

Професія бухгалтера набуває універсального характеру. Тому бухгалтера повинні володіти достатнім рівнем знань як з облікової роботи, так й вміти виконувати функції ревізора та фінансового аналітика.

Отже, ділова репутація, імідж та кваліфікація керівників, головних бухгалтерів, керівників відокремлених підрозділів фінансових установ, фізичних осіб, які безпосередньо чи опосередковано мають істотний вплив у фінансових установах, повинні бути бездоганними.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лазебник Л. Л. Міжнародна економіка: курс лекцій / Л. Л. Лазебник. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2010. – 219 с.
2. Мотриченко В. М. Особливості поширення ТНК на економіку України [Електронний ресурс] / В. М. Мотриченко, М. П. Овчарук // Електронне наукове видання міжнародний науково-практичний журнал «Фінансовий простір». – Черкаси, 2013. – № 3 (11). – С. 13–18. – Режим доступу: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1303/13omprot.pdf>
3. Офіційний сайт Конференції ООН з торгівлі та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctad.org>

**Смирнова Т. А., Міхляєва Д. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ**

Сучасне значення аграрного менеджменту може визначатись як господарська діяльність з організації та координації виробництва в аграрних підприємствах з метою збільшення прибутку у стратегічній перспективі, а також досягнення специфічних для кожного власника бізнесу чи управлінця системи комерційних цілей. Важливою особливістю ведення бізнесу аграрної сфери є те, що у практичній площині більшість випадків свідчать про те, що можливим є поєднання функцій власника і менеджера. Особливого значення форма власності не має: чи то фермерське господарство, чи приватне сільськогосподарське підприємство, або товариство з обмеженою відповідальністю, кооператив чи акціонерне товариство. Практично поєднання функцій власника і управлінця прямо чи опосередковано можливе в усіх організаційно-правових формах підприємств.

Головним засобом виробництва в аграрному секторі є земля, натомість у промисловому секторі – технології, обладнання, транспорт, будівлі. У сільськогосподарській діяльності економічний процес відтворення щільно пов'язаний з природним середовищем. Засобами виробництва, які використовуються, є тварини та рослини, розвиток яких здійснюється відповідно до біологічних циклів. Така особливість виробничих процесів викликає необхідність менеджера у його діяльності проявляти особливе ставлення виконавців до засобів та предметів виробництва.

Аграрний бізнес, порівняно з іншими галузями народного господарства має більшу залежність від особливостей кліматичних умов, які безпосередньо

прямо впливають на управління виробництвом та системою логістики, що дозволяє ефективно просувати продукцію. Природні та кліматичні умови є важливим чинником для визначення спеціалізації сільськогосподарського підприємства, що зумовлює особливості його організації на конкретній географічній зоні.

На відміну від промислової сфери, де зазвичай відбувається поточний рух предметів та засобів праці, а основні виробничі фонди зосереджені в одному місці, у сільському господарстві рухається тільки знаряддя виробництва, а саме предмети праці – рослини та тварини – знаходяться локально в одній зоні. Це чинить вплив на формування витрат виробництва, оскільки призводить до значних потреб у механізмах; затрат на логістику, транспортування та зберігання продукції. Це зумовлює «певні особливості операційного менеджменту, пов'язані з необхідністю мінімізації витрат на виробничі процеси протягом всього циклу виробництва» [1].

Менеджерами для ефективності управлінської діяльності застосовуються п'ять основних функцій аграрного менеджменту: планування, організація, робота з персоналом, управління й контроль.

Основне завдання планування як функції управління полягає у визначенні того, що, коли, де і хто повинен виконувати. Тому ця функція займає первинне місце серед усіх інших функцій менеджменту. Від неї залежить увесь процес встановлення стратегічних цілей, визначення завдань, які спрямовані на запланований комерційний результат. Особливість планування в менеджменті характеризується наявністю безперервного процесу, що передбачає та аналіз, і прогнозування результату; безпосередню розробку системи планів, їх виконання; здійснення контролю й оцінювання їх виконання; коригування та адаптацію запланованих показників відповідно до встановлених відхилень, що виявлені в процесі попереднього та поточного контролю.

Організація в аграрному менеджменті є об'єднанням існуючих природних та виробничих ресурсів для виконання певних робіт з максимальним економічним ефектом. Менеджери повинні створити такий організаційний процес, завдяки якому нові структурні рішення та виконавці втілили б у життя ті плани окремих видів діяльності, які дозволяють реалізувати бізнес-стратегію. Функція менеджера полягає також в ефективному розподілі повноважень і обов'язків серед працюючих та координувати їх поточну діяльність, враховуючи професіоналізм та досвід роботи. Виконавці робіт повинні чітко розуміти свою відповідальність, і, як результат, вони мотивовані самостійно приймати виробничі рішення. Від знань, професіоналізму й мистецтва управління менеджерів у правильно обраній системі управління в організації залежить успішний результат очолюваної ним структури.

Така функція менеджменту, як робота з персоналом, або менеджмент персоналу є дуже важливою. Це може пояснюватись особливістю виявів цієї функції на аграрному підприємстві. По-перше, аграрний бізнес, як правило саме в сезон, не може обійтись без залучення додаткової робочої сили та транспортних засобів. Це викликає постійну необхідність у додатковому наборі й зміні розстановки працівників, враховуючи їх спеціалізацію. По-друге,

існують особливості в організації матеріального стимулювання робітників, пов'язані з умовами їхньої роботи та зацікавленістю у кінцевому результаті.

Заключна функція контролю також належить до основних функцій управління. Ця функція має на меті зворотній зв'язок з усіма функціями, та повинна забезпечувати дотримання запланованих заходів та давати менеджеру поточну інформацію про результати виконання. Встановлюючи причини відхилень менеджер повинен розробити дієві коригувальні дії, що забезпечать виконання планових завдань, а також адаптувати виробничі процеси в умовах невизначеності бізнес-середовища та природних ризиків [2].

#### **Список використаних джерел:**

1. Рогач С. М. Економіка і підприємництво, менеджмент / С. М. Рогач, Т. А. Гуцул, В. А. Ткачук та ін. – К.: ЦП «Компринт», 2015. – 714 с.
2. Дем'яненко С. І. Менеджмент : навч. посібник / С. І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2010. – 347 с.
3. Тімар І. В. Проблеми реалізації експортного потенціалу малих сільгоспвиробників в Україні / І.В. Тімар, К. П. Рябук // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 3. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації. – Дніпро: Біла К.О. – 2018. – С. 99–102.
4. Рябук К. П. Аналіз експорту продукції агропромислового комплексу України/ К. П. Рябук, І. В. Тімар // Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі» (8 декабра 2017 года). – Т. 1. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – С. 224–227.

**Смирнова Т. А., Яромич Л. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ПАБЛІК РІЛЕЙШЕНЗ**

#### **ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Важливим аспектом оцінки організації та її загального сприйняття є імідж, тобто враження, яке вона справляє. Формування позитивного іміджу для організації – процес більш вигідний і менш трудомісткий, ніж виправлення несприятливого образу, що вже сформувався.

Говорячи про імідж організації, ми, як правило, маємо на увазі корпоративний імідж, а саме сприйняття організації групами громадськості. Позитивний корпоративний імідж є необхідною умовою для досягнення фірмою стійкого і тривалого ділового успіху. По-перше, усталений імідж організації дає ефект придбання нею певної ринкової сили, що призводить до зниження чутливості до ціни. По-друге, такий імідж зменшує заміненість товарів, отже, захищає організацію від атак конкурентів та зміцнює позиції щодо товарів-замінників. І, по-третє, стійкий імідж полегшує доступ фірми до різного роду ресурсів: фінансових, інформаційних, людських тощо.

Розвиток глобальних інформаційних комунікацій, глобалізація ринків і методів ділової активності, застосування потужних систем підтримки рішень