

споживання, знижками, гнучкістю платежів, умовами товарного кредитування, системою стимулювання продажів.

Політика розподілу продукції підприємства є важливим елементом конкурентоспроможності підприємства наближуючи виробника до споживача. При аналізі розповсюдження продукції досліджуються форми розповсюдження через оптових посередників, торгових представників, роздрібних торговців, участь підприємства у виставках і ярмарках тощо; організація логістичного забезпечення розповсюдження; організація контролю запасів.

Отже, маркетинговий аудит в ідеалі являє собою процес регулярного та критичного дослідження, аналізу та контролю за маркетинговою діяльністю підприємства, від якої залежить успішність функціонування його як комерційної організації. Слід зазначити, що маркетинговий аудит не є перевіркою ефективності роботи відділу маркетингу, - це оцінка як стану внутрішніх справ підприємства (організації чи фірми), так і його позиції на ринку.

Інформаційні джерела

1. Бабко Н. М., Бережна Ю. Г., Прокопенко О. В. Теоретико-методологічні аспекти бізнес аналізу в маркетингових дослідженнях. Український журнал прикладної економіки, 2020. Т.5. № 2. С. 320–326.

2. Бутинець Т. А. Маркетинговий аудит : відмінності у трактуванні. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Житомир : ЖДТУ, 2015. Вип. 3 (33). С. 3–16.

3. Михальчишина Л. Г. Маркетинговий аудит : сутність, завдання, перспективи розвитку. Економічні науки. 2013. Вип. 10(3). С. 513–519. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10%283%29__85.

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ У СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Лук`яненко А. В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р пед. наук, проф. **В.М. Нагаєв**
Державний біотехнологічний університет

Однією з особливостей формування професійної компетентності державних службовців є необхідність розвитку їх комунікативної професійної взаємодії, що пов'язано із зростанням обсягу соціальних контактів. За цих умов особливого значення набуває проблема фахової підготовки менеджерів до комунікативної професійної взаємодії, як

невід'ємного атрибуту їх професійної діяльності та інструменту досягнення операційних цілей. Професійна комунікація займає особливе місце в системі управлінської підготовки, виступаючи невід'ємною складовою професійної діяльності фахівця в системі публічного адміністрування [2, с. 40].

Державний службовець в системі публічного адміністрування – це керівник-лідер громадського соціуму, державних органів влади та місцевого самоврядування, який забезпечує ефективну господарську діяльність через активізацію людського фактору шляхом прийняття управлінських рішень в умовах соціальної взаємодії. Ці менеджерські якості формуються завдяки вивчення теорії та практики професійної комунікації, яка покликана надати майбутнім фахівцям можливість ефективно впливати на виробничі ситуації в системі публічного адміністрування. В умовах професійної управлінської діяльності комунікативна компетентність (КК) визначає здатність фахівця ефективно здійснювати функціональні обов'язки в системі багаторівневих комунікацій на рівні громадськості та владних структур сукупністю форм та засобів управлінського впливу [1, с. 69].

Наведені вище положення доводять, що професійна комунікація має відповідати конкретним напрямкам професійної діяльності менеджера і мати структурно-функціональну побудову у вигляді моделі компетентності фахівця. Формування комунікативної компетентності у процесі фахової підготовки державних службовців розглянемо крізь призму аспектного аналізу за компетентнісним, діяльнісним і технологічним підходами. Компетентнісний підхід реалізує гносеологічну мету фахової підготовки фахівців до КК, а саме, набуття досвіду з організації та управління, а також досвіду роботи з інформацією. Діяльнісний підхід виявляє процесну, суб'єктну і контекстно-змістову складові професійної підготовки та реалізує праксеологічну мету через навчальну діяльність суб'єктів щодо оволодіння знаннями, вміннями та навичками з КК. Технологічний підхід полягає в забезпеченні педагогічних умов організації освітнього процесу з метою формування компетентнісних характеристик досвіду соціальних комунікацій.

Розглянемо компонентну структуру КК державних службовців в системі публічного адміністрування. В її основу включено такі компоненти, як: організаційно-управлінська культура, педагогічна культура, економічна культура, культура наукової діяльності, правова культура, досвід соціокультурної взаємодії [3]. Кожна з цих груп спирається на цілком конкретні за змістом первинні якості. На цій основі визначимо комунікативну професійну компетентність

майбутнього фахівця як здатність суб'єкта до успішного здійснення комунікативної взаємодії в професійній сфері, що ґрунтується на системних знаннях комунікативних технологій спілкування, та способів їх здобуття, риторичних умінь і навичках, а також сукупності особистісних якостей, які охоплюють мотивацію, вольовий прояв і рефлексію.

Модель КК державних службовців розуміємо як інтегративну структуру, складниками якої є такі компоненти: емоційно-ціннісний (мотиваційні потреби, інтереси, цілі та цінності риторичної діяльності); когнітивний (повнота, системність, гнучкість знань, їх науковий характер, етична спрямованість знань); комунікативно-діяльнісний (пізнавальна активність, творча управлінська діяльність, уміння і навички переконувати співбесідника, лідерські здібності, мистецтво управління); особистісно-розвивальний (здатність до саморозвитку, уміння і навички самоуправління та рефлексивної діяльності, досвід професійної комунікації). Дана модель визначає цілі і зміст професійної комунікації державних службовців менеджера в системі публічного адміністрування.

Інформаційні джерела

1. Регіональна політика та місцеве самоврядування: підручник / Куц Ю. О., Мамонова В.В., Наконечний В.В., Ольшанський О.В. Х.: Вид-во: ХарРІНАДУ «Магістр», 2018. 208 с.
2. Нагаєв В.М. Публічне адміністрування: електронний навчальний посібник. Х.: ХНАУ. 2018. 278 с.
3. Нагаєв В.М. Формування досвіду соціокультурної професійної комунікації менеджерів у процесі їх фахової підготовки. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. № 2, 2017. С. 42-47.

МЕНЕДЖМЕНТ АГРОХОЛДИНГІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Накісько В.О., здоб. ОС «магістр»,

Сумцова А.Ю., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Руденко**
Державний біотехнологічний університет

З практики господарювання суб'єктів бізнесу в Україні бачимо, що у сфері агробізнесу лідерські позиції займає корпоративний сектор, в основному представлений великими сільськогосподарськими підприємствами та їх об'єднаннями. Ці підприємства є основними виробниками і експортерами сільськогосподарської продукції.