

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ISO 9000:2005 Quality management systems – Fundamentals and vocabulary [Електронний ресурс] // The official site of International Organization for Standardization. – Режим доступу : <https://www.iso.org>.
2. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 року № 1023-XII (зі змінами та допов. станом на 03.01.2015 р.) [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
3. Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні» від 04.07.2002 року № 37-IV (зі змінами та допов. станом на 26.04.2014 р.) [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/37-15>.
4. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 23.12.1997 року № 771/97 (зі змінами та допов. станом на 01.01.2015 р.) [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр>.
5. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» від 22.07.2014 року № 1602 VII // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 41-42. – Ст. 2024.
6. Дайновський Ю.А. Якість товару як складова маркетингу / Ю.А. Дайновський, Е.Л.Кошлева // *Materiály VII mezinárodní vědecko – praktická konference «Zprávy vědecké ideje – 2011»*. – Díl 3. Ekonomické vědy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o. – 2011. – С. 33-37.
7. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга (ISO 22000:2005, IDT) : ДСТУ ISO 22000:2007.– [Чинний від 2007-08-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2007. – VII, 30 с. – (Національний стандарт України).
8. Сирохман І.В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення / І.В. Сирохман, В.М. Завгородня. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 544 с.
9. Гладченко В.Я. Якість і безпека сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс] / В.Я. Гладченко, Т.Ю. Гречко // *Вісник ХНТУСГ (Технічні науки)*. – 2012. – Т. 2, № 124. – Режим доступу: <http://khntusg.com.ua/node/820>.

УДК 35:022.8

Кам'янська О.В.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

Константинова Т.В.
*магістр факультету менеджменту та маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА РОЗВИТКОМ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті обґрунтована роль корпоративної культури в розвитку підприємства. Розкрито основні функції корпоративної культури, інструменти управління корпоративною культурою. Метою статті є визначення та аналіз особливостей формування корпоративної культури, дослідження її ролі в підвищенні потенціалу підприємства.

Ключові слова: корпоративна культура, управління корпоративною культурою, місія, цінності, типи корпоративної культури.

Камьянская О.В., Константинова Т.В. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ И РАЗВИТИЕМ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье обоснована роль корпоративной культуры в развитии предприятия. Раскрыты основные функции корпоративной культуры, инструменты управления корпоративной культурой. Целью статьи является определение и анализ особенностей формирования корпоративной культуры, исследование ее роли в повышении потенциала предприятия.

Ключевые слова: корпоративна культура, управление корпоративной культурой, миссия, ценности, типы корпоративной культуры.

Kamyanska O.V., Konstantinova T.V. ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PRECONDITIONS FOR MANAGEMENT OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF ENTERPRISE'S CORPORATE CULTURE

In the article indicated role of corporate culture in the development of enterprises, the main functions of the corporate culture, corporate culture management tools. The aim of the article is to identify and analyze peculiarities of corporate culture, the study of its role in enhancing the capacity of the enterprise.

Keywords: corporate culture, management of corporate culture, mission, values, types of corporate culture.

Постановка проблеми. В сучасних організаційно-економічних умовах розвитку країни, яким притаманна нестабільність та невизначеність, управління організацією неможливо ефективно здійснювати без урахування особливостей її корпоративної культури, проте формуванню корпоративної культури на підприємствах не приділяється належної уваги, що є значною проблемою для успішного функціонування будь-якого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зазначеному аспекті важливу роль відіграють методи діагностики корпоративної культури, над розробленням яких працювали відомі вчені. Серед найбільш значимих результатів цих досліджень необхідно виділити метод клінічного дослідження Е. Шейна [6], метод діагностики корпоративної культури організації, запропонований К. Камероном та Р. Куїном [1],

і певною мірою систему показників діагностики і стратегічного управління компанією, запропоновану Д.Нортоном і Р. Капланом [2]. Також дослідженню розвитку корпоративної культури присвятили свої праці А. Зуб, А. Капітонова, Т. Базарова та інші.

Постановка завдання. Дослідження корпоративної культури як одного з факторів розвитку діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах великі підприємства функціонують і розвиваються як складний організм, життєвий потенціал якого забезпечує корпоративна культура. Корпоративна культура зумовлює не тільки відмінність між організаціями, а й визначає успіх їх функціонування та виживання в конкурентній боротьбі.

Нинішній етап розвитку українських підприємств знаменний тим, що передовий менеджмент в повному обсязі не усвідомив всю складність управління людським ресурсом. Тому від спроб керувати за допомогою простих технологічних схем необхідно переходити до побудови складних багатограних систем, які враховують всю складність людських стосунків.

Умовно можна виділити наступні етапи розвитку концепції корпоративної культури:

1. До 1970 р. Представники: М. Шериф, К. Левін, К. Арджирис, Д. Мак-Грегор. Особливість: поняття культури організації введено не було, але згадувалося побічно.

2. 1970-1980 рр. Представники: П. Тернер, А. Петігру, К. Гьортц. Особливість: поняття «культура» використовувалося стосовно до організації, було показано, як можуть застосовуватися терміни антропології в організаційному аналізі.

3. Починаючи з 80-х рр. Представники: Е. Шейн, Т. Діл і А. Кеннеді, Л. Смірчіч, Дж. Мартін і ін. Особливість: концепція корпоративної культури міцно завоювала одне з провідних місць в літературі з теорії організації.

Всі визначення поняття «корпоративна культура» можна розбити на дві основні групи. До першої групи відносяться визначення, в яких вказується на елементи корпоративної культури. Наприклад, організаційна культура – визнані цінності, переконання, норми і форми поведінки в організації (Гібсон Дж.Л., Іванцевич Д.М., Доннеллі Д.Х.). Друга група об'єднує визначення, в яких культура організації розглядається як спосіб існування, адаптації до зовнішнього середовища. Наприклад, визначення Е. Шейна.

Німецький філолог і філософ Фрідріх Ніцше вважав, що культура – це лише тоненька яблучна шкірка над розпеченим хаосом. В свою чергу французький філософ Альберт Камю сказав, що в світі паралельно силі смерті і силі примусу є ще одна величезна рушійна сила, що несе в собі впевненість, та її ім'я – культура [3, с. 163].

Культура організації є тим середовищем, в якому відбувається процес трудової життєдіяльності персоналу і за законами якого він розвивається. Найважливіші характеристики корпоративної культури визначають норми і цінності, закони і традиції, складову основу функціонування та розвитку персоналу. З іншого боку, люди є не тільки носіями, а й активними творцями культури, змінюючи і удосконалюючи її основні характеристики і параметри. У сучасних організаціях цей процес здійснюється планомірно на основі обраних стратегій і методів управління людськими ресурсами. Отже, існує тісна двостороння взаємозумовленість корпоративної культури компанії та системи управління людськими ресурсами [5, с. 220].

Для успішного функціонування організації та здійснення ефективного управління в ній, необхідно величезну увагу приділяти розвитку персоналу, на це і направлена корпоративна культура, якій притаманні наступні функції:

– інформаційна – полягає в передачі соціального досвіду;

– пізнавальна – націлена на пізнання і засвоєння принципів культури на стадії адаптації працівника до організації і, таким чином, сприяє його включенню у життя колективу;

– нормативна, адже культура встановлює норми прийнятної поведінки в організації;

– регулююча, за допомогою якої відбувається порівняння реальної поведінки людини або групи до прийнятої в організації нормами;

– ціннісна (змістоутворююча) – культура також впливає на світогляд людини;

– комунікативна, так як через цінності, прийняті в організації, норми поведінки та інші елементи культури забезпечується взаєморозуміння працівників та їх взаємодія;

– охоронна – культура служить бар'єром для проникнення небажаних тенденцій;

– інтегруюча – прийняття корпоративної культури формує спільність людей і вони відчують себе частиною єдиної системи;

– заміщуюча – сильна культура дозволяє знизити потік формальних наказів і розпоряджень;

– мотиваційна – прийняття культури зазвичай створює додаткові можливості для людини і навпаки;

– освітня і розвиваюча – оволодіння культурою створює додаткові знання і позитивно впливає на її діяльність;

– управління якістю – з плином часу в культурі залишаються найбільш ефективні складові, а всі негативні зникають;

– формування іміджу фірми – клієнти, відвідувачі та інші контрагенти не знайомі з офіційними документами, вони бачать зовнішню сторону фірми і це створює її образ.

Нині більшість організацій розглядають корпоративну культуру в якості потужного стратегічного інструменту, який орієнтує всіх співробітників на спільні цілі, мобілізацію їх ініціативи і забезпечення продуктивної взаємодії. Досвід багатьох зарубіжних організацій підтверджує, що процвітає та фірма, в якій створений згуртований колектив, де зламані ієрархічні перепони, де кожен зацікавлений у загальному успіху, бо від цього залежить його матеріальне благополуччя і почуття значимості.

Швидше за всіх піднімається і розвивається та фірма, колектив якої має добре розвинену корпоративну культуру. Уявлення про цінності прийшли в рух. На зміну минулим загальноновизнаним цінностям, таким як дисципліна, слухняність, ієрархія, влада, приходять інші: участь, самовизначення, колектив, розкриття особистості, творчість. І управління організацією, де людському ресурсу відводиться одна з головних ролей, можливо тільки на підставі розвиненої корпоративної культури, своїми традиціями і ритуалами, що сприяє розвитку, самореалізації людини [7, с. 51].

Акіо Моріта, засновник фірми «Sony», говорив: «Працюючи в промисловості з людьми, ми зрозуміли, що вони працюють не тільки заради грошей і якщо ви хочете їх стимулювати, гроші не найефективніший засіб. Щоб стимулювати людей, треба збити їх членами сім'ї і поводитися з ними, як з її шановними членами» [4, с. 336].

Виходячи з вищесказаного, стає очевидним необхідність усвідомленого формування та управління корпоративною культурою підприємства.

Управління корпоративною культурою – це свідоме й навмисне вчинення будь-якої дії, яке включає посилення або ослаблення культури, адаптацію людей в культурі, розвиток культури, підтримку або зміну організаційної культури управління.

Серед рекомендацій, що підвищують ефективність управління корпоративною культурою в компанії, можна назвати наступні:

1. Звертати особливу увагу на нематеріальні, які зовні не сприймаються, аспекти організаційного оточення. Глибоко вкорінені в людях припущення і ціннісні орієнтації можуть вимагати тривалих і важких змін у системі та структурі управління.

2. Скептично ставитися до пропозицій, що закликають до швидкої трансплантації або трансформації культури.

3. Розуміти значущість важливих організаційних символів.

4. Прислухатися до історій, що розповідаються в організації, аналізувати, хто їх герої і що вони відображають в культурі організації.

5. Періодично вводити організаційні обряди для передачі з їх допомогою базових ідеалів та посилення культури.

6. Втілювати в життя абстрактні ідеали. Від менеджера вимагається розуміння того, яких ідеалів він повинен дотримуватися і якими діями слід передати ці ідеали вниз по рівнях організації.

Корпоративна культура набуває все більшої значущості в системі управління підприємством в сучасному економічному середовищі. Фундаментальну роль у цьому відіграє загальний перехід до економіки знань, для якої характерно домінування інформаційного ресурсу, інтелектуального капіталу та нематеріальних активів. Без знань, що постійно оновлюються, вести сьогодні бізнес неможливо. Багато західних керівники навіть віддають перевагу знанням, аніж досвіду: чим більш досвідчена людина, тим вона менш креативна, тому що у неї з'являється спокуса вести себе, використовуючи звичні, а значить, з кожним днем старіючі схеми [3, с. 169].

Корпоративна культура є невід'ємною складовою управління для забезпечення довгострокової ефективності підприємств у стратегічній перспективі, важливою частиною організаційного розвитку.

Щоб створити ефективну корпоративну культуру у всій організації, для початку необхідно правильно вибудувати відносини на рівні топ-менеджменту, так як саме керівники вищої ланки, стануть першими носіями корпоративної культури, прикладами для інших службовців. Виділимо також фактори, що сприяють і гальмують зміни корпоративної культури.

Фактори, що сприяють:

1. Збільшення контактів з оточенням і відкритість до нових ідей.

2. Аналіз потреб клієнтів.

3. Спостереження за діями і досягненнями конкурентів.

4. Використання зовнішніх консультантів.

5. Навчання співробітників і керівництво поза межами підприємства.

6. Змінюється конкурентний, ненадійний ринок.

7. Тиск з боку зовнішніх засновників організації.

8. Набір і відбір кадрів на об'єктивній основі.

Гальмуючі фактори:

1. Зосередження на внутрішніх правилах і процедурах в організації.

2. Неясні критерії успіху всього підприємства та окремих працівників.

3. Домінуюча позиція підприємства на ринку.

4. Мала різноманітність робіт, місцями конформізм і згуртованість робочих груп.

5. Мала професійна рухливість кадрів управління, великий стаж роботи на одному підприємстві.

6. Набір і відбір кадрів, засновані на інтуїції, суб'єктивні критерії оцінки.

Аналіз свідчить, що перелічені гальмуючі чинники характерні для традиційного, орієнтованого на виробництво, стабільного, замкнутого підприємства. Серед сприяючих факторів знаходяться елементи ринкових вимог, еластичних, відкритих до змін, діючих в умовах ненадійності організацій.

Тобто основні проблеми, що змушують сучасні компанії змінювати корпоративну культуру, такі: посилення конкуренції, зростання операцій, розширення діяльності компанії (поява нових підрозділів), впровадження нових технологій.

Нижче наведено найбільш популярні в сучасній практиці інструменти управління корпоративною культурою підприємства [3, с. 142]:

- постановка задачі;
- навчання;
- інструкції, в тому числі посадові інструкції;
- накази, розпорядження;
- система мотивації (система покарань і заохочень);
- різні форми контролю діяльності персоналу;
- різні форми оцінки персоналу (у тому числі атестація).

Проте необхідно пам'ятати, що кожне підприємство, як окрема родина, де панують свої традиції, норми та правила, тому використовувати інструменти формування необхідної корпоративної культури можуть бути найрізноманітнішими. Серед найпопулярніших можна виділити наступні: формалізація місії, бачення та цінностей організації, поширення корпоративних історій, легенд і міфів з їх героями і антигероями, створення і підтримка традицій і ритуалів, спільна розробка та впровадження правил і стандартів поведінки та діяльності співробітників. Останнім часом підприємства при створенні корпоративної культури приділяють також увагу таким інструментам як: корпоративний кодекс, який вручається кожному новому співробітнику, корпоративне радіо, Інтранет, корпоративна газета, фірмовий стиль, одяг – все це і прояви, і фактори управління формуванням корпоративної культури організації.

За влучним висловом Г. Мінцберга «Корпоративна культура – є дзеркальне відображення влади» [4, с. 337].

Пропонується системна класифікація організаційних культур українських фірм, яка заснована на критеріях, що характеризують джерела влади в організації, адже за рівень розвитку корпоративної культури в організації несе відповідальність в першу чергу керівник (рис. 1).

Вісь «Х» відображає ступінь профілювання влади, тобто відносну важливість професійних навичок і знань у галузевих технологіях (промисловість, будівництво, сфера комунікацій і т.д.) по відношенню до загальної управлінської компетенції. При повністю профілюваній владі в компанії домінують фахівці, які не є зазвичай професійними менеджерами.

Навпаки, в непрофільованих культурах головну роль грають професійні менеджери з універсальним набором управлінських навичок і мінімальними знаннями в спеціалізованих областях діяльності фірми.

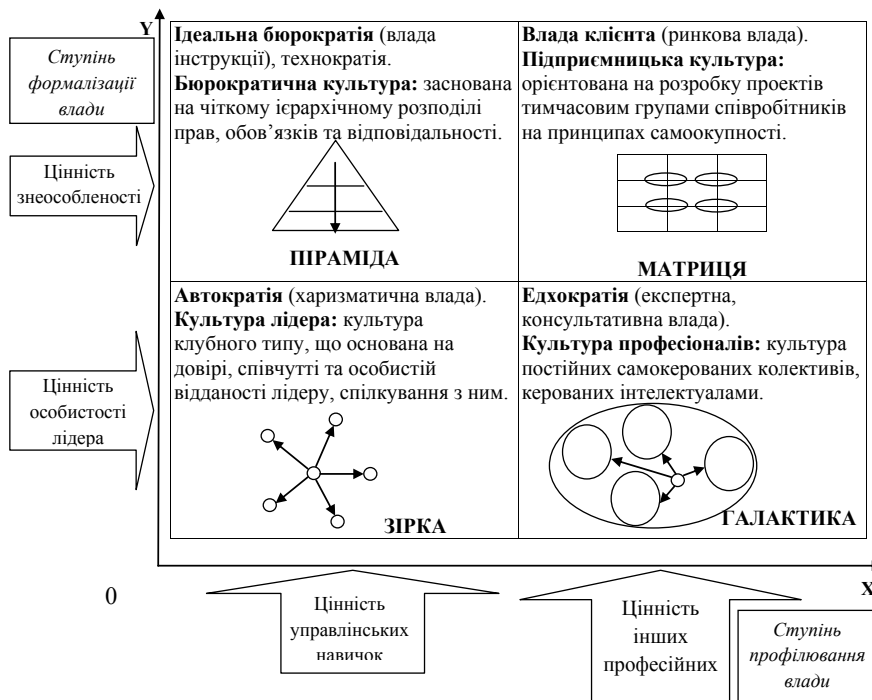


Рис. 1. Джерела влади та відповідні їм типи корпоративної культури

Вісь «Y» характеризує ступінь знеособленості влади, тобто порівняльну важливість дотримання формальних універсальних правил управління порівняно з особистим вибором менеджера. Повністю знеособлена влада – це домінування заздалегідь вироблених універсальних правил, процедур підготовки,

Більшість сучасних організацій вже активно впроваджують в систему менеджменту корпоративні правила і стандарти поведінки, розробляють кодекси етики членів компанії, особливо увагу приділяють внутрішньоорганізаційним ритуалам і міфам. Відповідно до цього змінилися і вимоги, що

прийняття та реалізації рішень без урахування особливостей особистості менеджера (ідеальна бюрократія за М. Вебером).

На іншому полюсі джерелом влади є особистість лідера, його харизма. При русі вгору по осі ординат зростає знеособленість управління, що особливо важливо для великих фірм, в яких не менеджери, а створені ними умови повинні спонукати працівників до продуктивної праці. За цими двома критеріями можна виділити основні типи корпоративних культур (табл. 1).

Корпоративну культуру компанії можна також назвати сильною, тільки коли співробітники всіх рівнів організації демонструють емоційну залученість в робочий процес. Щоб розвивати в них інтерес до роботи, потрібно давати їм можливість повною мірою проявляти свої лідерські якості, тоді їх професійне життя наповниться змістом, а компанія вийде на новий рівень ефективності.

Таблиця 1

Характеристика типу корпоративної культури в залежності від джерела влади

Тип культури	Характеристика
1) <i>Культура лідера</i>	Заснована на особистому авторитеті, довірі та особистій відданості співробітників. Основне завдання лідера – генерувати сприятливий інноваційний клімат, а провідною психологічною рисою управління є патерналізм, при якому керівник сприймається як суворий, але справедливий глава сім'ї, на піклування та захист якого в складних обставинах може розраховувати кожен член родини. Належність до сім'ї виражається в беззаперечному прийнятті її членами групових цінностей, неписаних норм і правил поведінки. Для багатьох українських фірм ця культура визначається особливостями розвитку капіталізму в 1990-х рр., коли створення фірм багато в чому визначалося особистими зв'язками у владних структурах, доступом до приватизованого майна і засобам бюджету. Неправові умови господарювання змушували керівника тримати всі питання керування під особистим контролем, що часто ускладнювалося його управлінською безграмотністю. Усі знання багатьох менеджерів склалися лише з суб'єктивного досвіду особистих перемог і невдач. В результаті наукоємність виробництва різко знизилася, а фірми стали випускати відносно просту продукцію.
2) <i>Бюрократична культура</i>	В рамках такої культури ставляться завдання плавного збільшення рентабельності за рахунок зниження витрат, підвищення надійності та регулярності поставок матеріалів та комплектуючих. Перевагами бюрократичної культури є передбачуваність і стабільність умов зайнятості працівників. Основними функціями бюрократичного управління є жорстке нормативне планування і контроль, що не дає право на ініціативу та інновації.
3) <i>Підприємницька культура</i>	Її структуру визначають тимчасові групи співробітників, орієнтовані на виконання конкретних проєктів, і діють на принципі самокупності. Цей тип культури передбачає найбільш швидку реакцію на зміну ринкової кон'юнктури, він дозволяє забезпечити прибутковість діяльності організації за рахунок орієнтації на клієнта і скорочення адміністративних витрат. Провідну роль у підприємницькій культурі відіграють менеджери проєктів, орієнтовані на особистий успіх і зміцнення своєї репутації і багато в чому визначають успіх фірми. При цьому посилюється конкуренція проєктних груп за отримання вигідних замовлень.
4) <i>Культура професіоналів</i>	Заснована на самоврядних командах постійного складу, ведених фахівцями. Здатність таких команд генерувати ідеї особливо важлива для високотехнологічних виробництв. Система влади в таких інтелектуальних організаціях (на противагу бюрократії з її універсальними принципами управління) називається едхократією, а управлінські рішення приймаються в першу чергу з урахуванням особливостей конкретної ситуації. Такі організації припускають сталий розвиток за рахунок довгострокового інвестування. Система управління знаннями дозволяє об'єктивізувати отриману професіоналами інформацію в базі даних фірми.

пред'являються до менеджерів з персоналу, які повинні володіти необхідними знаннями з управління корпоративною культурою [3, с. 175].

Багато успішних компаній розвивають у себе культуру, що сприяє успіху рядових співробітників. Такі компанії інвестують у виховання лідерів на всіх рівнях організації, а не тільки на самих вищих посадах. В організації має вітатися, коли кожен, на якій би ступені ієрархії він не знаходився, робить все від нього залежне і завжди проявляє ініціативу.

Висновки з проведеного дослідження. Результати дослідження надали можливість дійти таких висновків та пропозицій: формування корпоративної культури на підприємствах України є свого роду інновацією і знаходиться лише на початковому етапі. Цим пояснюються суттєві труднощі, спричинені відсутністю чіткого алгоритму створення та філософії існування корпоративної культури, а також непланованістю і збоями у логічній послідовності розвитку, коли соціокультурний розвиток не встигає за економічним.

За інших однакових умов компанія з більш сильною і ефективною корпоративною культурою має свідомо більш високі шанси виявити і використовувати ринкові можливості, володіє більш високим і стійким в довгостроковому плані потенціалом.

Корпоративна культура впливає практично на всі сторони діяльності організації і за певних умов може стати потужною системою управління внутріш-

ньофірмовими процесами. Тому під час формування корпоративної культури керівникам необхідно чітко засвоїти усі принципи та правила її успішного існування. До того ж, важливо пам'ятати, що управління, засноване на культурних, а не адміністративних регуляторах, дозволяє залишити в організації достатньо місця для людини, її розвитку, саморозвитку та самореалізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 210 с.
3. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учеб. пособие. – М.: Логос, 2002. – 224 с.
4. Тарасюк В. Д. Елементи та фактори формування організаційної культури підприємства / В. Д. Тарасюк // 1. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление» – 2009. – № 2. – С. 333–340.
5. Хіміч І. Г. Особливості формування корпоративної культури вітчизняних підприємств на сучасному етапі / І. Г. Хіміч // Економічний простір. – 2009. – № 23/1. – С. 216–222.
6. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
7. Юрасов, И. Корпоративная культура на местах // Журнал управления компанией. – 2006. – №5. – С. 51.

УДК 338.43.01

Каткова Н.В.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і економічного аналізу
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*

Дубинін В.А.

*кандидат воєнних наук,
доцент кафедри безпеки життєдіяльності та цивільного захисту
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У статті розглядаються питання формування рівня продовольчого забезпечення країни. Визначені напрями проведення інституціональних реформ, підвищення рівня продовольчого забезпечення країни та зміцнення продовольчої безпеки. Досліджено здатність структур, що здійснюють управління, забезпечити умови для задоволення потреб населення в продуктах харчування.

Ключові слова: продовольча безпека, трансформація, аграрний сектор, інституціоналізм.

Каткова Н.В., Дубинин В.А. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются вопросы формирования уровня продовольственного обеспечения страны. Определены направления проведения институциональных реформ, повышения уровня продовольственного обеспечения страны и укрепления продовольственной безопасности. Исследована способность управляющих структур обеспечить условия для удовлетворения потребностей населения в продуктах питания.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, трансформация, аграрный сектор, институционализм.

Katkova N.V., Dubinin V.A. TRENDS AND PROSPECTS FOR FOOD SECURITY IN THE INSTITUTIONAL TRANSFORMATION OF ECONOMY OF UKRAINE

The article deals with the formation of the level of food security of the country. The directions of institutional reforms, improving the country's food supply and food security. The ability of the control structures to provide the conditions to meet the needs of the population in food.

Keywords: food security, transformation, agriculture, institutionalism.