

Таким чином, концепція корпоративної соціальної відповідальності буде результативно впроваджуватися в стратегічному управлінні суб'єктів господарювання. Тому можна прогнозувати поступове поширення концепції соціальної відповідальності у сучасних стратегіях господарювання та соціально-економічного розвитку українського суспільства. Отже, тільки сталий розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання на засадах соціальної відповідальності, конкурентоспроможності, модернізації виробництва здатний забезпечити узгодження та реалізацію інтересів усіх учасників соціального, екологічного та виробничо-економічного аспектів процесів відтворення.

Перелік посилань:

1. Ігнатенко М. М. *Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки* / М. М. Ігнатенко. – Херсон : Айлант, 2015. – 375с.
2. Котлер Ф. *Корпоративна соціальна відповідальність* / Ф. Котлер, Н. Лі // *Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства*; [пер. з англ. С. Яринич]. – К. : Стандарт. – 2005. – С. 4-6.
3. *Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в Україні : експертний аналіз* // Centre Corporate Social Responsibility Development, 2007. – 32 с.

ВСТАНОВЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО МИТА НА СОЮ ТА РІПАК ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

*А.В. Казанджі, аспірант
Одеський державний аграрний університет*

Сучасні реалії розвитку національної економіки свідчать, що агропромислове виробництво України здатне не тільки вирішити проблеми продовольчого забезпечення, але і реалізувати надзвичайно потужний зовнішньоекономічний агропродовольчий потенціал країни. Виняткову роль у функціонуванні АПВ відіграє олійно-жировий підкомплекс. Демонструючи стійкий розвиток протягом останніх років олійно-жировий підкомплекс виступає надійним фундаментом зміцнення продовольчої безпеки країни, базисом розширення її експортного потенціалу та джерелом надходження валютної виручки до державного бюджету, обсяги якої у 2015 році зросли до 5,5 млрд. дол. США [1].

Серед чинників, що сприяють розвитку підкомплексу слід відзначити: належні природно-кліматичні умови вирощування олійних культур на території України, переорієнтація в структурі харчування населення на олії і жири рослинного походження, зростання світового виробництва біодизельного палива тощо.

Зростаюча роль олійно-жирового підкомплексу у забезпеченні економічної безпеки України вимагає формування дієвої системи державної підтримки розвитку його експортного потенціалу.

Ще до 1999 року Україна позиціонувала себе як держава-постачальник олійної сировини на світовий ринок, чому сприяло відсутність будь яких обмежень на експорт цього виду сировини. Унаслідок неналежного державного контролю більша частина соняшнику, який був чи не єдиною олійною культурою, що вирощувалась в державі, експортувалась за кордон. В Україні виникла проблема забезпечення внутрішнього ринку соняшником олією, а виробничі потужності олієдобувних підприємств були завантажені на 25-30 %.

Розвиток олійно-жирового підкомплексу України почався з прийняттям Закону України «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур» в 1999 році [2], який передбачав впровадження експортного мита на насіння соняшнику в розмірі 23 %. В подальшому з прийняттям Закону України «Про внесення змін до деяких Законів України» [3] у 2001 році експортне мито було зменшено до 17 % та заборонено переробку соняшнику за кордоном на давальницьких умовах.

А з 2008 року після набуття Україною членства у СОТ набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур» [4], за яким діюча 17 % ставка мита на експорт насіння соняшнику щорічно повинна зменшуватися на 1 % (до 10 % у кінцевому періоді, яка діє на сьогоднішній день), як одне з умов СОТ.

Такі заходи дозволили переорієнтувати структуру експорту олійно-жирового підкомплексу від сировинної до готової продовольчої продукції та зробити Україну світовим лідером з виробництва та експорту соняшникової олії. За підсумком 2015-2016 МР частка України у світовому виробництві насіння соняшнику становить 28 %, а у виробництві соняшникової олії – 54,1 % [1].

Однак, якщо на світовому ринку соняшникового насіння та продуктів його переробки домінує продукція з доданою вартістю – олія та шрот, то ринки сої та ріпаку мають здебільшого сировинний напрямок. Так, за 2013-2015 рр. з України щорічно експортувалося більше 60 % врожаю сої та більше 90% врожаю ріпаку, що є наслідком відсутності митного обмеження на експорт цих олійних культур.

Такий масовий експорт сої та ріпаку стримує їх переробку всередині країни і робить Україну сировинним придатком для інших держав. Рівень завантаженості переробних потужностей у 2013-2015 рр. становив не більше 60 % [1].

Внутрішня переробка олійних культур, перш за все, сприяє зростанню виробництва та експорту продукції з доданою вартістю, забезпечуючи населення робочими місцями, а державний бюджет значними надходженнями.

Про необхідність впровадження експортного мита на сою та ріпак вже декілька років ведеться дискусія, і у 2014 році був зареєстрований законопроект, який передбачав ввести 15 % експортне мито на соєві боби, однак він не був підтриманий Урядом.

В 2015 році асоціація «Укроліяпром», звернулася до влади з проханням запровадити експортне мито на сою та ріпак, або ж принаймні не відшкодувати ПДВ при їх експорті. Однак, дана пропозиція також не була підтримана Урядом.

Введення експортного мита на насіння ріпаку та сої дозволить створити сприятливі умови для максимального залучення цих олійних культур на вітчизняні переробні підприємства і збільшити експорт продукції з більш доданою вартістю – олії та шроту.

Перелік посилань:

1. Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukroilprom.org.ua>.
2. Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур [Електронний ресурс] : Закон України від 10.09.1999 р. № 1033-XIV. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1033-14>.
3. Про внесення змін до деяких законів України [Електронний ресурс] : Закон України від 21.06.2001 р. № 2555-III. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2555-14>.
4. Про внесення змін до Закону України Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур [Електронний ресурс] : Закон України від 07.07.2005 р. №2773-IV. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2773-15>.

РУХ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В МЕЖАХ МІЖНАРОДНОЇ МЕРЕЖІ ГОТЕЛІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

М.О. Кальницька

А.О. Єрмакова, здобувач вищої освіти

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

На сьогоднішній день більшість топ-менеджерів визнає, що підтримка організаційної культури є невід’ємною складовою процесу успішного управління підприємством. Це обумовлено тим, що майже не можливо керувати незлагодженим колективом, котрий не має чітко сформульованої місії та спільних для всіх цілей.

Саме організаційна культура робить підприємство унікальним, спрямовує та узгоджує дії усіх співробітників. Вона має на меті допомагати їм у виконанні обов’язків та досягненні бажаних результатів. Організаційна культура – це модель ключових цінностей, вірувань і норм, спільних для всіх членів колективу, які передають новим членам колективу як істинні та єдино правильні. Це своєрідна аура організації, що об’єднує всі підрозділи й всіх членів колективу в єдиний організм, який злагоджено функціонує за визначеними правилами та процедурами й по суті спрямований на досягнення спільної мети [3].

Зрештою, культура організації – це її основна особистість, відображення того, як її працівники взаємодіють і працюють. Вона виживає і розвивається в основному за рахунок поступових змін в керівництві, стратегії та інших обставин. Оскільки вона складається з інстинктивних, повторюваних звичок і емоційних реакцій, то вона не може бути скопійована або легко та швидко змінена. Організаційна культура постійно самооновлюється і повільно розвивається.

Організаційна культура базується на цілому ряді характеристик. Основними можна вважати: особисту ініціативу, взаємодію членів колективу, підтримку підлеглих з боку керівництва, систему винагород, позитивний мікроклімат в колективі, який дозволяє вільно висловлювати свою думку і готовність працівника піти на ризик.

Організаційна культура є сильним фактором мотивування для співробітників при цьому їх діяльність активізується і відповідно збільшується ефективність, так як буде задовольняти такі потреби людини як, бажання покращити свій соціальний статус і відчутти причетність до справ компанії. Формування організаційної культури підприємства – це тривалий творчий процес в якому приймає участь весь колектив. В результаті повинен бути створений цілий ряд атрибутів, які будуть характерні лише для даного підприємства. При цьому необхідно враховувати і загальні принципи її побудови.