. Новий підхід до тренування спортсменів виклав у своїй книзі «Теніс: Психологія успішної гри» Тімоті Голві, який простежив саму суть коучингу. Коучинг розкриває потенціал людини і таким чином допомагає йому досягти максимальної ефективності.

Згодом коучингом стали цікавитися успішні бізнесмени, громадські діячі, політики, розглядаючи його як ефективну технологію досягнення амбітних цілей. З 1980-х рр. коучинг почав відігравати важливу роль в бізнесі, залишаючись при цьому технологією доступною тільки керівникам. Як окрема професія коучинг виділився на початку 90-х років. У 2001 році в США була створена Міжнародна Федерація коучингу, що дозволило коучингу стати офіційно визнаним як професія. У 1982 році на світову арену вийшов Міжнародний Еріксоновський університет коучингу (ECI) - всесвітня коуч-мастерская, лідер навчальних програм, заснованих на технологіях досягнення результату.

Коучинг - інноваційний напрям, який вже завоював діловий світ Західної Європи і Америки. Нині унікальну можливість пізнати коучинг як мистецтво трансформувати реальність можна і в Україні. Коучинг використовує сукупність технік, спрямованих на досягнення цілей клієнта, часто техніки в коучингу називають інструментами. Технік (інструментів) коучингу дуже багато, і часом інструмент створюється прямо в процесі коучингу під конкретний запит коучі. Всі техніки коучингу використовуються творчо, тоді коли це необхідно для досягнення мети клієнта.

Доцільно перерахувати лише найпоширеніші і часто використовувані інструменти.

1. Основною технікою коучингу є питання, які бувають декількох видів:

1) закриті - такі, на які можна дати однозначну відповідь або ж відповідь "так" або "ні", наприклад: "Скільки вам років?", "Ви заміжня?", "Чи приносить вам робота задоволення?";

2) відкриті, чи не передбачають однозначної відповіді і спрямовані на відкритий розповідь клієнта: "Розкажіть про свою сім'ю", "Що ви можете сказати про свого начальника?" «Чи влаштовують вас умови праці»;

3) питання-парафраз, спрямовані на перевірку розуміння клієнта: "Правильно я зрозуміла, що ..?" «Ваш трудовий колектив дружній, та по при все ...? »;

4) альтернативні питання, чи "китайське меню" (питання, які містять кілька альтернатив відповіді).

Найкраще в коучингу використовувати саме відкриті питання, так як вони більшою мірою спонукають до аналізу, пошуку рішення. Коучинг ніколи не дає порад і рекомендацій, він лише ставить запитання. Використання коучем порад і рекомендацій означає вихід з позиції коуча.

2. Шкалирування також можна вважати базовою технікою коучингу. Воно може використовуватися для різних цілей, але в першу чергу його використовують для оцінки змін. На шкалі від 1 до 10 відзначають наявний стан, потім в кінці сесії відзначають досягнутий стан.

3. Лінія часу також використовується дуже широко на етапі планування дій. Техніка полягає в тому, що на тимчасовій прямій відкладаються основні етапи досягнення мети.

4. Техніка "що якщо?" використовується для подолання опору і сумнівів: "Ніхто на це не погодиться", "На це немає грошей", "Це неможливо" і т.д. В цьому випадку коуч задає питання: "Що буде, якщо хтось на це погодиться?"; "Що буде, якщо раптом з'являться гроші?"; "Що буде, якщо це раптом стане можливим?" Ця техніка допомагає клієнту звільнитися від цензури здорового глузду, виникає безліч нових варіантів досягнення мети, і в результаті вона починає сприйматися більш реалістичною.

5. Колесо коучингу може використовуватися для різних завдань: визначення пріоритетної мети, ситуація вибору, оцінка можливостей, оцінка життєвого балансу і т.п. Техніка полягає в тому, що малюється коло, який ділиться на сектори з відповідними назвами (наприклад, назви сфер життя клієнта), і далі проходить оцінка (шкалювання) кожного сектора.

Можна зробити висновок, що для коуча, як і для консультанта, запорука успіху - зріла особистість і ретельне опрацювання власних особистісних проблем.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Викладач економічних дисциплін Зерній О.В.

Державний Вищий Навчальний Заклад «Харківський коледж текстилю та дизайну»

Наявність великої кількості соціальних проблем та вразливих груп населення в країні змушує шукати нові та інноваційні підходи до їх вирішення.

Використання комерційних підходів у соціальній сфері – це світовий тренд, який добре зарекомендував себе у багатьох країнах, зважаючи на фінансову стійкість та значний соціальний ефект.

Соціальне підприємство – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємства спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем. Таке підприємство діє за всіма законами бізнесу і приносить прибуток, тому не вважається благодійною організацією. Воно поширюється на такі галузі, як освіта, охорона навколишнього середовища, боротьба з бідністю, захист прав людини тощо.

Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо.

Головна місія соціального підприємництва – приносити користь суспільству.

Позитивні ефекти від діяльності соціальних підприємств:

- допомога у подоланні соціальної ізоляції – зокрема, працевлаштування людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, безробітних, представників груп ризику;
- знаходження нових шляхів для реформування державних соціальних послуг;
- залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;
- поява нових видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;
- більш ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;
- зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів).

Головна відмінність від звичайного бізнесу полягає в тому, що для соціального підприємництва отримання та розподіл прибутку не є самоцілью чи основною метою.

Матеріали

X Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції

**«Європейський вектор модернізації економіки:
креативність, прозорість та сталий розвиток»**

ЧАСТИНА 1

Макетування: В.М. Бредіхін, В.В. Благой, О.М. Колмакова

Матеріали опубліковані в авторській редакції

Підписано до друку 12.04.2018. Формат 60 x 90/16. Друк цифровий.

Папір офсетний. Облік.-вид. арк. 19,25. Умовн. друк. арк. 15,4.

Тираж 400 прим. Зам. № 5/04/18.

Видавець ХНУБА, 61002, Харків, вул. Сумська, 40

Виготовлювач: ФОП Панов А.М.

м. Харків, вул. Жон Мироносиць (Раднаркоміська), 10, оф. 6

тел. +38 (057) 714-06-74, +38 (050) 976-32-87

copy@vlavke.com, <http://vlavke.com.ua>
