

**«Інформаційно-комунікаційний менеджмент»** – це система управління інформаційно-комунікаційною сферою суспільства на основі використання форм, методів та технологій правового, економічного, соціального, гуманітарного та політичного менеджменту та маркетингу; здійснення інформаційного забезпечення всіх видів та форм менеджменту, тому що основним ресурсом менеджменту є інформація, а основною технологією – комунікація [1, 2].

Становлення інформаційного суспільства вимагає розуміння запитів споживачів в інформації, вміння оперативно реагувати на них з метою їх реалізації. Це й покладено на **«інформаційно-комунікаційні»** технології, сукупності методів, виробничих процесів та програмно-технічних засобів, інтегрованих в єдиний комплекс з метою збору, збереження, опрацювання, поширення, відображення та використання інформації користувачами. Слід відзначити, що комунікаційні процеси – це важлива складова роботи менеджера, зокрема: робота з документами, проведення виробничих нарад і т.п.

### **Список використаних джерел**

1. Сорока П.М. Інформаційний менеджмент. – К., 2008. – С. 39.
2. Лепейко Т.І. Основи інформаційної економіки. – Х., 2012. – С. 13.

***Summary.** This paper is considering in the historic aspect of the problem of formation Informational society and role in solving contemporary information-technology komuni-katsiynyh*

***Key words:** informatsyya, informational society tehnolohii, management.*

**УДК 338.439.62:631.11**

***Гофман М.О.,** к.е.н., старший викладач*

*Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;*

***Кучер О.В.,** к.е.н., доцент*

*Подільського державного аграрно-технічного університету;*

***Кучер Н.В.,** викладач ПВНЗ «Європейський університет»*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ**

*У статті розглядається забезпечення ефективності функціонування аграрного ринку в залежності від функцій, які він виконує та його структуризації. Визначено його основні складові частини і підсистеми.*

***Ключові слова:** аграрний ринок, функції ринку, структуризація.*

**Постановка проблеми.** Для забезпечення ефективного функціонування ринку сільськогосподарської продукції потрібна його подальша чітка структуризація шляхом не формального, а юридично окресленого виділення окремих продуктових ринків зі своєю системою регулювання та економічної підтримки сільськогосподарських товаровиробників. А необхідність такої підтримки більш ніж очевидна.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Розвиток вітчизняного аграрного ринку широко висвітлено у працях вчених-науковців В. Андрійчука, Ф. Горбоноса, В. Зіновчука, М. Зубця, О. Крисального, М. Маліка, П. Саблука, І. Червена, Г. Черевка, О. Шпича-

ка, В. Юрчишина та ін. Ці та інші автори приділяли значну увагу як теоретичному обґрунтуванню його розвитку, так і практичній реалізації розроблених рекомендацій.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є обґрунтування ефективного функціонування аграрного ринку.

**Основний матеріал дослідження.** Структуризація дасть змогу по кожному продуктовому ринку чітко окреслити його особливості, пріоритети, стратегію й на основі цього розробити дієві механізми державного регулювання обмінних і розподільчих процесів у них та економічної підтримки сільськогосподарських товаровиробників. У вітчизняній науковій літературі, висловлюваннях практиків наведено чимало аргументів на користь такої підтримки. Проте, дедалі більше висуваються вимоги щодо згортання мізерної економічної підтримки, яка нині надається сільському господарству, під приводом невідповідності більшості каналів такої підтримки, узаконеній практиці, її здійснення у розвинутих країнах Заходу. В той же час у згаданих країнах, як відомо, ведеться великомасштабна цінова й нецінова підтримка фермерів і спирається вона на наукові розробки вчених, в яких обґрунтовується об'єктивна необхідність її здійснення.

Важливо також по кожному продуктовому ринку створити відповідні організаційні утворення, які об'єднуюватимуть сільськогосподарських товаровиробників і відповідні переробні підприємства. Основним завданням таких утворень стане збалансування економічних інтересів цих суб'єктів ринку, забезпечення справедливої конкуренції та вільного пересування сільськогосподарської сировини і продовольства з метою формування єдиного ринкового простору. Світова практика переконує, що ефективне функціонування продуктових ринків досягається саме за єдиного ринкового простору, ознакою якого є мінімальне коливання цін за різними каналами реалізації та за регіональними ринками [1, с.29].

Тому на думку В.Г. Андрійчука в Україні процес формування єдиного ринку сільськогосподарської продукції і ринку продовольства ще не завершений, рельєфно проявляється просторова локалізація обмінних процесів, спричинена рядом факторів (недостатньою розвиненістю сучасної інфраструктури ринку, каналів, інформативного забезпечення), а також проявами рецидивів обмежень у просуванні сільськогосподарської продукції по території країни, що суперечить ринковим принципам і унеможливує становлення справедливої конкуренції між виробниками [1, с.29].

Ми цілком погоджуємося з думкою економістів (Коваленко Ю.С., Охріменко І.В., Зеліско І.М., Демченко О.В., Грищенко О.Ю.), що складовими частинами аграрного ринку і одночасно його підсистемами мають бути такі: платоспроможний попит, продуктові ринки, канали та ціни оптового та роздрібного збуту сільськогосподарської продукції та продовольства, наявність чи відсутність інтеграції операторів ринку з боку пропозиції, установи, методи та масштаби державного регулювання ринкових процесів. Ефективність функціонування аграрного ринку залежить від завдань, які він виконує, та цілей, що за його допомогою досягаються. Виходячи з наведеного розуміння функцій аграрного ринку та їх тлумачення у спеціальній літературі, рекомендується наступний їх перелік: соціальна, виявлення ринкових цін, стимулююча, селективна, координаційно-управлінська.

Соціальна функція аграрного ринку є найважливішою і її доцільно розглядати як результативну. Аграрний ринок повинен забезпечувати населення належною кількістю продуктів харчування та продовольством. Важливим є також можливість придбання товарів за доступними цінами.

Змістом другої (виявлення ринкових цін) є генерація ринкових цін на сільськогосподарську продукцію та продовольство як цін, що складаються виключно під впливом попиту та пропозиції, врівноважених ринкових цін. Це завдання покладається на ринкову інфраструктуру. Вона є функціональною підсистемою аграрного ринку, його функціональною складовою і відображає особливості здійснення обмінних операцій, торгівлі сільськогосподарською продукцією та продовольством. Одночасно з генерацією ринкових цін вона має виконувати і техніко-економічне завдання сприяння так званому товаропросуванню, тобто переміщенню товарних мас від виробника до споживача. Фізична ринкова інфраструктура включає систему підприємств різних організаційно-правових форм, що виступають ареною фізичної взаємодії покупців та продавців, попиту та пропозиції. В залежності від конкретних особливостей окремих товарів, як предметів обміну, використовуються такі елементи ринкової інфраструктури: товарні біржі, ф'ючерсні біржі, оптово-продовольчі ринки, ярмарки, аукціони, міські ринки, магазини, ларки, палатки. Ближчим часом дістане розвиток електронна торгівля з використанням спеціалізованих інформаційних систем як елементів ринкової інфраструктури. Стимулююча означає заохочення виробництва потрібних споживачеві товарів. Інша форма її прояву – визначення ступеню суспільної необхідності та значимості вироблених товарів.

Селективна функція виконується за допомогою конкуренції. Суть її в тому, що за рахунок дії об'єктивних економічних законів (попиту та пропозиції) конкурентними важелями ринок здійснює відбір найбільш ефективних операторів з боку пропозиції. Витримати конкуренцію зможе лише той, хто запропонує споживачеві більш вдале поєднання ціни та якості.

Координаційно-управлінська функція означає забезпечення дотримання суто ринковими важелями бажаних пропорцій в обсягах виробництва та збуту сільськогосподарської продукції та продовольства в рамках агропромислового комплексу країни з урахуванням зовнішньоекономічних зв'язків [3, с.8].

Але на сьогоднішній день сільськогосподарським підприємствам досить важко працювати в умовах вільного ринку. Важко не погодитись з думкою Близнюка С. В., що у продовольчому комплексі країни та її регіонів склалися певні протиріччя між виробниками сільгосппродукції, її переробниками та виробниками продовольчих товарів, оптовою та роздрібною торгівлею, що призвело до дезінтеграції продовольчого ринку, зростання витрат на просування продовольчих товарів і, як наслідок, до підвищення роздрібних цін та певних труднощів в оцінці реальних потреб, обсягу та структури попиту населення, формуванні асортименту у роздрібній торговельній мережі, розробці ефективних, адаптованих до соціально-економічних умов того чи іншого ринкового сегмента маркетингових стратегій виробників продовольчих товарів та торговельних підприємств.

У цих умовах потрібні побудова та впровадження ринкового економічного механізму, який би забезпечив динамічну рівновагу між попитом та пропозицією, головною складовою якого має бути маркетинг, як основа сучасного управління ринковими процесами, як визначена форма усунення протиріч між виробництвом і споживанням [2, с.29].

За умов адміністративно-планової економіки СРСР існувало два канали реалізації сільськогосподарської продукції: державні закупівлі та колгоспний ринок. А вже, починаючи з перших років незалежності нашої держави, з'явилися нові форми торгівлі сільськогосподарською продукцією. Ринок характеризувався великою кількістю державних і приватних суб'єктів ринку. Були сформовані нові канали просування

продукції від виробника до споживача. На сучасному етапі склалися такі канали збуту продукції: бартер, власна роздрібна мережа, реалізація на ринку, на біржах і аукціонах, населенню через систему громадського харчування та натуроплата. У приватному секторі в останні роки здійснюється близько 90 % обсягів виробництва, переробки, реалізації сільськогосподарської продукції.

Ринкові відносини та їх розвиток в АПК України мають ряд особливостей. Вони зумовлені особливостями міжгалузевих і міжгосподарських зв'язків, що охоплюють послідовно процес виробництва, заготівлі, переробки і реалізації сільськогосподарських продуктів, а також виробництво засобів виробництва для сільського господарства. На засоби виробництва I сфери АПК, а також на продукцію і послуги виробничої інфраструктури ціни встановлюються вільно. А от щодо цін на сільськогосподарську продукцію, то вони майже завжди встановлюються заготівельними організаціями. Переробні підприємства формують свої закупівельні ціни, які не в змозі покрити витрати аграрних виробників. Така ситуація на ринку не сприяє ефективному функціонуванню аграрних підприємств.

Підсумовуючи вище сказане, можна визначити особливості аграрного ринку:

- щоб задовольнити фізіологічну потребу в харчуванні на ринку представлені товари першої необхідності;
- безпечність споживання продукції та її якість залежать не тільки від технології виробництва і якості сировини, а й від умов та строків зберігання і реалізації продукції;
- споживання продуктів харчування залежить від кліматичних умов розташування аграрного ринку, а також національних традицій населення;
- фізіологічні можливості людини, а також встановлені нормативи раціонального харчування впливають на обсяг споживання продуктів;
- територіальний розрив між виробниками сільськогосподарської продукції та її споживачами детермінує існування між ними посередницької ланки;
- сільське господарство пов'язане із використанням такого засобу і предмету виробництва як земля;
- для ринку аграрної продукції, в тому числі молока та молочних продуктів, характерна нееластичність попиту.

З метою вивчення економічної ситуації, яка складається на аграрному ринку, визначається його кон'юнктура та чинники, що впливають на неї. Для цього аналізують обсяги виробництва в динаміці, зокрема кожного виду продукції окремо, таким чином, встановлюють розмір пропозиції конкретного виду продукції. Проводять розрахунки виробництва на перспективу. При аналізі споживання використовують дані про витрати споживачів, а також їх доходи, проте, це не повна інформація, що відображає стан споживання продукції на ринку. Тому розрахувати фактичний попит на аграрну продукцію не просто. Універсальним показником економічної ситуації, що склалася на ринку вважають ціну. Оскільки саме ціна відображає співвідношення попиту та пропозиції на ринку.

**Висновки.** Проблеми співвідношення попиту та пропозиції на ринку аграрної продукції в Україні не приділялося належної уваги. За панування адміністративно-командної системи вивчалася лише пропозиції та прогнозувалися її обсяги на майбутнє без врахування попиту на відповідну продукцію. Це призводило до перевиробництва одного товару і дефіциту іншого. Ця проблема залишається актуальною і досьогодні. Досліджувати аграрний ринок потрібно з позицій пропозиції та попиту з урахуванням специфіки природних, демографічних, екологічних, соціальних, психологічних, економічних факторів впливу на його розвиток.

## Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г., Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції: теоретико-методологічний аспект / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 29.
2. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С. В. Близнюк. – К.: ІВЦ «Видавництво Політехніка», 2003. – 384 с.
3. Коваленко Ю. С. Макроекономічний аналіз аграрного ринку України (науково-методичні рекомендації) / [Ю. С. Коваленко, І. В. Охріменко, І. М. Зеліско та ін.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 82 с.

*Summary.* Considered to ensure the efficiency of the agricultural market, depending on the functions that it performs and its structuring. Its main components and subsystems.

*Key words:* agricultural market, features of market, structuring.

УДК [330.3] (043.2)

*Дерій Ж.В., к.е.н., доцент Чернігівського державного технологічного університету*

## МІСЦЕ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ

*У статті показано сутність економіки знань, роль та місце в ній людського капіталу.*

*Ключові слова:* економіка знань, людський потенціал, людський капітал, інновації, капіталізація.

**Постановка проблеми.** Сучасний світовий розвиток визначається наступними факторами: значним підвищенням ролі теоретичних знань та науки; зростанням частки третинного сектору економіки – сфери послуг; розвитком сучасних інформаційних технологій та високотехнологічних галузей

Формування системи «наука – освіта – технологія – інновація – виробництво» сьогодні визнано головним орієнтиром розвитку постіндустріальних суспільств та єдиний можливий шлях до підвищення конкурентоспроможності і динаміки прогресу України зокрема.

Наукові дослідження дають людині нові знання, які трансформуються у технології та продукти наукоємного виробництва, стимулюють зростання продуктивності праці, зниження матеріало- та енергоємності, підвищення конкурентоспроможності суспільного виробництва, прискорюючи темпи накопичення суспільного прибутку, змінюючи мотивацію трудової діяльності, і тому виступають фактором постіндустріального економічного зростання. Саме тому актуальним є вивчення питань щодо ролі людини, людського потенціалу в системі економіки знань.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В різних аспектах проблему людського капіталу досліджують як вітчизняні так і закордонні науковці, а саме І.Булеєв, Н.Брюховецька, Н.Ушенко, Л.Федулова та ін.

Вивченням проблеми людського капіталу та людського потенціалу займаються В.Антонюк, О.Грішнова, Е.Лібанова та ін., проте незважаючи на значну кількість публікацій, вважаємо за актуальне глибше дослідити питання щодо ролі людського потенціалу у системі економіки знань.

**Метою даного дослідження** визначення особливостей людського капіталу на сучасному етапі, коли економіка позиціонується як економіка знань.