

5. Порфіренко В.І. Впровадження модульних електробусів як шлях зменшення заторів та забруднення повітря в містах мегаполісах. / В.І. Порфіренко, Д.П. Дехтяренко // Збірник міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційне підприємництво, менеджмент, фінанси: стан, аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток». – Науково-практичний журнал «Економічні студії», м. Львів: 2019.-Випуск 4(26).- С.27-29.

Похиленко Н., к.е.н.

ННЦ «Інститут аграрної економіки»,
м. Київ, Україна

ЗМІНИ ФОКУСУ ОЦІНКИ ВПЛИВУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ДОРАДНИЦТВА

Вступ. В умовах обмеженості фінансових ресурсів України, інвестиції в сільськогосподарське дорадництво вимагають підтвердження їх раціональності застосування. З огляду на це, критичним постає визначення фокусу оцінки впливу сільськогосподарського дорадництва, адже законодавчо визначений підхід до тематичного спектру дорадчої діяльності передбачає надання інформаційних послуг не лише виробничого характеру із врахуванням екологічної складової, а й соціального [1, 2], що відповідно вимагатиме встановлення закономірностей впливу сільськогосподарського дорадництва як на сталий розвиток сільських територій так і на різні аспекти життєдіяльності селянина.

Основна частина. Встановлено, що перші дослідження економічних вигод від застосувань нововведень, проведені в кінці 50-х рр. ХХ століття, ґрунтувались на ототожненні їх з результатами наукових розробок. Однак, визнання з кінця 70-х рр. ХХ століття взаємодоповнюваності впливу наукових досліджень та організації їх впровадження (дорадництва) з метою підвищення продуктивності сільськогосподарських підприємств утворило підґрунтя у розумінні впливу сільськогосподарського дорадництва як скорочення часу відставання між розвитком нових технологій та їх реалізацією. Тобто вплив сільськогосподарського дорадництва вимірювався через сукупний ефект наукових розробок та їх дорадчого супроводу, де передача інновацій сприймалась як лінійний процес: від дослідницьких (наукових) центрів через впроваджувальні організації до виробників сільськогосподарської продукції. В цій моделі передачі інновацій їх постачальниками виступали люди з більшими повноваженнями (державні службовці, дослідники, тощо), а споживачами менш освічені і бідніші виробники, які виступали в якості пасивних одержувачів технологій. Відповідно такий вплив визначався з точки зору підвищення рівня сприйняття результатів сільськогосподарських досліджень.

Подальші дослідження були зосереджені на визначенні впливу наукових розробок та освіти фермерів (як основної цільової групи) на продуктивність сільськогосподарського виробництва, де під освітою фермерів мається на увазі спроможність розширення до певної межі знань і навичок фермерів під впливом сільськогосподарського дорадництва.

Підхід до визначення економічної ефективності сільськогосподарських дорадчих служб через формування людського капіталу (фермерів) є виправданим з точки зору впливу людських можливостей на процеси економічного зростання. Адже, за Дж. С.Гілл [3, С. 5], ще такі економісти як А. Сміт та Й. Шумпетер зауважили, що людські можливості відіграють важливу роль в економічному розвитку завдяки підвищенню продуктивності праці та розвитку підприємницьких навичок. Як повідомляє Дж. С.Гілл [3, С. 5], дослідження Т.В. Шульца, Г. Беккера представили поняття людського капіталу та людських ресурсів, а проблеми його розвитку та роль у розвитку громад і навіть націй, підняті Гінзбергом, сформуvalи теоретичне підґрунтя для розуміння кумулятивного характеру процесу придбання знань та розвитку навичок через навчальну складову дорадчої діяльності. Однак, саме кумулятивність та довгостроковість процесу розвитку людських ресурсів забезпечує методологічну невизначеність при визначенні часових меж та обсягів повернення інвестицій в дорадчу діяльність. А оскільки підзвітність дорадчої діяльності вимагає представлення короткострокових її результатів, то дослідження впливу дорадчої діяльності не в повній мірі відображає переваги, отримані від таких зусиль.

Проблема адекватності оцінки ефективності системи дорадництва, як доводить Джахара Гілл, лежить і в площині цільової аудиторії.

По-перше, з огляду на поширеність новації, адже дослідження Еверетта Роджерса [4] засвідчили нерівномірність активності аудиторії до сприйняття та пошуку інформації розподіляючи їх на новаторів, ранню та пізню більшість, відсталих. Тому оцінка дорадчої діяльності через продуктивність активніших фермерів підвищується, однак не виключає зростання внеску самими фермерами.

По-друге, недооціненим залишається ефект мультиплікатора, за яким інформація, що надходить від дорадників до фермерів через прямий контакт є доступною й іншим фермерам завдяки неформальним контактам між фермерами. Адже, якщо оцінка впливу дорадчої діяльності вимірюється лише за даними контактів дорадників і споживачів їх послуг, то підвищення продуктивності, зумовлене опосередкованим дорадчим впливом, залишається не облікованим.

По-третє, наявність формальної освіти фермерів має значний вплив на ступінь дорадчого впливу. Дослідження Дж.С. Гілл праць Боумена дозволили йому виділити континуум інформації для дрібних фермерів. Так, один полюс континууму інформації може бути позначено як «формування компетенцій», а з іншого – як «передача інформації». Зазначається, що основні компетенції (грамотність, база даних та загальні когнітивні навички) найкраще формуються через школи чи подібні до них установи, а найкращу передачу інформації (наприклад, поліпшення управлінських навичок, вивчення кращих практик застосування добрив, насіння, догляду за тваринами тощо) можуть забезпечити різноманітні інституційні та неінституційні рамки, в тому числі дорадчі служби. Тому передача інформації сприймається лише з точки зору економічних вигод, однак компонент розвитку компетенцій у фермерів матиме відображення і в інших аспектах життєдіяльності фермерів, що заохочує його до критичного мислення [3, С. 7].

Отже, справедливим є твердження Дж. С. Гілл щодо необхідності застосування збалансованої оцінки результатів дорадчої діяльності, щоб «враховувати бажані результати з точки зору зміни поведінки, але більш конкретно з точки зору підвищення продуктивності виробництва, підвищення ефективності та збільшення доходів» [3, С. 9].

Дорадча (екстенсивна) діяльність може реалізовуватись за трьома напрямками, як стверджують Я. Христофлос, П. Сандісон, С. Чипета [5, С. 12]. Вони пропонують до кожного з них застосовувати власний комплекс оціночних показників.

До першого напрямку автори відносять дорадчу діяльність, зосереджену на обміні технологічної інформації, що стосується знань про технології, нові дослідження, ринки, фінансові послуги, кліматичні зміни, перевірки на виробництві та практичну адаптацію нових технологій на практиці, встановлення зв'язків фермерів та науковців. Оцінювання такої дорадчої діяльності буде розглядатися з точки зору адаптації технологій та рівня знань про них серед користувачів.

З умов, що дорадча діяльність сфокусована на рекомендаціях щодо управління фермерськими господарствами та бізнес-процесами, а саме: консультації окремих фермерів, фермерських організацій, кооперативів стосовно того, як досягти ринків; розвиток навиків управління бізнесом серед дрібних фермерів та інших місцевих підприємців; підтримка процесів інституційного розвитку та організаційних інновацій; розвиток неформальних та формальних фермерських організацій та сільських молодіжних організацій та надання їм допомоги у формулюванні їх вимог; юридичні та податкові консультації – оцінювання дорадчої діяльності буде зосереджена на організаційному та діловому розвитку, а результати, які будуть оцінені, будуть носити організаційний характер і складаються з змін у бізнесі та нових формах виробничих мереж.

Дорадчі послуги можуть мати також посередницький характер у сфері розвитку сільських районів та ланцюгів вартості. Така діяльність буде зосереджена на встановленні зв'язків бідних та заможніших фермерів чи інших членів сільськогосподарського співтовариства з установами, що пропонують навчання та освіту в сферах, пов'язаних з аграрним сектором; на сприянні зв'язків між фермерами, їх організаціями та громадськістю; на сприянні розробці більш адаптивної політики та програм шляхом полегшення зворотного зв'язку з фермерами, місцевими підприємцями та консультантами; на сприянні доступу до послуг, що не поширюються на сільське господарство, такі як страхові, фітосанітарні та сертифікаційні послуги, а також програми державних субсидій, включаючи оплату за екологічними програмами; на сприянні доступу до кредитів для фермерів та місцевих підприємців; на медіацію в конфліктах щодо природних ресурсів. Оцінювання цих видів послуг буде зосереджуватися на результатах у формі змін у взаєминах між учасниками ринку та ланцюгів вартості, а також оцінить можливості та успіх фермерів чи місцевих підприємців щодо зв'язків з ринком.

Висновки і пропозиції. Отже, налаштування фокусу оцінювання впливу сільськогосподарського дорадництва вимагає застосування ситуаційного підходу на основі врахування тематичного спектру дорадчої діяльності та особливостей сприйняття цільової аудиторії. Ефект від сільськогосподарської дорадчої діяльності може бути визначеним на основі збалансування показників її оцінювання, які мають враховувати не лише показники змін продуктивності виробництва та збільшення доходів в короткостроковій перспективі, а й фактори опосередкованості впливу на поведінку цільової аудиторії в частині підвищення продуктивності праці та розвитку підприємницьких навичок, а також закономірності відстрочення й акумуляції наслідків такого впливу.

Використана література:

1. О.Мединська Деякі аспекти розвитку сільського господарських дорадчих служб./електор ресурс http://conftiapv.at.ua/publ/konf_14_15_zhovtnja_2010_r/dejaki_aspekti_rozvitku_silskogospodarskikh_doradchikh_sluzhb/3-1-0-248 (дата звернення 17.05.2017 р.)
2. Про сільськогосподарську дорадчу діяльність: Закон України від 17.06.2004 р. № 1807-15 / Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1807-15> (дата звернення: 24.07.2019).
3. Dhara S. Gill. Returns to Expenditure on Agricultural Extension Services: Evidence Literature. Staff Paper 89-19. URL: <https://ageconsearch.umn.edu/bitstream/232441/2/ualberta-staffpapers-89-19.pdf> (дата звернення 10.05.2017 р.)
4. Rogers J. D. Technology extension services. The Innovation Policy Platform World Bank, 2013. 1-14 р. URL: https://www.innovationpolicyplatform.org/sites/default/files/rdf_imported_documents/TechnologyExtensionServices_0.pdf (дата звернення 17.06.2018 р.)
5. Christoplos I., Sandison P., Chipeta S. Guide to evaluating rural extension. GFRAS. Switzerland, 2012. URL: www.g-fras.org/en/knowledge/gfras-publications/file/78-guide-to- (дата звернення 6.10.2019 р.)

Пчелянська Г., к.е.н., доц.,
ВТЕІ КНТЕУ, м. Вінниця, Україна

ФАКТОРИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Вступ. Здійснення маркетингової цінової політики сучасного підприємства незалежно від галузі та виду діяльності буде залежати від впливу різноманітних факторів, виникнення яких суб'єкт господарювання дуже часто не здатний контролювати. Тому ґрунтовний аналіз факторів маркетингового ціноутворення, який полягає в ідентифікації, дослідженні ступеня впливу різноманітних чинників, на сьогодні, є надзвичайно актуальним та дочасним.

Основна частина. Ринкове ціноутворення базується на загальних об'єктивних і суб'єктивних законах, що діють у суспільстві. Основними з них є закони вартості, попиту, пропозиції, товарно-грошового обігу, корисності благ. Саме вони визначають особливості ціноутворення й подальшу політику його на підприємстві. При ринковому ціноутворенні реальний процес формування цін відбувається не на виробництві, не на підприємстві, а у сфері реалізації продукції,