

during transport and related operations and amending Directives 64/432/EEC and 93/119/EC and Regulation (EC) No 1255/97).

3. Директива Європейської комісії «Про захист тварин під час перевезення (транспортування)» (Council Directive of 19 November 1991 on the protection of animals during transport and amending Directives 90/425/EEC and 91/496/EEC).

**Жигулін Олександр Андрійович**

к.т.н., доцент кафедри життєдіяльності та природокористування  
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

**Англиковський Владислав Володимирович**

студент

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

**Жигуліна Наталя Олександрівна**

студентка Київського інституту КБІД та технології

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГО-ЕКОМІЧНА МОДЕЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КРИЗИ**

**Актуальність.** Наростаючий вплив епідемій на людство вимагає від науковців нетрадиційних підходів до коригування теоретико-методологічних засад й практичних рекомендацій щодо розвитку бізнесу. Оскільки продовольча безпека є пріоритетною в умовах глобальної кризи, то особливу увагу заслуговує дослідження розвитку агробізнесу.

**Огляд наукової літератури та публікацій.** В науковій літературі дану проблему рекомендується вирішувати на засадах моделей антикризового управління, яке передбачає відновлення фінансової стабільності через розпродаж спочатку не виробничих, а згодом й основних виробничих фондів [1]. Даний підхід є неефективним в умовах затяжної глобальної кризи. Пом'якшує вплив наслідків кризи, але повністю не вирішує проблему розвитку агробізнесу використання людиноцентризму (розвиток сільських територій [2]) та логістики (економія на обслуговуванні матеріальних потоків [3]).

Невирішеною є проблема кардинального перегляду усього існуючого теоретико-методологічного інструментарію щодо питань розвитку агробізнесу.

Метою дослідження, результати якого викладено у статті, є розробка соціально-еколого-економічної моделі конкурентоспроможності агробізнесу в умовах глобальної кризи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Боротися з наслідками впливу на людство негативного явища можливо тільки за умови встановлення його першопричини. Такою причиною, на нашу думку, є порушення умов розвитку людини у гармонії з природою та суспільством.

Невирішеною є проблема гармонії розвитку людини й природи (рис. 7).



Рис. 7. Єдність напрямів екологічного, соціального й економічного розвитку людини інформаційного суспільства

Практика показує, що соціально-екологічно-економічно збалансованої моделі розвитку, де найвищою цінністю є людина, не існує навіть у країнах з розвинутою економікою й демократією (ЄС, США т. ін.).

США, наприклад, вийшли в 2017 році з екологічної угоди між 170 країнами про обмеження викидів CO<sub>2</sub> у атмосферу й перехід на екологічно чисту енергію для збереження клімату [5]. У 2020 році економіка США є лідером втрат від вірусу covid-19, а економіка Китаю, як країни, на території якої з'являються віруси, може суттєво втратити від припинення діяльності крупних компаній (Apple, Google, Amazon, Microsoft, HP, Dell, Sony, Nintendo, Acer, Asustek т. ін.). Виробництво продукції переноситься на території В'єтнаму, Таїланду, Індонезії, Філіппін і Тайваню або до країн-розробників технологій (США, ЄС т. ін.).

Країни, де порушені умови соціального розвитку, втрачають конкурентоспроможність. Прикладом є перемога японського менеджменту позитивного найму й відмови від непродуктивних операцій на основі інформаційних технологій над американським, коли дані операції автоматизуються, а персонал періодично звільняється [6].

Перелічене свідчить про те, що у теперішніх умовах господарювання кожна управлінська модель повинні бути націлені на розвиток людини та враховувати екологічну, соціальну й економічну ефективність.

Соціально-еколого-економічна модель логістичного управління конкурентоспроможністю агробізнесу в умовах глобальної кризи наведено на рис. 8.



**Результат управління:**

Підведення підсумків відновлення й розвитку конкурентоспроможності підприємницьких структур агробізнесу (відновлення стану конкурентоспроможності, підвищення рівня конкурентної стійкості) в коротко- та довгостроковій перспективі

Рис. 8. Соціально-еколого-економічна модель логістичного управління конкурентоспроможністю агробізнесу в умовах глобальної кризи

Урахування економічної, соціальної й екологічної ефективності в умовах інформатизації суспільства й глобальної кризи можливе за рахунок людиноцентризму й логістики. Перший реалізовується за допомогою стейкхолдер менеджменту (урахування інтересів усіх), а друга – відмову від непродуктивних операцій у логістичному ланцюгу (постачальник – підтримка виробництва – споживач).

Особливістю запропонованої моделі є, по-перше, включення у число зацікавлених сторін споживача, підприємця, працівника й розробника стандартів (представника держави). Задоволення інтересів усіх створює синергетичний ефект спільного розвитку. Це те, чого не вистачає людству для виходу із кризи, а підприємствам – із стану неконкурентоспроможності.

Друга особливість моделі полягає в урахуванні існування комплексу основних споживчих властивостей товарів (економність, якість, креативна диференціація) та пов'язаних з ним форм прояву специфічних економічних законів (попиту, пропозиції, підвищення продуктивності праці, стандартизації), базових конкурентні стратегії (економія на витратах, висока якість, креативна диференціація), методів управління підвищенням конкурентоспроможності, складових моделі й механізмів оцінки, відновлення й розвитку конкурентоспроможності та переведення підприємницьких структур агробізнесу в атрактор стійкого розвитку, процесів управління конкурентоспроможністю (відновлення стану конкурентоспроможності, підвищення рівня конкурентної стійкості), концепцій управління підвищенням конкурентоспроможності у залежності від типу дисипативної структури виробничої діяльності (економно-, якісно-, диференційно-дисипативна) [7].

Синергетичний ефект у розвитку підприємницьких структур агробізнесу можливий за умови, по-перше, задоволення потреб у розвитку споживача й усіх учасників конкурентного процесу, а по-друге, урахування особливостей розвитку кожного учасника: споживач бажає розвиватися через споживання економічних продуктів харчування, креативної реклами продуктів харчування,

якісної сільськогосподарської техніки; розвиток бізнесу підприємця можливий через використання однієї з конкурентних стратегій: економія на витратах – сільськогосподарські підприємства, висока якість – агромашинобудування, креативна диференціація – агровиставковий і рекламний бізнес, програмне забезпечення й логістичне управління технологічними процесами з безпілотними тракторами й комбайнами; працівник з певним кодом типу особистості (динамік, статик-раціоналізатор з якості, інтуїтив-творець) бажає розвиватися через участь у виробництві або динамічного, або якісного, або креативного товару; розробник стандартів закріплює позитивні зміни у нормативах при виробництві або економних, або якісних, або креативних товарів.

В науковій літературі умови одержання синергетичного ефекту, коли усі складові процесу не суперечать, а посилюють один одного, наведено через формування стійких дисипативних структур діяльності (рис. 9).

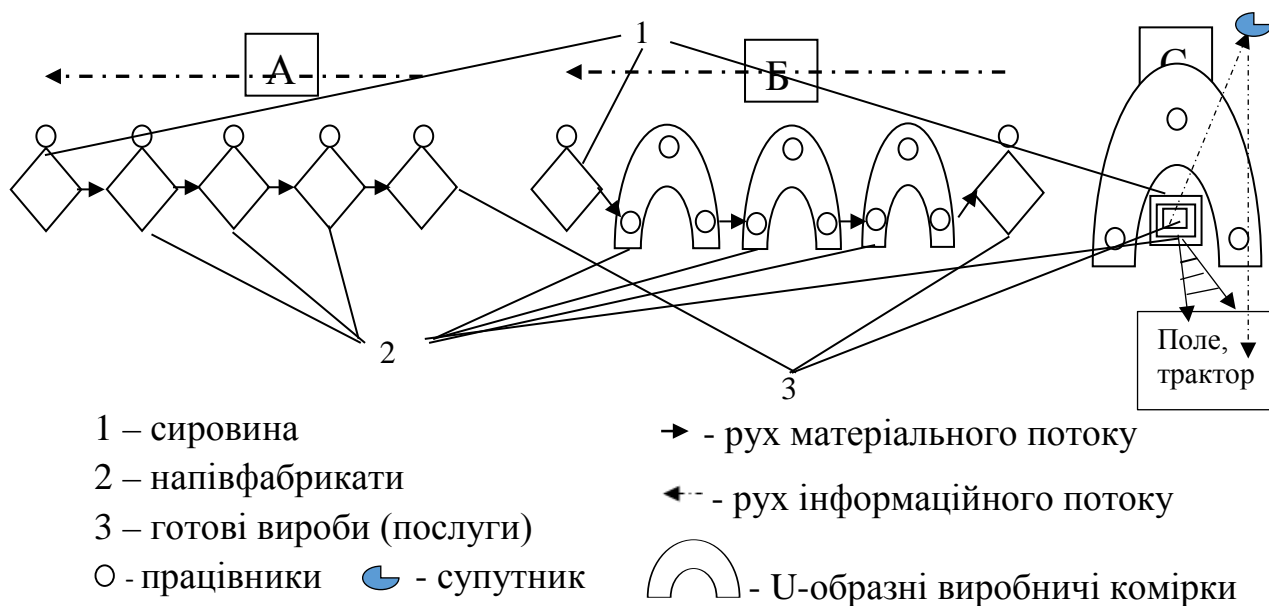


Рис. 9. Схема розміщення виробів якісній (Б), диференційній (С) дисипативних структур діяльності

Структури А в літературі описані як «розміщення виробу», Б – «розміщення технологічного процесу», а С – «фіксоване розташування потужностей». Дані структури пристосовані для масового (А), серійного (Б) й індивідуального (С) виробництва.

Окрім особливостей розміщення потужностей структури відрізняються орієнтацією на певну конкурентну стратегію й вимогами до методів управління функціональними видами діяльності.

Вимоги до методів підвищення конкурентоспроможності підприємств агробізнесу, які реалізують базову конкурентну стратегію «економія на витратах», різняться залежно від функціональних видів діяльності. Так при формуванні продукту має місце висока стандартизація в межах інформування споживача про можливість економити кошти у разі придбання продукції та високу продуктивність підприємства; у процесі збуту – демонстрація високої продуктивності підприємства; виробництва – масовий випуск високостандартизованих товарів за допомогою розміщення виробничих потужностей за типом «розміщення виробу», продуктивний операційний цикл і матеріально-технічне забезпечення, контроль якості та оперативне управління, використання суміщення професій та автоматизоване управління інформаційними потоками; управління витратами – економічна мотивація працівників доплатами до заробітної плати за високу продуктивність праці; інвестування коштів у високопродуктивну техніку й технології; фінансів – забезпечення фінансовими ресурсами високопродуктивного виробничого циклу й збуту товарів.

Вимоги до методів підвищення конкурентоспроможності підприємств агробізнесу, які реалізують базову конкурентну стратегію «висока якість», відрізняються від наведених вище за видами діяльності щодо: формування продукту, яке передбачає впровадження підприємством системи тотального контролю якості; ціноутворення – пропорційність ціни рівню якості продукції; комунікацій – інформування клієнта про високу якість виробів; збуту – акцентування уваги споживача на високій якості продукту в процесі особистого продажу; виробництва – розміщення виробничих потужностей за типом «розміщення технологічного процесу», серійний випуск якісних виробів, для кожної серії продукції ланцюг матеріально-технічного забезпечення, управління якістю відділом контролю якості, операційне управління серійним виробництвом, серійна спеціалізація праці, управління інформаційними потоками для забезпечення якості виробів; управління персоналом – підбір працівників, які за психофізіологічними характеристиками здатні задовольняти потреби споживача в продуктах високої якості; управління витратами – нарахування премій за раціоналізацію у сфері якості; інвестування – придбання такої нової техніки й технології, які сприяють загальному зростанню рівня якості виробів; фінансів – фінансове забезпечення якісного виробництва.

Вимоги до методів підвищення конкурентоспроможності підприємств агробізнесу, які реалізують базову конкурентну стратегію «інноваційно-



креативна диференціація», такі: у діяльності щодо формування продукту передбачається створення інноваційно-креативного диференційованого продукту; у процесах ціноутворення – формування ціни, яка пропорційна новим властивостям продукту; рекламування – інформування споживача про креативні властивості продукту; збуту – демонстрація можливого різноманіття товарів; виробництва – розміщення виробничих потужностей за типом «фіксоване розташування», індивідуальне виробництво за спеціальним замовленням, матеріально-технічне забезпечення кожного замовлення, управління якістю відділом контролю якості, операційне управління виробництвом спрямоване на організацію індивідуального обслуговування, внутрішньоцехова творча спеціалізація праці, управління інформаційними потоками за технологією кан-бан у режимі он-лайн; управління персоналом – підбір працівників, які за психофізіологічними характеристиками здатні задовольняти вищі потреби споживача; управління витратами – премії за інновації; інвестування – купівля техніки й технології, які сприяють загальному зростанню рівня інноваційно-креативної диференціації виробів і послуг; фінансування – фінансове забезпечення виробництва інноваційно-креативної продукції або послуг.

Логістика є інструментом налаштування усіх бізнес-процесів на створення синергетичного ефекту спільного розвитку учасників конкурентного процесу. За допомогою її апарату усуваються непродуктивні й посилюються продуктивні логістичні операції. Результатом є прискорення руху матеріальних й інформаційних логістичних потоків і зменшення рівня запасів.

Соціально-еколого-економічна модель логістичного управління конкурентоспроможністю агробізнесу в умовах глобальної кризи пройшла апробацію й була схвалена у провідних наукових закладах України й країн ЄС (Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Подільський державний аграрно-технічний університет, Житомирський національний агроекологічний університет, Херсонський державний університет, Талліннський технологічний університет, «Бережанський агротехнічний інститут», Одеський державний аграрний університет, Національний університет харчових технологій, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Інститут проблем ринку та соціально-екологічних досліджень НАН України, Полтавська державна аграрна академія, Миколаївський

національний аграрний університет, Хмельницький національний університет).

### **Висновки:**

1. В умовах глобальної кризи на ринку залишаються лише підприємницькі структури агробізнесу з стійкими (дисипативними) структурами діяльності.
2. Соціально-еколого-економічна модель логістичного управління конкурентоспроможністю агробізнесу в умовах глобальної кризи дозволяє наблизити наукові досягнення вчених до вирішення актуальних проблем людства.

### **Список використаної літератури**

1. Івашук В. К., Нужна О. В. Стратегії антикризового управління. Економіка & держава, 2009. №11. С. 34–36
2. Талавиря М. П. Організаційно-економічний механізм державної підтримки розвитку сільських територій: монографія. К., 2008. 384 с.
3. Жигулін О. А. Логістика у механізації виробничих процесів як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур агробізнесу. Соціально-економічні проблеми аграрного розвитку регіонів: Всеукраїнська науково-практична конференція, м. Ніжин, 5 грудня 2018 року: тези доповіді. Ніжин, 2018. С. 92–95.
4. Стратегія впровадження моделі збалансованого розвитку України до 2030 року. URL: [http://search.ligazakon.ua/1\\_doc2.nsf/link1/Ж6YF1AA.html](http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/Ж6YF1AA.html)
5. Трамп оголосив про вихід США з Паризької угоди з клімату. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-40127491>
6. Жигулін О. А. Людино-центричний підхід в управлінні конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. Економіка АПК. 2018. № 10. С. 57–63.
7. Жигулін О. А. Управління конкурентоспроможністю підприємств аграрної сфери: [монографія]. Ніжин, 2016. 328 с.