

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КАФЕДРА АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ  
ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Матеріали  
науково-практичної студентської конференції**

**"ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА  
ДІЯЛЬНІСТЬ АПК УКРАЇНИ В УМОВАХ  
ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ"**



**15 листопада  
Київ – 2017**

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

ББК 65.32я73

З 21

*Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту (протокол № 21 від 19 грудня 2017 р.).*

**Редакційна колегія:**

*Галушко В.П.* – д.е.н., проф., завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, голова оргкомітету; *Останчук А.Д.* – к.е.н., доц., декан факультету аграрного менеджменту, співголова оргкомітету; *Діброва Л.В.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Ковтун О.А.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Костюк О.Д.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Передерій Н.О.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Файчук О.М.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Мищенко І.А.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Кузьменко С.В.* – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Кирилюк Д.О.* – к.е.н., старший викладач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності; *Таранець Л.С.* – к.е.н., старший викладач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності.

**З 21 "Зовнішньоекономічна діяльність АПК України в умовах глобальних викликів":** матеріали науково-практичної студентської конференції ( м.Київ, 15 листопада 2017 р.). – К.: ЦП «КОМПРИНТ», 2017. – 133 с.

*У збірнику представлено матеріали доповідей науково-практичної студентської конференції «Зовнішньоекономічна діяльність АПК України в умовах глобальних викликів » ( 15 листопада 2017 р., м. Київ). Розглянуто проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств вітчизняного агропродовольчого сектору економіки, кон'юнктури глобальних ринків сільськогосподарських товарів, управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняного продовольства та інші питання розвитку аграрного сектору в умовах глобальних викликів.*

**Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори матеріалів.**

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності факультету аграрного менеджменту, НУБіП України, 2017

© Автори, 2017.

## ЗМІСТ

СВІТОВИЙ ДОСВІД В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ ТА ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА Алехнович О.В., студент ОС «Магістр», Сидоренко С.В., к.е.н., доцент.....	6
УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МЕХАНІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ Бевз Т.Ю., студент ОС «Магістр», Передерій Н.О. к.е.н., доцент.....	9
ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ Бойко А. В., студентка ОС «Магістр», Файчук О. М., к.е.н., доцент.....	11
ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕРНОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ Виблив Д. С., студент ОС «Магістр», Міщенко І.А., к.е.н., доцент.....	14
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ Гнат І.Я., студент ОС «Магістр», Міщенко І.А., к.е.н., доцент.....	17
УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Гончар О.О., студентка ОС «Магістр», Ковтун О.А., к.е.н, доцент.....	19
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКОЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ СОНЯШНИКУ) Грунд В. В., студентка ОС «Магістр», Костюк О. Д., к.е.н., доцент.....	21
ДЕТЕРМІНАНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ Діброва М.А., студент ОС «Магістр», Ковтун О.А., к.е.н., доцент.....	24
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ Довгань О.Л., студентка ОС "Магістр", Костюк О.Д., к.е.н., доцент.....	27
УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА Думка Д.В. студентка ОС «Магістр», Костюк О.Д., к.е.н., доцент.....	30
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ КАРТОПЛЯРСТВА В УКРАЇНІ Єрмоменко А. Я., студентка ОС «Магістр», Ковтун О.А., к.е.н., доцент.....	32
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ Житло А.М., студентка ОС «Магістр», Ковтун О.А., к.е.н., доцент.....	36
УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТА Заворотна Н.В., студентка ОС «Магістр», Галушко В.П., д.е.н., професор.....	38
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА) Зайло С.П., студентка ОС «Магістр», Ковтун О.А., к.е.н, доцент.....	40
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Зарудницька А.М., студентка ОС «Магістр», Ковтун О.А., к.е.н., доцент.....	42
УПРАВЛІННЯ КОН'ЮНКТУРОЮ СВІТОВОГО РИНКУ СОНЯШНИКУ Зінченко Н. С., студентка ОС «Магістр», Артиш В. І., к.е.н., доцент.....	45
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР НА СВІТОВОМУ РИНКУ Ісько О. М., студент ОС «Магістр», Костюк О. Д., к.е.н., доцент.....	48
ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗЕРНО ЕКСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ Калінський Є. О., студент ОС «Магістр», Діброва Л.В., к.е.н., доцент.....	52

УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ В РОСЛИННИЦТВІ Киверига Р.Я., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Костюк О.Д., к.е.н., доцент.....	56
ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНУ СФЕРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ Коваленко А. М., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кроп П.Б., к.е.н., доцент.....	58
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ Когут Л.В., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Діброва Л.В., к.е.н., доцент.....	60
ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ Козлюк О.С., студент ОС «Магістр» <sub>2</sub> Галушко В.П., д.е.н., професор.....	62
ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ГЛОБІНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ») Костина Н.С., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Голомша Н.Є., к.е.н., доцент.....	65
УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗБЕРІГАННЯ ЗЕРНА ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ Липницька Т.А., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Голомша Н.Є., к.е.н, доцент.....	69
УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА Лисак Ю.Р., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кузьменко С.В., к.е.н., доцент.....	72
МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ Лой К. П., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Костюк О.Д., к.е.н., доцент.....	74
ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Лукашевич О. Ю., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Діброва Л.В., к.е.н., доцент.....	78
УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ ЛІЗИНГОМ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ Мальченко І.В., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Артиш В.І., к.е.н., доцент.....	80
ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Мартиненко І. В., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кроп П.Б., к.е.н, доцент.....	82
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ Мегей С.О, студент ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кирилюк Д.О., к.е.н., доцент.....	84
МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ МЕДУ Медведева І. А., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Голомша Н.Є., к.е.н., доцент.....	87
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ Назаренко В.С., студентка ОС «Магістр», Голомша Н.Є., к.е.н., доцент.....	91
ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Новосьолов О. В., студент ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кирилюк Д. О., к.е.н., ст. викладач.....	95
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ЗЕРНА Олейнич С. П., студентка ОКР «Магістр» <sub>2</sub> Кирилюк Д. О., к.е.н., ст. викладач.....	98
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ В ОРГАНІЗАЦІЇ Перебейнос А.С., студентка ОС «Магістр», Кузьменко С.В., к.е.н., доцент.....	101
ПРІОРІТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ Петренко Т.А. , студентка ОКР «Магістр» <sub>2</sub> Діброва Л.В. к.е.н., доцент.....	103
ВНУТРІШНЬОГАЛУЗЕВА ТОРГІВЛЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС Расенчук А. А., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Файчук О. М., к.е.н., доцент.....	105

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ Ременюк Я. А., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Артиш В. І., к.е.н., доцент.....	107
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА Рябчук В.В, студент ОС "Магістр", Файчук О.М., к.е.н, доцент.....	109
ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА НЬОМУ Сазонов А.А., студент ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кузьменко С.В., к.е.н., доцент.....	111
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНА КУКУРУДЗИ ТА РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ Сапатова А. Ю., студентка ОС «Магістр» Діброва Л. В., к.е.н., доцент.....	115
АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПШЕНИЦІ Сич О.Р., студент ОС «Магістр» <sub>2</sub> Міщенко І.А., к.е.н., доцент.....	119
РЕГУЛЮВАННЯ ДЕМПІНГОВОГО ІМПРОТУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ Сокур М.Ю., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Діброва Л.В., к.е.н., доцент.....	122
МІСЦЕ І РОЛЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ КУКУРУДЗИ Стоян Т.В., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Міщенко І.А., к.е.н, доцент.....	124
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ АФРИКИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ Стрельбицька К.А., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кроп П.Б. к.е.н., доцент.....	128
ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Шинкаренко О.А., студентка ОС «Магістр» <sub>2</sub> Кроп П.Б., к.е.н., доцент.....	130

## СВІТОВИЙ ДОСВІД В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ ТА ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА

Алехнович О.В., студент ОС «Магістр»

Сидоренко С.В., к.е.н., доцент

Державне регулювання сільського господарства за кордоном – це складний механізм, який включає інструменти впливу на прибуток фермерів, структуру сільськогосподарського виробництва, аграрний і продовольчий ринок, соціальну структуру села, міжгалузеві і міжгосподарські відносини з метою створення стабільних економічних, правових і соціальних умов для розвитку сільського господарства, задоволення потреб населення в якісних продуктах харчування за соціально прийнятними цінами.

Досвід розвитку сільського господарства зарубіжних країн і забезпечення конкурентоспроможності їх аграрних підприємств на світовому ринку вказує на провідну роль держави та державної підтримки в цьому процесі. За даними OECD сукупна підтримка сільського господарства (TSE) (Total support estimate) у 2014 р. становила в ЄС – 94251,09 млн. євро, у США – 95983,84 млн.дол.США, Канаді – 7269,40 млн.дол.США, Росії – 416851,02 млн. руб., Україні – -30806,72 млн.грн. [1].

Спільна аграрна політика Європейського Союзу була започаткована в 1957 р. Римським договором, підписаним шістьма країнами (ФРН, Францією, Італією, Нідерландами, Бельгією і Люксембургом), в якому йшлося про утворення Європейського Союзу. Вона передбачає узгоджені дії країн-членів ЄС щодо забезпечення збуту сільськогосподарської продукції за стабільними цінами, підвищення продуктивності сільськогосподарського виробництва, підтримки фермерів і забезпечення оптимальних цін для споживачів. Протягом всього існування Європейського Союзу, САП зазнала багатьох реформ, однак її основні засади сформулювалися ще наприкінці 50-х років минулого століття. Політика вступила в силу тільки 1964-го року і донині залишається найважливішою статтею бюджету Європейського Союзу.

Основними принципами САП є:

1. Спільний внутрішній ринок: єдині ціни на сільськогосподарську продукцію всередині ЄС і єдиний механізм їх підтримки – вільний рух товарів без мита та інших обмежень між державами-членами; єдині вимоги щодо якості продукції, охорони здоров'я тощо; гармонізоване адміністрування з загальними процедурними формами; єдиний митний кордон по зовнішній межі ЄС.

2. Преференції внутрішній продукції: свобода торгівлі сільськогосподарською продукцією всередині ЄС – відсутність тарифних і кількісних обмежень; імпорتنі мита в обсязі, потрібному, щоб захистити сільське господарство ЄС від дешевших продуктів із країн, які не є його членами; субсидування експорту певних видів продукції і товарів для забезпечення їх конкурентоспроможності на світовому ринку (компенсація різниці між зовнішньою та внутрішньою ціною в ЄС).

3. Фінансова солідарність – централізоване фінансування сільського господарства через Фонд орієнтації і гарантування сільського господарства (ФОГСГ, EAGGF — European Agricultural Guidance and Guarantee Fund) та організації з регулювання окремих секторів спільного ринку [2].

Найбільш дієвими напрямами державної підтримки сільгоспвиробників у провідних країнах світу є удосконалення механізму ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, надання державних субсидій фермерам, використання пільгового кредитування й пільгового оподаткування сільгоспвиробників, розробка й виконання національних і галузевих програм розвитку сільського господарства, виважена зовнішньоторговельна політика. Розглянемо конкретні механізми використання цих важелів в окремих країнах світу.

Підтримка певного рівня цін і цінової рівноваги є одним з головних механізмів у системі державного регулювання ринку свинини в країнах ЄС. Система регулювання цін спрямована на підтримку цін підприємства на рівні, що дозволяє виробникам не тільки відшкодувати власні витрати на виробництво, а й вести розширене відтворення.

На ринках свинини використовуються єдині базисні ціни, для розрахунку яких вживаються шлюзові ціни і застосовані імпорتنі збори. Шлюзові ціни в торгівлі свининою залежать від рівня світових цін на зерно, так як в структурі витрат на виробництво цього виду м'яса вартість зерна може становити 50-60 %. Шлюзові ціни складаються з декількох компонентів. Перший – це вартість кормового зерна, що витрачається на виробництво 1 кг свинини. Другий компонент включає вартість незернових кормів. Для м'яса свинини – 15 % від вартості кормового зерна, необхідного на виробництво 1 кг відповідного виду продукції. При визначенні шлюзовий ціни на свинину враховується ще й третій компонент, що складається з інших витрат на її виробництво і реалізацію [3].

Державне субсидування є усталеною формою фінансової підтримки виробників сільськогосподарської продукції у розвинутих країнах світу. Так, у країнах організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) державні субсидії становлять 34% від загального доходу фермерів. Рівень державних субсидій у відсотках до вартості виробленої сільськогосподарської продукції в останні роки становив: у Швейцарії – 73%, Норвегії – 70%, Японії – 63%, країнах ЕС – 45%.

Слід відзначити, що державні субсидії сільгоспвиробникам у цих країнах, як правило, надаються не з метою нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, а заради підтримки доходів фермерів на відповідному рівні, розвитку інфраструктури, дотримання екологічних вимог, збереження родючості ґрунтів тощо. У країнах ЕС до 25% субсидій можуть бути спрямовані на впровадження новітніх технологій, гарантування безпечності продуктів харчування, соціальний розвиток сільських територій [4].

Наприклад, у Німеччині функціонують Сільськогосподарський рентний банк, Німецький посиловий та іпотечний банк, Союз німецьких народних банків, створений сільськогосподарськими підприємцями, розгалужена мережа ощадних кас, приватні іпотечні банки. Діяльність цих кредитних установ контролює держава. Так, статут Сільськогосподарського рентного банку ухвалюється урядом. Банк надає позики іншим кредитним установам з метою



рефінансування кредитів, різних за терміном надання. Цей банк також пропонує пільгові кредити фермерам, що беруть участь у виконанні спеціальних програм: «Молоді фермери», «Сільське господарство», «Оновлення села» та інші [5, с. 138]

### **Список використаних джерел:**

1. Організація економічного співробітництва та розвитку. Сукупна підтримка сільського господарства (TSE – Database 1986-2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd.org/tad/agricultural-policies/producerandconsumersupportestimatesdatabase.htm#country>
2. Державна підтримка свинарів ЄС: розвіюємо міфи [Електронний ресурс] // Прибуткове свинарство №3 (15), 2013. – с. 110 – Режим доступу: <http://profisvine.pigua.info>
3. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / М.М. Трещов // Економічний простір – 2009 – №23/1 – с.118-126 – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2009\\_23/1/treshov.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_23/1/treshov.pdf)
4. Сутність та напрями державного регулювання аграрного ринку в зарубіжних країнах [Електронний ресурс] / С.В. Майстро – Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/06-MAYSTRO.pdf>

**УДК 005:681:334**

## **УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МЕХАНІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Бевз Т.Ю. , студент ОС «Магістр»

Передерій Н.О. к.е.н., доцент

Підвищення ефективності діяльності підприємства виконується завдяки досягненням науки і техніки, передового, вітчизняного і зарубіжного досвіду. Чим цілеспрямованіше та ефективніше використовуються новітні досягнення науки і техніки, які виступають в якості першоджерел розвитку продуктивних сил, тим успішніше вирішуються пріоритетні соціальні завдання життєдіяльності суспільства. [3]

Основним завданням організаційно-технічного розвитку є забезпечення прискорення впровадження перерахованих вище елементів у діяльність підприємства в рамках поточних та стратегічних планів. Підвищення

ефективності діяльності та комплексне планування розвитку повинні знаходити висвітлення в плані організаційно-технічного розвитку підприємства, показниках ефективності виробництва та планах капітальних вкладень і капітального будівництва (інвестицій). План організації та технічного розвитку підприємства повинний охоплювати такі основні питання:

- вдосконалення планування, організації, контролю та управління в цілому;
- впровадження прогресивної технології, механізації й автоматизації виробництва;
- капітальний ремонт та модернізація основних засобів;
- створення й освоєння нових видів продукції та підвищення якості врожаю, що вирощується;
- основні техніко-економічні показники рівня виробництва та врожаю, що вирощується;
- науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи;
- соціальний розвиток підприємства.[4]

Активний розвиток сільського господарства в Україні створює великий попит на сільськогосподарську техніку, зокрема на трактори потужністю від 160 до 240 л.с., трактори 3-5 номінального тягового класу(згідно вітчизняної класифікації).

Такі трактори використовують для проведення суцільного обробітку ґрунту та виконання важких технологічних операцій. До даного типу тракторів відносяться трактори фірми John Deere серії 8100, які мають високі показники ефективності та безвідмовності у роботі.[2]

Оскільки дана серія тракторів є досить розповсюджена серед сільгоспвиробників, то питання про їх технічне обслуговування в умовах сільського господарства України набуває все більшу актуальність. А у зв'язку з високою вартістю даного мобільного енергозасобу забезпечення його роботоздатності та якості проведення ТО стає однією з основних задач інженерної служби будь-якого господарства.

Досить цікавим є також питання різниці періодичності проведення ТО у вітчизняних тракторах порівняно з закордонними аналогами, та зміст обов'язкових технологічних операцій, що входять у кожний тип ТО.[1]

### **Список використаних джерел**

1. Инструкции по эксплуатации тракторов фирмы John Deere серии 8100, 8200, 8300 и 8400. Москва 1999 - 689с.
2. Трактори та автомобілі Ч. 1. Автотракторні двигуни: Навч. Посіб. / М. Г. Сандомирський, М. Ф. Бойко, А. Т. Лебедев та ін.; За ред. Проф. А. Т. Лебедева. – К.: Вища шк., 2000.
3. Березівський П. С. Організація виробництва в аграрних формуваннях: Навчальний посібник/ П. С. Березівський, Н. І. Михалюк; Мін-во освіти і науки України, Львівський держ. аграрний ун-т. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 559 с.
4. Бондар Н. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ Наталія Бондар, Валерій Воротін, Олег Гаєвський; За заг. ред. А. В. Калини; Міжрегіональна академія управління персоналом. - К.: МАУП, 2006. - 350 с.

**УДК 005:681:334**

## **ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Бойко А. В., студентка ОС «Магістр»

Файчук О. М., к.е.н., доцент

Згідно з прогнозами, виробництво молока зростатиме і до 2025 року досягне 1 млрд тонн. Це на 25% або 208 млн тонн більше за показник 2016 року. Кількість дійних тварин зростає на 9%. Загальна їх кількість становитиме 405 млн голів. Однак кількість молочних ферм зменшиться на 15%.

Зростаючі ціни на молочні продукти в Європейському союзі призведуть до підвищення закупівельних цін на молоко. У Німеччині одна з найбільших торгових мереж — Aldi — підняла ціни на питне молоко відразу на 40%. Таким чином, експерти прогнозують до кінця року зростання закупівельних цін на молоко в країні до €0,30/кг.

Загалом аналітики відомства передбачають, що з другої половини 2017 року виробництво молока почне зростати та буде триматися на рівні 2015 року.

Як очікується, виробництво молока в Новій Зеландії у 2017 році скоротиться на 1–2%. Це буде другий важкий сезон для регіону. Проте, за умов покращення якості пасовищ та виплат для виробників молока, дозволить фермерам «повернутися до прибутковості». Крім того, аналітики передбачають, що 2017/2018 МР буде кращим для виробників молока.

Виробництво молока в Австралії може скоротитися до мінімального значення і досягнути показників двадцятирічної давності. У лютому 2017 року виробництво молока в регіоні було на 10% нижчим, ніж торік та склало 626 тис. т.

Звіт про імпорт молочних продуктів Китайською Народною Республікою за січень-лютий 2017 року показав приріст закупівлі молочних продуктів на 16,2% в грошовому виразі. Сумарний обсяг куплених молочних продуктів за аналізований період зріс на 3,8% в порівнянні з відповідним періодом 2016 року.

Найбільший приріст був відмічений по лактозі — +84,8%. Загалом від початку року було закуплено 2,3 тис. т продукту. У грошовому виразі приріст склав 56,8%, до 3,7 млн дол. США. Імпорт згущеного молока зріс на 33,7% та склав 2,8 тис. т.

Основною імпортною групою було сухе незбиране молоко - 162,6 тис. т (+3,9%). Імпорт дитячого харчування склав 31 тис. т, що на 10,5% більше, ніж торік, а сухого збираного молока - 53 тис. т (+4,2%).

В той же час, суттєво просів імпорту казеїн атів - мінус 46,7% за два місяці (1,5 тис. т.) та масла - мінус 21,8% (17,7 тис. т).

Загальний обсяг імпорту склав 454,7 тис. т в натуральному виразі та 1,4 млрд дол[35].

П'ять факторів, які впливатимуть на світовий молочний ринок у 2017-му[3]:

1. Ринок молочних продуктів в Європейському союзі.

Для ЄС знадобилося біля року, щоб якимсь чином відреагувати на глобальний надлишок молока. Навіть тоді, коли європейські ціни на сировинні

товари досягли фактично дна за десятиліття, фермери все одно утримували виробництво молока на високому рівні.

Справа в тому, що у той час, як виробництво у Новій Зеландії залишається певним важливим фактором цінових коливань, то ЄС - це справжня 360-ти кілограмово горила в кімнаті: 1% у молочному виробництві ЄС - це еквівалент 1,5 млн т молока.

## 2. Попит.

Останні прогнози щодо зростання вартості долара США можуть ще сильніше впливати на ціноутворення в ритейлі. Після президентських виборів у США, американський долар значно зміцнився, піднявшись на 2-8% щодо валют основних партнерів США у молочному бізнесі, як покупців (імпортерів), так і основних конкурентів, що для багатьох гравців це було кардинальною зміною ситуації. Так, нафта становить майже четверту частину економіки Венесуели і 95% її експорту. Нація, що традиційно є потужним молочним покупцем, скоротила обсяг імпорту молочних продуктів майже на 75% за останні два роки.

## 3. Запаси молочних продуктів

На кінець листопада, в ЄС за програмою закупівельних інтервенцій зберігалось 355 тис. т сухого знежиреного молока (СЗМ - SMP), та за схемою Private Storage розміщено на складах 70 тис. т СЗМ і 75 тис. т вершкового масла. В кінці вересня 2016 року інвентарні залишки вершкового масла і сиру в США досягли рекордно високого рівня в 122 тис. т і 562 тис. т, відповідно, запаси СЗМ були на рівні майже 100 тис. т.

## 4. Торгівельна політика США

Кожен раз, коли новий президент готується вступити на посаду, виникають питання щодо позиції нової адміністрації із зовнішньої торгівлі. Обраний президент Д. Трамп не є винятком.

## 5. Імпорт молочних продуктів Китаєм. Стан ринку молочних продуктів.

Китайський імпорт продуктів у молочному еквіваленті зріс на 15% протягом перших 10 місяців 2016 року (у порівнянні з січнем-жовтнем 2015 року). Тоді як обсяг імпорту сухого незбираного молока (СНМ - WMP) -

продукту молочного виробництва, який закріпив місце Китаю як провідного, найбільшого в світі молочного імпортера, виріс на 18%.

### **Список використаних джерел**

1. Говорушко Т. А. Продовольчий ринок молока України, його розвиток та перспективи / Т. А. Говорушко, В. П. Дуда // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – Т. 18, Вип. 1/1. – С. 102-106.
2. Кернасюк Ю. Молочний сектор: реалії і перспективи [Електронний ресурс] / Ю. Кернасюк // Агробізнес сьогодні. – 2015. – № 6 (301). – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2805-molochnyi-sektorrealiii-i-perspektyvy.html>.
3. Савицька В. П. Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів / В. П. Савицька // Економіка АПК. – 2002. – № 11. – С. 102-138.

**УДК 005:681:334**

## **ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕРНОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

Виблов Д. С., студент ОС «Магістр»  
Міщенко І.А., к.е.н., доцент

Зерновий ринок функціонує в умовах впливу на нього цілого ряду чинників (подій) зовнішнього і внутрішнього порядку, які, безумовно, можуть впливати на його стабільність. Слід зазначити, що деякі чинники мають прогнозований характер, інші — випадковий. Та група чинників (випадків), час і місце окремих, із котрих неможливо точно визначити і які завдають шкоди відповідному об'єкту (у даному випадку зерновому ринку), характеризуються як ризики.

Необхідно знати, передбачати ці ризики й у міру можливості, знижувати їхній вплив. Іншими словами, ризиками необхідно керувати. Залежно від основної причини виникнення ризиків вони поділяються на наступні категорії: природно-кліматичні, політичні, транспортні, комерційні.

Учасники зернового ринку можуть нести й інвестиційні ризики: ризик втрати вигоди, ризик зниження прибутковості і ризик прямих фінансових втрат.

Ризики втрати вигоди — це ризики виникнення непрямого (побічного) фінансового збитку (недоодержання прибутку) в результаті нездійснення якогось заходу, наприклад страхування.

Ризики зниження прибутковості — це ризики, які можуть виникнути у результаті зменшення розміру відсотків і дивідендів по портфельних інвестиціях, внесках і кредитах. Цей ризик може виявлятися через відсотковий і кредитний ризик.

Ризики щодо відсоткових ставок — це ризики втрат, які можуть понести, наприклад, торгові компанії (інвестори) у результаті перевищення відсоткових ставок, які виплачуються ними по залучених засобах над ставками по наданих кредитах.

Кредитні ризики — це такі, які пов'язані з небезпекою несплати позичальником основного боргу і відсотків, що належать кредитору. Кредитні ризики можуть бути також різновидом ризиків прямих фінансових утрат: біржових, селективних і ризику банкрутства.

Біржові ризики являють собою небезпеку втрат від біржових угод. До цих ризиків відносять ризик неплатежу по комерційних справах, ризик неплатежу комісійної винагороди брокерській фірмі та ін.

Селективні ризики — це ризики неправильного вибору видів вкладення капіталу, види цінних паперів для інвестування порівняно з іншими видами цінних паперів при формуванні інвестиційного портфеля.

Ризик банкрутства являє собою небезпеку, яка може виникнути унаслідок повної втрати підприємцем власного капіталу і нездатності його розраховуватися із взятими на себе зобов'язаннями.

В агропромисловому виробництві здебільшого розглядається більш спрощена класифікація ризиків на зерновому ринку, яка містить у собі наступні їхні види:

- природні — посуха, повінь, град, перезволоження, заморозки, урагани (смерч) та ін.;
- біологічні — загибель сільськогосподарських культур від шкідників і хвороб або різке зниження їхньої врожайності;
- маркетингові, цінові — недостатня оцінка ризику: ємності товарного ринку, купівельної спроможності населення, кон'юнктури товару на внутрішньому і зовнішньому ринках тощо. Коливання закупівельних цін: обсяг виробництва, курс долара, диспаритет цін, обсяг імпорту, інформаційні потоки перекупників;
- бізнес і фінансові ризики — одержання кредитів (банківські, товарні), неповернення кредитів і відсотків по ньому, порушення зобов'язань контрагентів, недоодержання прибутку в ході реалізації проектів;
- технологічні — спрацювання основних фондів, неможливість придбання матеріально-технічних ресурсів для освоєння сучасних технологій, порушення технологічних нормативів виробництва, збереження, переробки, транспортування;
- ризики, пов'язані з людським фактором — недостатня кваліфікація, здоров'я працівників, соціальне забезпечення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гордійчук А.В. Страхування як засіб захисту сільськогосподарських товаровиробників / А.В. Гордійчук // Економіка АПК. 2004. № 2. С. 84-87.
2. Горьовий В.П. SWOT аналіз біржового ринку сільськогосподарської продукції в Україні / В.П. Горьовий, О.В. Сидоренко // Проблеми економіки. 2014. № 2. 276 с.
3. Колібаба Р.О. Аграрне страхування: державне регулювання та підтримка / Р.О. Колібаба. Львів: НВФ «Українські технології», 2009. 136 с.
4. Навроцький С.А. Формування перспективної моделі страхового захисту сільського господарства України / С.А. Навроцький // Наук. вісник Мукачівського держ. ун-ту. Серія «Економіка». 2014. Вип. 1(1). С. 149-155



## ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Гнат І.Я., студент ОС «Магістр»

Міщенко І.А., к.е.н., доцент

Сільське господарство є однією з пріоритетних галузей національної економіки. Розвиток сільськогосподарської галузі сприяє підвищенню матеріального добробуту населення, зміцненню економічної та продовольчої безпеки держави, зростанню її експортного потенціалу.

В Україні на початку 90-х років минулого століття набрало розвитку фермерство, як сімейно-приватна форма господарювання на селі за винятком особистих селянських господарств. За двадцятирічний період ринкових перетворень фермерські господарства стали невід'ємною складовою аграрної економіки. Однак їх подальший розвиток потребує серйозної державної підтримки та зваженої державної аграрної політики.

Кризова ситуація в економіці і сільському господарстві вимагають подальшого вдосконалення фермерського законодавства та прийняття ряду заходів на допомогу фермерам України.

Державна підтримка фермерських господарств здійснюється через Український державний фонд підтримки фермерських господарств, який є державною бюджетною установою та виконує функції з реалізації державної політики щодо фінансової підтримки становлення і розвитку фермерських господарств [2].

Фінансова підтримка надається строго в межах тих коштів, що передбачені у державному бюджеті на відповідні цілі. Обсяги державної фінансової підтримки вітчизняних фермерських господарств в останні роки суттєво скоротилися. Але в 2017 р. підтримка аграрного сектору значно збільшилась (до 5,5 млрд. грн.). Оптимістичні прогнози є в державному бюджеті (ще не прийнятий) на 2018 р.

У Міністерстві аграрної політики поінформували, що для підтримки аграрного сектору на 2018 рік передбачається виділити 6,3 млрд. гривень.

На фінансування часткової компенсації вартості придбаної с/г техніки та обладнання українського виробництва передбачено збільшення суми до 1 млрд. гривень, оскільки при своєчасному запуску і посиленій інформаційній кампанії дана програма матиме мультиплікаторний ефект і забезпечуватиме розвиток багатьох сфер [3].

Відповідно до програми фінансової підтримки розвитку фермерських господарств та сільської кооперації (1 млрд. гривень) 50% від усієї суми надаватиметься через кооперативи, що стимулюватиме розвиток кооперації серед аграріїв. Інші 50% надаватимуться таким типам фермерів, як сімейні фермери, класичні фермери й тим, хто вперше хоче стати фермером. Окрім того, допомога передбачається таким галузям сільського господарства, як ягідництво, садівництво, овочівництво, тваринництво та біоенергетика.

Окрему увагу приділено програмі підтримки тваринництва як одного з пріоритетних напрямів у 2018 році. Фінансова підтримка (2 млрд. гривень) буде надаватися на будівництво та реконструкцію тваринницьких комплексів, що стимулюватиме нарощування поголів'я тварин і, як результат, призведе до вирівнювання цінової ситуації на м'ясо [4].

На сьогоднішній день стан сільського господарства вимагає подальшого інтенсивного переходу на шлях інтеграційних процесів, що відбуваються в економіці, і зрозуміло, що не можуть оминати стороною агропромисловий комплекс, який нині знаходиться не в найкращому становищі. Та, враховуючи показники в держбюджеті, аграрний сектор і фермерські господарства, зокрема, стають більш конкурентоспроможними. І нехай ця тенденція продовжується!

### **Список використаних джерел:**

1. Закон України "Про фермерське господарство" від 19.06.2003 № 973 – ІУ // Офіційний вісник України, 2003, N 29 (01.08.2003), ст. – 1438.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 01.03.2017 №130 "Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва".
3. Газета "Агробізнес сьогодні" №20 (339) жовтень 2016. - Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ostannia-vip-novyna/6442-scho-gotuie-derzhbiudzhet-2017-dlia-agrariiv.html>.

4. Мультимедійна платформа іномовлення України "Укрінформ". - Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2328336-gromadan-cikavit-derzavna-pidtrimka-fermerskih-gospodarstv-uradovij-kontaktnij-centr.html>.

**УДК 005:339:564:637:1**

## **УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Гончар О.О., студентка ОКР «Магістр»  
Ковтун О.А., к.е.н, доцент

Ринок молока та молочної продукції завжди займав особливе місце серед інших ринків харчових продуктів. Історично молоко і молокопродукти в Україні є одними з основних самостійних продуктів харчування, елементом рецептур приготування їжі та компонентом виробництва широкого кола товарів харчової промисловості [1].

Одним із пріоритетних напрямів розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу в сучасних умовах є активізація їх експортної діяльності. Важливою передумовою успішності експорту молочних продуктів в умовах висококонкурентного ринку є об'єктивна оцінка та своєчасність формування експортного потенціалу молокопродуктового підкомплексу. До процесу формування експортного потенціалу залучаються всі його складові – галузь молочного скотарства, молокопереробна промисловість та підприємства інфраструктури аграрного ринку.

Україна має у своєму розпорядженні значний неосвоений потенціал у сфері виробництва молока, тому доцільно залучати нові довгострокові інвестиції в усі ланки виробничо-маркетингового ланцюга, необхідні для стійкого нарощування експорту. Слід залучати інвестиції не тільки в переробку молока, а й у виробничу та експортну інфраструктуру, поліпшувати умови зберігання як сировини, так і готової продукції та вдосконалювати матеріально-технічне забезпечення

молочної галузі, інтенсифікувати племінну справу та впроваджувати міжнародні стандарти якості молока [2].

Забезпечення відповідних умов для виробництва конкурентоспроможної на внутрішньому та зовнішньому ринках молочної продукції, а також реалізації експортного потенціалу молокопродуктового підкомплексу є необхідною умовою стабілізації його функціонування. Водночас екстенсивний розвиток молокопродуктового підкомплексу стримує процес формування його експортного потенціалу, що й обумовлює необхідність наукового пошуку шляхів розв'язання цієї проблеми [3].

Аналіз українського ринку молока та молочних продуктів дозволяє зробити висновок, що ця ринкова ніша одна з найбільш динамічних та рентабельних, отже і найбільш перспективних. Але розвиток ринку молочної продукції залежить від обсягів виробництва молока та стану тваринництва в країні. Необхідним є перехід взаємовідносин із виробниками молока на якісно новий рівень, створення та обладнання в населених пунктах молокоприймальних пунктів, поліпшення системи взаєморозрахунків [4].

Для України велике значення має налагодження зовнішньоекономічних зв'язків та участь у міжнародній торгівлі в якості активного і рівноправного партнера. Ведення успішного та конкурентоспроможного молочного бізнесу на світових ринках можливе для вітчизняних виробників за умови постійного контролю за ефективністю господарювання, підвищення якості продукції та наближення її до європейських стандартів.

#### **Список використаних джерел**

1. Антонова І. В. Розвиток молочної промисловості в Україні / І. В. Антонова. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=428>
2. Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua>
3. Інформаційно-аналітичний портал про молоко та молочне скотарство [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.milkua.info/uk/world/310/>.
4. Протасова Л. В. Аналіз виробництва молока та молочних продуктів в Україні [Електронний ресурс] / Л. В. Протасова. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1123/1/24.pdf>.

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ УКРАЇНСЬКОЇ  
АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ  
(НА ПРИКЛАДІ СОНЯШНИКУ)**

Грунд В. В., студентка ОС «Магістр»

Костюк О. Д., к.е.н., доцент

Конкурентоспроможність є одним з найважливіших критеріїв діяльності підприємства, умовою доцільного здійснення торговельних операцій та запорукою успіху за ринкових відносин. Однією з головних умов конкурентоспроможності підприємства є виробництво конкурентоспроможної продукції. Проблема конкурентоспроможності продукції є найбільш обговорюваною на даний час, тому вона є досить актуальною, виходячи з цього існує необхідність всестороннього її дослідження [2].

Метою дослідження є розвиток теоретико-методологічної бази та обґрунтування шляхів вдосконалення управління конкурентоспроможністю української аграрної продукції.

Конкурентоспроможність є одним із головних показників, на основі якого можна досить чітко діагностувати стан підприємства, впливати на нього, виявляти перспективи подальшого розвитку, показувати ступінь досягнення стратегічних та тактичних цілей.

Актуальність даної проблеми полягає в тому, що агропромисловий комплекс відіграє важливу роль в розвитку економіки України в цілому, тому його першочерговим завданням є забезпечення ефективного функціонування.

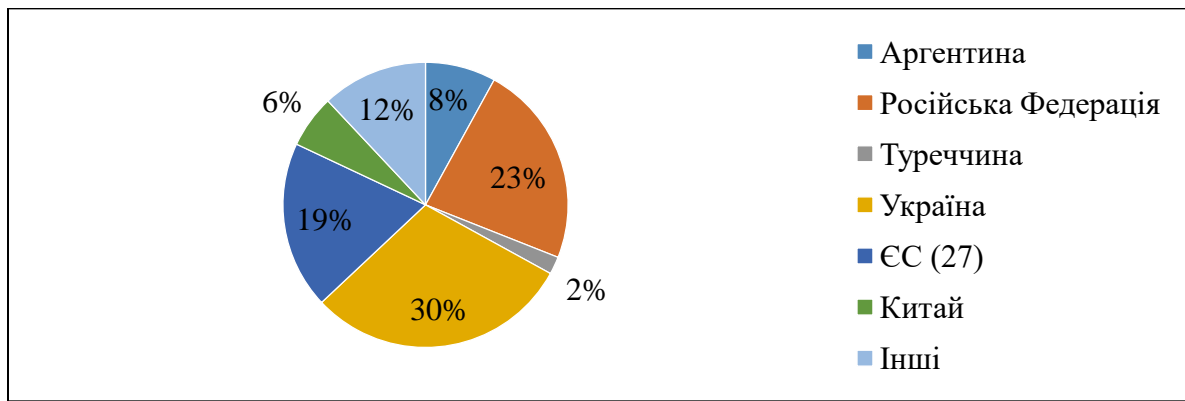
Дослідженням конкурентоспроможності агропромислового комплексу, окремих його аспектів займається багато вітчизняних та зарубіжних вчених: А. Сміт, Д. Рікардо, А. Курно, Е. Хекшер, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, П. Сраффі, Ф. Хайек, М. Портер, Г. Азоєв, І. Ансофф, А. Томпсон, А. Юданов, А. Стрікленд, Р. Фатхутдинов та ін. Незважаючи на велику кількість досліджень, проблема є не достатньо розкритою та потребує подальшого розгляду.

Управління конкурентоспроможністю – це сукупність заходів, що здійснюються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації та після продажного обслуговування продукції з метою створення її привабливості для кінцевого споживача. Передбачає збалансований вплив на економічні показники діяльності підприємства виходячи з критерію прибуток.

Соняшник належить до трійки більш вирощуваних у світі олійних культур та має значний вплив на олійний баланс. Обсяги його виробництва поступаються таким олійним культурам, як соєві боби та ріпак. Світове виробництво олійних культур у 2015–2016 маркетингового року (МР) перевищило 520 млн т. При цьому частка соєвих бобів становила 60%, ріпаку — 13%, тоді як соняшнику лише 8%.

Обсяги світової торгівлі соняшником зменшаться. На зовнішніх ринках очікується реалізувати 1,6 млн т. Світовими лідерами з експорту насіння соняшнику стануть країни ЄС-27, які, за прогнозами, експортують до 21% та Україна — 9% загального обсягу зовнішніх продажів. Основними імпортерами соняшнику залишаться Туреччина та країни ЄС-27, які мають наміри придбати понад половину світового експортного фонду.

У 2016–2017 МР прогнозується виробити 16,7 млн т соняшникової олії, що на 10% перевищить рівень попереднього року. Збільшення виробництва олії пов'язують зі зростанням попиту на неї. Так, Росія збільшить споживання цього продукту порівняно з минулим сезоном на 4%, Аргентина і Туреччина — 3%, країни ЄС-27—8%. Загалом світове споживання соняшникової олії зросте на 4%, до 15,6 млн т. На відміну від ріпакової та соєвої, соняшникову олію переважно використовують на харчові цілі. На рис. 1 зображено структуру світового виробництва соняшнику.



**Рис. 1. Структура світового виробництва соняшнику 2016 – 2017 МР**

Джерело: USDA, жовтень, 2016 року

Україна є одним із лідерів світового експорту продуктів переробки соняшнику. За даними USDA, світовий ринок розраховує отримати від України в нинішньому сезоні майже 5 млн т соняшникової олії, що на 15% більше попереднього. Частка України у світовій торгівлі соняшnikовою олією оцінюється на рівні 56%, що підтверджує одноосібне світове лідерство за зовнішніми продажами цього продукту. Для порівняння: експорт олії з Росії становитиме 1,9 млн т, або 21% світового продажу, Аргентини — 0,6 млн т (6%). Загалом Україна експортує соняшникову олію у 90 країн, у тому числі найбільше в Індію, Китай, країни ЄС, Туреччину та Єгипет.

Для вдосконалення управління конкурентоспроможністю продукції переробки соняшнику пропонуємо використовувати наступні заходи:

- Стимулювання виробництва високоякісної конкурентоспроможної продукції з використанням ресурсозберігаючих, екологічно безпечних технологій;
- Вдосконалення структури посівних площ з урахуванням внутрішніх потреб та експортних можливостей;
- Спрямування інвестицій на розвиток інфраструктури аграрного ринку;
- Стимулювання експорту продукції переробки соняшнику та створення рівних конкурентних умов для вітчизняних товаровиробників;
- Проведення митної політики на засадах зниження митних тарифів з одночасним вжиттям заходів щодо захисту внутрішнього ринку, які не

суперечать правилам та вимогам СОТ, запровадження нетарифних методів регулювання ринку;

- Удосконалення кредитно-фінансової та податкової політики.

Отже, агропромисловий комплекс загалом і вітчизняна олійно-жирова промисловість зокрема є функціональною ланкою всього національно-господарського комплексу. Вона має значні ресурси для підвищення ефективності соціально-економічного розвитку країни на основі заохочення інвестицій, створення нових робочих місць, надання соціальних гарантій працівникам, впровадження інновацій, виробництва сировини для розвитку інших галузей, забезпечення валютних надходжень та формування позитивного іміджу України як найбільшого світового експортера соняшникової олії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Арбузова Т.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю агропромислового комплексу в умовах членства в СОТ.: [http://www.btsau.kiev.ua/files/list/ediion/ed\\_nfrjdyrimd.pdf](http://www.btsau.kiev.ua/files/list/ediion/ed_nfrjdyrimd.pdf).
2. Смоленюк П.С. Формування і оцінка конкурентоспроможності товарної продукції // Інноваційна економіка – 2012 – №4(30) – С. 99-107.
3. Паршина О.А. Наукова концепція управління конкурентоспроможністю промислової продукції / О.А. Паршина // Науковий вісник НГУ. – 2011. – № 3. – С. 143– 148.

**УДК 005:93:631:115**

### **ДЕТЕРМІНАНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ**

Діброва М. А., студент ОС «Магістр»

Ковтун О. А., к.е.н., доцент

Основним методом визначення конкурентоспроможності на міжнародному ринку є індексний метод. Серед показників, які найчастіше використовуються, варто виділити індекс відносних порівняльних переваг *RCA*, індекс відносної експортної конкурентоспроможності *RXA*, індекс



відносної залежності від імпорту RMP, індекс відносних торговельних переваг RTA та RSCA. З цією метою використовуються емпіричні методи оцінювання індексів порівняльних переваг RCA, RTA, RXA та RMP, що базуються на класичному індексі В. Balassa, а також індексі RSCA, що є симетричною трансформацією RCA.

По-перше, з 2014 по 2016 році найбільшим імпортером пшениці став Єгипет, який імпортував на суму майже 2 млрд. доларів США, і має індекс 6,26-6,66,-1,68 що означає, що вітчизняна пшениця є конкурентоспроможною при експорті в Єгипет. В 2014 році за рахунок змінення курсу та диверсифікації вітчизняного експорту, та підписання в тому ж році ЗВТ з ЄС, що дало поштовх до відкриття нових ринків, і вже в період 2014-2015 років 2ге та відповідне третє місце було зайняте вже Південною Кореєю та Іспанією з відповідними ідексами в 2014-2015 роках(36,35- 13,23 та 26,49- 15,32). В 2016 році найбільшим імпортером пшениці стала Індія, і де українська пшениця стала конкурентоспроможною на ринку індії із показником 2.01. Також відкриттям стала країна Бангладеш та Тайланд, які посіли по імпорту 3 та 4 місце відповідно.

По-друге, ринок кукурудзи у досліджуваних роках 2014-2016 роках також зазнав значних змін у географічному експорті даної культури про що свідчать показники наведені в таблиці. Згідно даних, можна зазначити, що у 2014 році країни такі як Єгипет, Іспанія та Китай та Корея стали найбільш конкурентоспроможними про що свідчать їхні індекси. Однак, у період з 2015-2016 роках можна зазначити, що Єгипет та Іспанія залишились імпортерами вітчизняної кукурудзи, але до них приєдналися Іран та Нідерланди.

По-третє, дивлячись на дані наведені про ячмінь, то можна зазначити, що в період з 2014-2016 роках найбільшим світовим імпортером є Саудівська Аравія. Вона стала номером 1 в досліджуваному періоді по імпорті вітчизняного ячміню, і індекс конкурентоспроможності був постійно на достатньому рівні, щоб вважатися конкурентоспроможною культурою. В 2014 році Лівія та Іран стали двома іншими країнами, де конкурентоспроможності ячменю на даних ринках була достатньо високою. Не зважаючи на диверсифікацію вітчизняного

експорту в 2014-2016 році, номером один залишається Саудівська Аравія по кількості продукції, але, говорячи про індекси, найбільшим конкурентноспроможним ринком для вітчизняного ячменю стали країни: Лівія, Алжир та Китай. Потрібно зазначити, що у 2016 році ринок українського ячменю став більш диверсифікованим, і його почали експортувати у великих масштабах до таких країн: Йорданія та Туніс.

Аналізуючи значення індексів, можна дійти висновку, що незважаючи на провідне місце України на світовому ринку серед виробників окремих видів сільськогосподарської продукції, не всі товарні групи конкурентноспроможні. Вкрай низька конкурентноспроможність живих тварин, продуктів тваринного походження. Було відзначено високі показники конкурентних переваг на зовнішньому ринку зернової продукції, так значення індексів RCA та RTA більше 1, проте було встановлено, що конкурентні переваги Україна отримує в ціновому сегменті, а не якісному.

Основні проблеми конкурентноспроможності продукції харчової промисловості: висока питома ресурсних витрат, що збільшує собівартість продукції; слабкий рівень впровадження інновацій у розробку та виробництво, а також великий відсоток застарілого оснащення; низький рівень інвестування галузі; невідповідність норм сертифікації і стандартизації світовим; відсутність державної підтримки та стимулювання галузі і т.д.

Було визначено ряд заходів, котрі допоможуть створити сприятливі умови для підвищення рівня конкурентноспроможності української продовольчої продукції, зокрема: створення нових та розширення існуючих потужностей підприємств, що виробляють продукти харчування на експорт; стимулювання наукових розробок, що мають на меті створення нових технологій і продуктів для підприємств харчової промисловості; розробка нормативно-правової бази для підтримки структурно-інноваційних зрушень у процесі модернізаційного оновлення галузі; розробка оцінки конкурентноспроможності товарів, яка б враховувала товарознавчо-технологічні знання, інформацію про аналоги, принцип введення інновацій;

фінансування інноваційних проектів на прийнятних для підприємств харчової промисловості умовах; залучення іноземних інвестицій; впровадження ринкових механізмів регулювання цін на аграрних ринках; розроблення систем економічного стимулювання вітчизняного виробництва продовольчої сировини та харчових продуктів з використанням прогресивних механізмів кредитування, ціноутворення, тарифного регулювання, удосконалення податкового законодавства; удосконалення системи сертифікації та стандартизації харчової продукції та гармонізація українського законодавства до європейського і т.д.

#### **Список використаних джерел:**

1. Export statistics from the magazine namely “ProAgro” electronic resource: <http://www.proagro.com.ua/agrostat/exp/>
2. State Statistics Service of Ukraine electronic resource: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Forsayt ekonomiky Ukrayiny: seredn'ostrokovyy(2015–2020 roky) i dovhostrokovyy(2020–2030 roky) chasovi horyzonty(versiya dlya obhovorennya) / nauk. kerivnyk proektu akad. NAN Ukrayiny M.Z. Zhurovs'kyu // Mizhnarodna rada z nauky (ICSU); Natsional'nyy tekhnichnyy universytet Ukrayiny «Kyivskyy politekhnichnyy instytut»; Instytut prykladnoho systemnoho analizu NAN Ukrayiny i MON Ukrayiny; Svitovyy tsentr danykh z heoinformatyky ta staloho rozvytku. – Kyiv: NTUU «KPI», 2015. –s.9.

**УДК 005:57:316.6**

### **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Довгань О. Л., студентка ОС «Магістр»

Костюк О. Д., к. е. н., доцент

Сьогодні в умовах реформування економіки України зростає потреба в ефективному використанні людських ресурсів, саме тому важливе значення відіграють соціально-психологічні методи управління, завдяки яким здійснюються управлінські дії на персонал підприємства.

Актуальність даної теми полягає не лише в успішній діяльності кваліфікованого персоналу, а й в умілому використанні кадрів та ефективності

управління ними, адже завдяки використанню керівником соціально-психологічних методів в управлінні підприємством, формулюється висококваліфікований ефективний персонал, кожен член якого реалізовуватиме свій потенціал на найвищому рівні, в результаті чого підвищуватиметься результативність діяльності підприємства. Все більшої уваги привертають саме ці методи управління, які дозволяють компенсувати недоліки економічних і адміністративних методів управління. Це обумовлено тим, що співробітників не можна активізувати виключно адміністративними й економічними методами. В умовах високої емоційної напруженості керівник змушений використовувати більшою мірою соціально-психологічні інструменти впливу на їх поведінку, створювати особливий емоційний клімат, який сприяє консолідації їх зусиль [1, с. 3].

Соціально-психологічні методи – сукупність специфічних методів дії на особисті стосунки і зв'язки між працівниками, а також на соціальні процеси в організації [2]. Варто зазначити, що кожній групі людей та колективу притаманний певний психологічний клімат. Тому суттєвою умовою створення й розвитку трудових колективів є дотримання в них принципів психологічної сумісності. Недостатня увага до соціальних і психологічних аспектів управління є основою нездорових взаємовідносин у колективі, що може призвести до різкого зниження продуктивності праці [4].

Соціальні методи управління – це сукупність способів формування впливу на розвиток колективу й соціальних процесів в середині організації. Ці методи забезпечують формування і розвиток трудових колективів шляхом управління свідомістю і поведінкою людей через інтереси, мотиви, потреби, цілі [4]. До них відносяться: соціальне регулювання (критика і самокритика, соціальне планування, звичаї й традиції, обмін досвідом); соціальне нормування (правила внутрішнього розпорядку, статuti громадських організацій, правила службової етики й етикету, кодекси честі); моральне (оголошення подяк, нагородження ордерами і медалями, присвоєння почесних звань, надання додаткових соціальних благ) [2].

Психологічні методи управління – методи регулювання відносин між всіма членами колективу з метою створення в ньому сприятливого психологічного клімату. До психологічних методів управління науковці відносять: гуманізацію праці, що спрямована на поліпшення естетичних умов праці шляхом дизайну робочого місця, використання психологічного впливу кольору, музики, освітлення; комплектування трудових колективів, за допомогою якого встановлюють симпатії в колективі, статус його членів; психологічне спонукання, що формує мотиви до високопродуктивної праці в результаті розвитку ініціативи та підприємливості [2].

Завдяки ефективному використанню соціально-психологічних методів, у трудовому колективі формується соціально-психологічний клімат, тобто якісна сторона міжособистісних стосунків, яка проявляється у вигляді сукупності психологічних умов, що сприяють чи перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку особистості в групі [3].

Отже, завдяки використанню керівником соціально-психологічних методів в управлінні підприємством, формується висококваліфікований ефективний персонал, кожен член якого реалізовуватиме свій потенціал на найвищому рівні, в результаті чого підвищуватиметься результативність діяльності підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Бордзань С. П. Удосконалення соціально-психологічних методів управління підприємством / С. П. Бордзань. – Житомир, 2016. – 105 с.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом / А.П.Егоршин. – Н.Новгород: НИМБ, 1997. – 607 с.
3. Климат социально-психологический [Электронный ресурс]: Мир психологии. Психологический словарь. – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=396>
1. Рульев В.А. Управление персоналом.: Навчальний посібник / В.А. Рульев, С.О. Гуткевич, Т.Л. Мостянська. – К.: Кондор, 2012. – 310 с.

## УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Думка Д.В.студентка ОС «Магістр»

Костюк О.Д., к.е.н., доцент

В сучасних умовах головною метою діяльності підприємства, незалежно від виду його діяльності та форми власності, є отримання максимального прибутку, що неможливо без ефективного управління ним. Прибуток відіграє провідну роль, висвітлюючи різнобічні економічні взаємозв'язки у процесі відтворення та забезпечує соціальний розвиток підприємства.

Для досягнення максимальних розмірів прибутку, підприємства повинні забезпечувати ефективне управління фінансовими результатами господарської діяльності, вирішувати завдання з поліпшення інформаційного забезпечення управління і контролю за збереженням власності та зміцненням фінансового стану підприємства, підвищенням ефективності діяльності та зменшенням ризику втрати коштів через непередбачені дії.

У цілому, управління прибутком – це складна багаторівнева система трансакцій, яка поєднує як мінімум три підсистеми: формування, розподіл та використання. Дії кожної з них притаманні власні конкретні цілі та завдання, інструментарій для їх досягнення.

Механізм управління прибутком підприємства розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує певну роботу та спільна дія яких, за певних умов, забезпечує досягнення мети механізму – отримання підприємством прибутку.

Прибутковість безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку.

Прибутковість – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у коефіцієнтах або відсотках. Показники рентабельності являються відносними характеристиками фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства.

Показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності; вони більш повно, чим прибуток, характеризують узагальнюючі результати господарювання.

По значенню рівня рентабельності можна оцінити довгострокове благополуччя підприємства, тобто здатність підприємства одержувати достатній прибуток на здійснені інвестиції. Для власників капіталу підприємства даний показник є більш привабливим індикатором, ніж показники фінансової стійкості і ліквідності, які визначаються на основі співвідношення окремих статей балансу.

У зв'язку з тим, що показники рентабельності визначають зв'язок між сумою прибутку та величиною вкладеного капіталу, вони можуть бути використані в процесі прогнозування прибутку підприємства. Оцінка прогнозного рівня прибутку базується на рівні прибутковості за попередні періоди з урахуванням прогнозованих змін

Отже, прибуток підприємства є важливою економічною категорією, так як він є кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства. Тому дуже важливо під час стратегічного планування врахувати всі чинники і аспекти подальшого розвитку для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку і забезпечення його певного рівня.

Система управління прибутком має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, так як прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень прибутку, який в свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників і працівників.

### **Список використаних джерел**

1. Блонська В. І. Прибуток – особливості його формування та використання в ефективному управлінні підприємством // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.5. – С. 179-185.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, доповн. і переробл. – К.: Атіка, 2007. – 528 с.

3. Кобець А.О. Формування механізму управління прибутком підприємств в умовах ринкової економіки: автореф. на здоб. наук. ступ. к-та економ. наук / А.О. Кобець – Донецький національний університет. – Донецьк. – 2008. – 21 с.

**УДК 005:93:631:115**

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ КАРТОПЛЯРСТВА В УКРАЇНІ**

Єрмоєнко А. Я., студентка ОС «Магістр»

Ковтун О.А., к.е.н., доц.

Незважаючи на існуючу тенденцію розвитку галузі, картопля була і залишається одним з основних джерел доходів сільського населення. В Україні нараховується понад 17 млн домогосподарств, переважна більшість з яких займається виробництвом картоплі для власного споживання, годівлі тварин та для продажу. У середньому на одне господарство доводиться 500 кг товарної картоплі. За нинішнього насичення картоплею внутрішнього ринку є сумнівним отримання очікуваних доходів.

Одним із засобів розв'язання існуючих проблем є необхідність розбудови заготівельно-збутової мережі. Більшість вирощеної товарної продукції не знаходить покупців через відсутність можливості її продажу. До того ж, не всі виробники мають умови для тривалого її зберігання, тому багато продукції просто псується. Мережа заготівельно-збутової кооперації, яка існувала за радянських часів, була зруйнована, а натомість сучасна ринкова ще не побудована. Влада здійснює перші кроки з налагодження кооперативних відносин на ринку сільськогосподарської продукції, які є вкрай необхідними, але не в змозі розв'язати існуючу проблему. Створення власних кооператив виробників з подальшим продажем продукції через оптово-продовольчі ринки, мережі супермаркетів, громадського харчування є бажаним результатом у розбудові сучасної заготівельно-збутової мережі. Такі кооперативи позитивно



впливатимуть на формування цін та як результат збільшать доходи сільського населення [1].

Разом з тим, в Україні розвиватиметься промислове виробництво картоплі. Сільськогосподарські підприємства із зацікавленістю розглядають можливості масштабного виробництва картоплі та розвитку відповідної складської інфраструктури. Однорідність товарної продукції розширяє можливості її збуту. Сертифікована продукція із систематичними поставками є цікавою для великих супермаркетів та оптових ринків. При цьому ціни є привабливими для виробників та забезпечують прибутками їх діяльність. У перспективі великотоварне виробництво збільшуватиме свою частку в загальних обсягах вирощеної продукції. Тож для України картопля залишається не лише традиційним, а й стратегічним продуктом [2].

В умовах ринкової трансформації проявилися окремі негативні тенденції розвитку галузі картоплярства в Україні:

- кардинальна зміна структури виробництва на користь дрібних виробників — 98,7% валового збору картоплі припадає на особисті господарства населення і лише 1,3% - на підприємства суспільного сектору;
- різке коливання обсягу виробництва картоплі (відхилення валового збору від середньорічних показників досягає 20%);
- урожайність картоплі в 3 — 4 рази нижча, ніж у розвинутих країнах Європи;
- низька товарність картоплі, так як 25 — 30% валового збору залишається на насіння, а близько 20% - на кормові цілі;
- занепад системи вітчизняного насінництва;
- низький рівень розвитку картоплепереробної промисловості.

Зазначені негативні тенденції розвитку галузі картоплярства свідчать про низьку технологічну ефективність виробництва картоплі в Україні порівняно з провідними виробниками Європи та світу [3].

Розширення площ посіву картоплі в індивідуальному секторі зумовлює їх деконцентрацію, яка в свою чергу призводить до розпорошування ресурсів, зростання витрат виробництва, порушення технології вирощування, руйнації

системи заготівельних організацій картоплі, що примушує населення займатися самозабезпеченням цією продукцією.

Результати дослідження виробництва картоплі в сільськогосподарських підприємствах дають підстави зробити наступні висновки про формування пропозиції на вітчизняному ринку картоплі:

- основними виробниками картоплі в Україні стали господарства населення, проте вони не можуть бути провідними постачальниками картоплі для країни в цілому та забезпечити промисловість сировиною відповідної якості;
- фермерські господарства України на загальні обсяги виробництва картоплі суттєво не впливають;
- значне зменшення валового виробництва картоплі в суспільному секторі обумовлене занепадом матеріально-технічної бази, порушенням еквівалентного обміну між промисловістю і сільським господарством, ускладненням збуту та зниженням ефективності вирощування;
- перехід виробництва картоплі в приватний сектор призвів до обмеження використання досягнень НТП в картоплярстві, що стримує розвиток галузі;
- суттєві структурні зміни в розподілі валового збору картоплі, що мали місце протягом останніх років, у першу чергу, зумовлені змінами в каналах реалізації, зокрема відмовою господарств від реалізації картоплі державним заготівельним організаціям, які значно скоротили обсяги заготівель на користь реалізації через систему власних торговельних точок, а також реалізації на ринку та заводам на переробку, де ціна визначається попитом і якістю продукції [4].

Вищезазначені негативні чинники спричинили руйнування оптового ринку картоплі. Внаслідок цього виникли стихійні продовольчі ринки, які сприяють неорганізованій діяльності посередників у сфері збуту і привласненню значної частини прибутку, створеного в процесі виробництва. Поряд із виробництвом картоплі товаровиробникам все більше доводиться займатися її продажем, що відволікає капітал і трудові ресурси від основної господарської діяльності.

Формування ефективного ринку картоплі та картоплепродуктів неможливе без підвищення конкурентоспроможності галузі картоплярства в

цілому. Для цього необхідно вирішити наступні проблеми: підвищити урожайність товарної картоплі; вдосконалити систему насінництва; запровадити високоефективну технологію вирощування картоплі з використанням сучасної техніки; об'єднати фінансові, наукові, виробничі, матеріальні ресурси України для концентрації картоплярства в найбільш сприятливих природно-кліматичних, ґрунтових та соціально-економічних зонах і переведу його на інтенсивний шлях розвитку із застосуванням останніх досягнень сучасної науки, нової техніки і технологій, а також економічних важелів ринкової економіки [5].

Отже, для подолання негативних тенденцій в розвитку ринку картоплі та картоплепродуктів потрібно створити сприятливі умови для реалізації картоплі та продуктів її переробки, формування ринків сільськогосподарської продукції, відповідної ринкової інфраструктури, створення оптових продовольчих ринків, а також формування кооперативів товаровиробників та інших підприємницьких структур усіх форм власності з виробництва, заготівлі, переробки і реалізації картоплі та надання різних послуг [6].

#### **Список використаних джерел**

1. Картопля: Енциклопедичний довідник з вирощування, зберігання, переробки та використання картоплі / Київ. Енциклопедії. - К.: 2013. - 570 с.
2. Погорілий А.О. Економічна ефективність вирощування картоплі в особистих підсобних господарствах населення // Економіка АПК. – 2014. – №1. – С. 81–83.
3. Картоплярство : міжвідомчий тематичний науковий збірник. Вип. 37 / УААН Інститут картоплярства. - К. : Аграрна наука, 2015. - 259 с.
4. Ремньова Л. М., Лавров Р. В. Сучасний стан та основні напрями підвищення ефективності галузі картоплярства в Україні.// Науковий вісник ЧДІЕУ. - 2016. - №1 (2). - с. 143 - 157.

## СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Житло А.М., студентка ОС «Магістр»

Ковтун О.А., к.е.н., доцент

В умовах ринкового середовища, де діють механізми конкуренції для забезпечення ефективного функціонування підприємств вирішальну роль відіграє стратегія розвитку. Саме вона дозволяє контролювати та регулювати діяльність підприємства, а також запобігати втратам і зменшувати ризики.

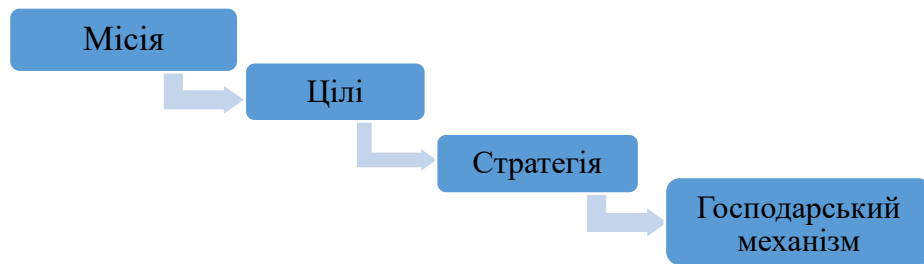
Формування стратегії розвитку підприємства вимагає ретельного вивчення виробничо – технічних можливостей, визначення цілей і ключових проблем економічного суб'єкта, вибору й обґрунтування оптимального рішення, складання програми дій і перевірки її реалізації. [3 С.58]

Об'єктами, для яких підприємство створює конкурентні переваги, є напрямки діяльності як сукупності цілеспрямованих дій. При цьому способи виконання дій через їх багатоваріантність і різну ефективність відіграють не меншу роль у забезпеченні стратегічного успіху, ніж вдало визначені цілі. Сьогодні багато уваги приділяється ключовим факторам успіху, які дозволяють підприємству відрізнитися від інших підприємств та здобувати вигідну для нього стратегічну позицію. [1, С.324]

Ми ознайомилися із сучасними науковцями, які досліджували питання сутності стратегії організації та прийшли до висновку, що ми підтримуємо шановного професора О. Д. Гудзинського, щодо його бачення. Трактуювання виділили в рамку. Зазначимо, що нижче наведене визначення не являється єдино вірним.

**Стратегія підприємства** – це система планованих внутрішніх організаційних заходів, спрямованих на оптимізацію функціонування організації щодо наявних та очікуваних станів її оточення а отже, й організаційного розвитку [2, с. 50]

Першочерговим для розуміння має бути уявлення про місце стратегії в діяльності суб'єктів господарювання в ринкових умовах. Зобразимо економічні категорії в цілій системі на рис. 1.2



**Рис. 1** Взаємозв'язок цілей, стратегії та господарського механізму підприємства [4, с.7]

Таким чином, формування стратегії підприємства є динамічним процесом, який передбачає розробку моделі дій та її адаптації до змін у середовищі. Під час вибору методів управління підприємство має також усвідомлювати обмеженість свого впливу як на оточення, так і внутрішньо-організаційний простір. Головним завданням стратегічного управління є організація внутрішнього середовища з чіткою орієнтацією на ринкову ситуації. [5, С. 213]

#### **Список використаних джерел:**

1. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление. Бизнес–стратегии для успешного менеджмента / Дэвид А. Аакер; [пер. с англ.; ред Ю. Н. Каптуревский]. – 6–е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Гудзинський О.Д. Організаційно регулятивна функція в управлінні стратегічним розвитком підприємства / О.Д. Гудзинський // Ринок праці та зайнятість населення.– 2009. –№ 1.–С. 50–52.
3. Климчук С.А. Стратегія розвитку підприємства: проблематика використання фасетної класифікації [Електронний ресурс] / С.А. Климчук // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2013. – № 10. – С. 206–211. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi\\_2013\\_10\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_35)
4. Стратегія підприємства: навчальний посібник / за ред. Г.А.Семенова. – Запоріжжя: КПУ, 2015. – 352 с.
5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 540 с.

## УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ

Заворотна Н.В., студентка ОС «Магістр»

Галушко В.П., д.е.н., професор

Організація розрахунків з оплати праці на підприємстві є основою соціально-трудових відносин найманих працівників, роботодавців і держави, що впливають на ефективність управління трудовими ресурсами в цілому. Теоретичний та практичний аспекти питання розрахунків з оплати праці є актуальним, оскільки заробітна плата – це одна з найскладніших економічних категорій.

Питання управління витратами з оплати праці висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема, у: М.Т. Білухи, Ф.Ф. Бутинця, М.Ф. Огійчук, В.М. Пархоменко, В.К. Савчук, П.Т. Саблук, В.В. Сопко, Н.М. Ткаченко, А. Апчерч, Ф. Беста, Ф. Вуд, В.С. Дієсперов, К. Друрі, Р. Ентоні, Р.С. Каплан, М.Х. Мескон, Д. Міддлтон, Б. Нідлз, В.Ф. Палій, Дж. Ріс.

Метою дослідження є визначення особливостей управління витратами з оплати праці для підвищення ефективності та конкурентоспроможності виробництва.

Управління витратами – це система цілеспрямованого впливу на склад, структуру і поведінку витрат та їх чинники на всіх етапах формування і розподілу витрат, що ґрунтується на використанні об'єктивних економічних законів і функцій менеджменту, задля підвищення ефективності діяльності підприємства на основі оптимізації рівня витрат, забезпечення його конкурентоспроможності на ринку та досягнення стратегічної мети і поточних завдань його розвитку.

В умовах ринкових відносин у нашій країні посилюється роль облікової інформації в управлінні господарською діяльністю підприємств, на основі якої відбувається аналіз, планування та контроль витрат на оплату праці. У зв'язку з цим важливого значення для функціонування системи управління та обліку на

підприємстві набувають питання регулювання оплати праці. Нормативно-правові документи мають різну юридичну силу, відповідно до якої їх можна поділити за рівнями (конституційний, законодавчий, нормативний, методичний, організаційно-розпорядчий), утворюючи при цьому в своїй сукупності систему нормативно-правового регулювання обліку оплати праці в Україні.

Оскільки досягнення оптимальної структури витрат є важливою умовою підвищення конкурентоспроможності підприємств, виникає необхідність в розробці системи управління витратами підприємства на найближчу перспективу. Стратегічне управління витратами підприємства на оплату праці працівників може сприяти оптимізації витрат підприємства та задіяти економічні резерви щодо підвищення прибутковості підприємства.

Прогнозований рівень витрат на оплату праці працівників за різних причин може суттєво розбігатися з фактичним, і наявність цієї різниці потребує її компенсації за рахунок додаткових фінансів. Тому, для кожного підприємства потрібно не просто вибрати оптимальні форми та розміри тарифів на оплату праці, а й застосовувати стратегічне планування витрат на оплату праці.

Аналіз структури фонду оплати праці підприємств, показує необхідність деталізації витрат оплати праці з метою більш ефективного управління трудовими ресурсами.

Загальний обсяг витрат на оплату праці робітників обумовлений чисельністю персоналу та рівнем його кваліфікації. При цьому чисельність робітників залежить від масштабів виробництва, а також продуктивності та якості праці персоналу. Тому визначення розмірів витрат на трудові ресурси є важливим етапом при управлінні ними.

Отже, питання управління витратами з оплати праці є дуже важливим для сільськогосподарських підприємств, адже людський капітал являється рушійною силою при підвищенні оптимізації та ефективності роботи підприємства. З метою надання внутрішнім користувачам повної, правдивої, актуальної та неупередженої облікової інформації була досліджена та удосконалена система управління трудовими ресурсами за допомогою впровадження внутрішньої

форми бухгалтерської звітності, яка надасть керівництву оперативно реагувати на зміни в управлінні підприємством.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про оплату працю» від 01.01.2015 р., № 108/95 – ВР / Законодавство України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>.

2. Баянова О.В. Формирование терминологии и классификация затрат на оплату труда в учетноаналитической системе управления / Баянова О.В. // Управленец. – 2011. – № 9-10 (25-26). – С.38- 43.

3. Лиходєдова О.В. Витрати на персонал та їх оптимізація в умовах ринку / О.В. Лиходєдова // Торгівля і ринок: [зб.наук.праць]. – 2010. – Вип. 30, Т.1 – С.236-242.

4.Єгоркіна Т. О. Удосконалення системи мотивації праці робітників підприємства / Т. О. Єгоркіна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності = Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property: [зб.наук.праць] / ПДТУ. – Маріуполь, 2010. - Т. 1. - С. 235-240.

5. Овсюк Н. В. Основні аспекти розвитку бухгалтерського обліку оплати праці для потреб управління / Н. В. Овсюк // Економічні науки. С

6. Омельниченко О.С.Напрями оптимізації витрат в системі управління/О.С.Омельниченко//«Ефективна економіка».-2016.-№2.-  
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4901>

**УДК 005.9:633-027.3**

### **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА)**

Зайло С.П., студентка ОКР «Магістр»

Ковтун О.А., к.е.н, доцент

Для підприємства, яке функціонує в умовах зростаючої невизначеності і динамічності зовнішнього середовища, одним з головних чинників забезпечення конкурентоспроможності є системний розвиток. У зв'язку з цим управління розвитком підприємства є важливою умовою ефективного і функціонування вітчизняних підприємств. Високий рівень конкуренції та економічної глобалізації, поява нових технологій – лише три з багатьох факторів, які



підштовхують організації до змін та оновлення процесів, які засновані на безперервних впровадженнях інновацій [3].

Головною метою менеджменту підприємства є забезпечення максимальної ефективності управління кожним структурним елементом системи підприємства для досягнення поставлених цілей його діяльності. Існують різноманітні підходи до планування й управління організацією. Але кожен із них ураховує лише певну сферу чи особливість структури кожного елемента та не враховує їх взаємозв'язків [4].

Для планування потреби сільськогосподарського виробництва, його окремих галузей та виробничо-господарських структур матеріально-ресурсного потенціалу вихідними положеннями має стати забезпечення належного рівня виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції з урахуванням застосування сучасних ресурсозберігаючих технологій [2].

Технологічною основою рослинництва є система землеробства, тобто комплекс організаційно-економічних та агротехнічних заходів щодо раціонального використання землі, підвищення врожайності сільськогосподарських культур, збереження та підвищення родючості ґрунту. Система землеробства розробляється з урахуванням умов конкретної природно-економічної зони і включає: організацію земельної території і систему сівозмін; систему удобрення в сівозмінах; систему насінництва; систему захисту рослин від шкідників, хвороб і бур'янів; систему обробітку ґрунту та догляду за посівами; систему меліоративних заходів. Всі ці елементи тісно пов'язані між собою і застосовуються в комплексі [1].

Актуальність досліджуваної теми обумовлена підвищенням економічної ефективності виробництва рослинницької продукції та зростання економіки галузей рослинництва. Підвищення економічної ефективності передбачає збільшення виробництва і підвищення якості продукції при одночасному зменшенні затрат праці та матеріальних засобів на одиницю продукції. Вирішення проблеми нерозривно пов'язане з подальшою всебічною

інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва та має важливе значення для агропромислового комплексу загалом.

#### **Список використаних джерел**

1. М.М. Ільчук, Л.Я. Зрібняк та ін. за ред. М.М. Ільчука, Л.Я. Зрібняка. К.: 2008. – С.456
2. Підлісецький Г.М., Гарасим П.М., Герун М.І. та ін. Основні виробничі фонди сільського господарства: ефективність, оновлення, оцінка. – К.: Урожай, 1995.
3. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : моногр. / О. В. Раєвнева. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 496 с.
4. Теоретичні аспекти щодо управління розвитком підприємства / Л.О. Жилінська, О.О. Розумчук // Управління економікою: теорія та практика: Зб. наук. пр. — К.: ІЕП НАНУ, 2014. — С. 94-106.

**УДК 005.52:005.332.4**

### **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Зарудніцька А.М., студентка ОС «Магістр»

Ковтун О.А., к.е.н., доцент

Одне з найважливіших завдань розвитку підприємства і країни в цілому, нерозривно пов'язане з ефективністю виробництва, забезпечення випуску необхідної кількості продукції та покращення якості, досягнення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку, посісти провідне місце і втримати його якомога довше.

Загострення конкурентної боротьби поміж виробниками змушує шукати їх нові засоби впливу на рішення покупців. Одним з таких шляхів є створення товарів покращеного рівня якості.

Передовий закордонний досвід свідчить, що якість, безперечно, є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим,

можливості реалізації продукції, крім якості, визначаються значним числом параметрів і умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але і на підприємство, фірму і навіть країну.

**Мета дослідження** полягає в дослідженні конкурентоспроможності фермерського господарства «Агрофірма «Базис» та розробки стратегії її забезпечення.

**Основні результати дослідження.** Враховуючи різноманітність і багато чинників, які забезпечують конкурентоспроможність, формувати портфель стратегій необхідно на основі принципів системності та комплексності.

Такий підхід дозволить сформувати систему на збалансованій основі (від загального до часткового) та визначити можливості для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Розробка системи етапів формування стратегії повинна здійснюватись таким чином, щоб кожний наступний етап планування відрізнявся від попереднього своїми специфічними методами виконання. При цьому процес розробки стратегії на підприємствах може бути представлений у вигляді етапів послідовного вирішення низки взаємопов'язаних стратегічних питань (табл. 1).

Таблиця 1

**Етапи формування стратегії для забезпечення конкурентоспроможності ФГ «Агрофірма «Базис»**

Етап I	Етап II	Етап III
1. Визначення основної стратегічної мети, місії діяльності підприємства.	1. Аналіз діяльності потенційних конкурентів на даному ринку.	1. Формулювання стратегії досягнення поставленої мети.
2. Визначення можливостей підприємства.	2. Оцінювання впливу чинників макро- та мікросередовища на діяльність підприємства.	1. Визначення тактичних завдань і пріоритетів у процесі здійснення перетворень.
3. Виявлення сфери діяльності для використання капіталу підприємства.	3. Оцінювання сучасного економічного, технічного та технологічного стану підприємства. Аналіз стратегічних альтернатив.	3. Реалізація стратегії.

На завершальному етапі вибирається альтернативний варіант, на основі якого управлінський персонал розробляє детальний бізнес-план реалізації стратегії. Не варто забувати, що навіть найкращі плани можуть бути нереалізованими через неякісне виконання або неефективне управління конкурентоспроможністю підприємства.

Під системою управління конкурентоспроможністю підприємства (товарів, робіт, послуг) слід розуміти сукупність організаційної структури, процесів, технологій, положень ресурсів тощо, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі. Дослідження фактичних матеріалів показує, що процес управління конкурентоспроможністю включає такі чотири етапи (табл. 2) [6].

Таблиця 2

**Етапи управління конкурентоспроможністю ФГ «Агрофірма «Базис»**

Реалізація функцій управління діяльністю Етап I	Контроль та регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності
	Мотивація працівників
	Планування та організація процесу забезпечення конкурентоспроможності
Формування методів менеджменту Етап II	Розробка технологічної документації
	Розробка планів прискорення НТП
	Розробка планів виробництва конкурентоспроможної продукції
	Розробка методів стимулювання персоналу
Формалізація методів менеджменту Етап III	Формування розпоряджень та вказівок щодо забезпечення конкурентоспроможності
	Розробка наказів щодо контролю та відповідальності за виготовлення конкурентоспроможної продукції
Розробка та прийняття управлінських рішень Етап IV	Формування напрямків діяльності апарату управління
	Визначення ступеня досягнення конкурентоспроможності
	Оцінка ефективності управлінських рішень

З метою виконання цих етапів управління конкурентоспроможності, необхідною є наявність у підприємства можливості до самоорганізації, яка в себе

включає постійні зміни в кон'юнктурі ринку та потребах клієнтів, технологіях і пристосуванні до них.

**Висновки.** Таким чином, ми бачимо, що стратегія передбачає управлінську діяльність, спрямовану на забезпечення розвитку та координування згідно зі змінами зовнішнього середовища і кон'юнктури ринку та забезпечення управління конкурентоспроможністю на підприємстві в цілому. Для того, щоб обрана стратегія почала функціонувати, необхідно розробити систему цільових показників, які б орієнтували підприємство на досягнення цілей, закладених у стратегії; здійснити відповідні зміни в організаційній структурі; забезпечити виробничий комплекс необхідними ресурсами згідно із затвердженою стратегією.

#### **Список використаних джерел**

1. Веллінгтон Дж. Конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій: Монографія. – К.: Бліц – Інформ, 2004.
2. Джонсон Р.А. Комплексне управління конкурентоспроможністю американських виробників: Навч. посібник. – К.: Бліц – Інформ, 2003.
3. Довбуш Р.А., Зозуля А.Л. Управління конкурентоспроможністю підприємств: Підручник. – Х.: Основа, 2003.
4. Савчук В.І., Корж Д.А. Системи управління конкурентоспроможністю: Підручник. – Х.: Основа, 2003.
5. Такамацу К. Методи управління конкурентоспроможністю японських виробників: Монографія. – К.: Бліц – Інформ, 2004.
6. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2003.
7. Голомша Н.Є. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності агропродовольчої продукції// Інноваційна економіка.-2009.-№2(12). с.102-106.

**УДК 005:339.5:633.85**

#### **УПРАВЛІННЯ КОН'ЮНКТУРОЮ СВІТОВОГО РИНКУ СОНЯШНИКУ**

Зінченко Н. С., студентка ОКР «Магістр»

Артиш В. І., к.е.н., доцент

Сучасний етап розвитку національної економіки України характеризується пошуком найефективніших важелів та інструментів ведення

виробничо-господарської діяльності. Підвищення ролі приватної власності, розвиток фондового ринку, потребують удосконалення механізму управління як найважливішого чинника впливу на ситуацію з метою досягнення поставлених цілей. Саме управлінська діяльність визначає успіхи організації на внутрішньому і зовнішньому ринках, якість структурних змін, здатність до адаптації в умовах жорсткої конкуренції [1].

Становлення кон'юнктури ринку насіння соняшнику займає одне із провідних місць в економіці України та розвитку олійножирового підкомплексу, оскільки за час лібералізації торгівлі встановлено їх високу ліквідність не тільки на внутрішньому, але й на зовнішньому ринках. Збільшення прибутку завдяки вирощуванню монокультур, серед яких соняшник, дає можливість за короткий термін значно розширити їх посівні площі і збільшити обсяг його виробництва. Обмеженість протекціонізму переробної галузі призвела до масового вивозу олійної сировини за межі України, хоча в Україні існують усі можливості, без застосування екстенсивних методів господарювання, забезпечити переробку всього насіння соняшнику і залишитись провідним виробником. Для цього потрібно постійно вивчати світову та національну кон'юнктуру ринків, фактори що впливають на її зміну, створити сприятливий інвестиційний клімат, використовувати і пристосовувати до існуючих умов світовий досвід регулювання ринку соняшнику та продуктів його переробки [2].

Найбільшим виробником насіння соняшнику у світі є Україна, що становить у 2016 році 14200 тис. т, в 2017 році очікується виробити 14500 тис. т, тобто на 2, 1% більше, далі йдуть такі країни, як Росія, Європейський Союз, Аргентина, Китай, Туреччина та інші.

Розглянувши структуру внутрішнього світового споживання насіння соняшнику, можна зробити висновок, що найбільшими споживачами є Україна майже 30 %, Російська Федерація, що становить 24,09 %, Європейський союз – 18,55%, Аргентина – 7,54 % та Китай – 5,66 %.

Найбільшим експортером насіння соняшнику у світі є Європейський Союз, що становить у 2016 р. 400 тис. т, проте очікується зменшення експорту

до 350 тис. т. у 2017 році. Друге місце посідає Китай 350 тис. т, але також простежується тенденція до зменшення на 50 тис. т., третє місце – Молдова 470 тис. т, проте і в цих країнах прогнозується зменшення експорту до 300 тис. т. і 300 тис. т., далі йдуть такі країни, як Аргентина, Україна в яких прогнозується збільшення експорту на 232 тис. т. і 30 тис. т. відповідно [3].

Світовим лідером по імпорту насіння соняшнику є Європейський Союз, що становить 650 тис. т у 2016 році, на другому місці Туреччина 590 тис. т, потім Пакистан 150 тис. т, проте прогнозується тенденція до зниження імпорту, в Туреччині на %, в ЄС на 23,7%, в Європейському Союзі на 7,6 %, що становитиме 600 тис. т., в Китаї та Пакистані імпорт не зміниться [4].

Дана тема є актуальною на даному етапі, адже за останні роки виробництво та переробка олійного насіння стала одним із привабливих напрямів діяльності аграрного бізнесу. Соняшник – одна з прибуткових культур з найвищим рівнем рентабельності серед сільськогосподарських культур. Соняшник більш ніж на 90% забезпечує сировинну базу і функціонування олійно-жирового підкомплексу України.

#### **Список використаних джерел**

1. Шатун В. Т. Основи менеджменту: навчальний посібник / В. Т. Шатун. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.
2. Кириченко В. В. Виробництво соняшnikової олії в Україні: стан і перспективи розвитку / В. В. Кириченко // Вісник ЦНЗ АПВ – 2014. – № 7. – С. 281-286.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Одосій О. В. Ринок олійних культур / О. В. Одосій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www/pricereview.com/ua>

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР НА СВІТОВОМУ РИНКУ**

Ісько О. М., студент ОС «Магістр»

Костюк О. Д., к.е.н., доцент

В сучасних умовах конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, які використовуються для аналізу економіки України в цілому, її окремих галузей та окремих товаровиробників. Процес інтеграції України у світове економічне співтовариство повинен будуватися на спеціалізації української економіки з виявленням і нарощуванням унікальних конкурентних переваг галузевого рівня.

Стрімкий розвиток виробництва соняшнику в Україні пояснюється дією двох основних чинників – всебільшою переорієнтацією у структурі харчування людей на олії і жири рослинного походження через їх фізіологічні переваги і доступніші ціни порівняно з тваринними жирами; - динамічним зростанням у всьому світі виробництва біодизельного пального на основі рослинних олій на тлі прогресуючого зростання цін на мінеральні енергоресурси та зменшення їх природних запасів.

З метою забезпечення повного та ефективнішого використання конкурентного потенціалу галузі доцільно:

- створити кластери з підприємств, пов'язаних єдиним технологічним циклом одержання кінцевої продукції, що дасть змогу всім його учасникам збільшити ефективність діяльності;

- на рівні держави забезпечити підтримку престижності вдосконалення та покращення якості продукції вітчизняними підприємствами на всіх етапах її виготовлення;

- уповноваженим державним службам жорстко контролювати виконання сільгоспвиробниками фіто-санітарних норм та правил сівозміни при вирощуванні олійних культур;



- розробити та впровадити державні санітарно-технічні норми із зберігання та використання відходів промисловості.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності соняшнику на вітчизняному та світовому ринках є забезпечення високої якості продукції та дотримання міжнародних стандартів. Враховуючи те, що виробництво соняшнику в основному ведеться шляхом екстенсивних технологій, необхідно впроваджувати інновації, які забезпечать підвищення урожайності цієї культури та валові збори, що більш повно задовольнить потребу переробних підприємств. Важливою умовою підвищення конкурентоспроможності продукції має інтенсифікація галузі. переоснащення та виконання технологій виробництва дозволить підвищити якість олійних культур та знизити собівартість продукції.

Кон'юнктурність насіння соняшнику на світовому ринку, активна участь України на ньому та порівняно вищий рівень рентабельності й прибутковості товарної продукції галузі призводять до необмеженого розширення посівів даної продукції. Однозначно недостатнє нематеріально-технічне забезпечення більшості сільськогосподарських підприємств, нераціональне використання земель, фінансова неспроможність та економічна нестабільність зумовлюють проблему порушення правил агротехніки та вирощування соняшнику.

Враховуючи те, що виробництво соняшнику не завжди супроводжується інтенсифікацією, а в основному ведеться шляхом екстенсивних технологій, необхідно впроваджувати інновації, які забезпечать підвищення урожайності цієї культури та валові збори, що більш повно задовольнить потребу товаровиробників. Більшість підприємств, які займаються вирощуванням соняшнику, спрямовують своє виробництво на екстенсивний шлях розвитку, прагнуть збільшити обсяги виробництва сільськогосподарської продукції за рахунок розширення посівних площ при найменших витратах, а не за рахунок додаткових капіталовкладень на одиницю земельної площі. Тому свої кошти вкладають у технічне забезпечення – щоб більше посіяти і на більшій площі зібрати урожай. Зазвичай часто не залишається коштів на технологічне забезпечення: засоби захисту рослин, добрива, елітне насіння. Як наслідок,

вищого урожаю недостатньо для окупності вкладених коштів, розширеного відтворення виробництва, підвищення його ефективності. Встановлено, що зменшення витрат на технологічне забезпечення призводить до зниження урожайності. Отже, для забезпечення високих урожаїв слід застосовувати всі складові технології, а не окремі з них, які забезпечуються лише технічними засобами.

Сучасний світовий ринок рослинної олії є висококонкурентним як з боку пропозиції різних видів олії (соняшnikової, кукурудзяної, оливкової гірчичної, арахісової, кунжутної, лляної, бавовняної та ін.), так і з боку конкурентних цінових та якісних характеристик товару.

В останні роки українські виробники соняшnikової олії активно розширюють географію експорту. Так на сьогодні основними країнами – імпортерами української галузевої продукції є Індія - 30%, Єгипет - 16%, країни ЄС – 16-18% і Туреччина – 11%.<sup>3</sup>

Протягом двох останніх десятиріч обсяги виробництва олійних культур зростають, а їх асортимент формується відповідно до попиту світового аграрного ринку. В Україні основною олійною культурою залишається соняшник, олія якого використовується для задоволення харчових потреб населення та формування експортного потенціалу. Насіння ріпаку і сої переважно, експортується як сировина через незначні обсяги переробки. У найближчі роки виробництво олійних культур в Україні буде збільшуватися, з огляду на великий попит, гарантований збут та привабливі ціни.

Займаючи лідируючі позиції у світовому виробництві олійних культур, Україна має конкурентні переваги на ринку олійних культур. Проте, наразі конкурентоспроможність українських олійних визначається лише більшими обсягами виробництва та нижчими цінами порівняно з іншими країнами. Забезпечити конкурентоспроможність олійних культур на внутрішньому та зовнішньому ринках можливо на основі росту урожайності, за рахунок використання прогресивних вискоефективних технологій виробництва та збільшення об'ємів переробки сої і ріпаку.

Нині урожайність олійних культур в Україні майже у два рази нижча, ніж у європейських країнах. Головними причинами низької урожайності олійних культур є недотримання основних вимог сівозміни і технології вирощування культур, а також слабка увага щодо підбору гібриду і якості насіннєвого матеріалу. Запровадження нових гібридів із високим адаптивним потенціалом, використання високоякісного насіння і застосування сучасних технологій вирощування має забезпечити високий рівень ефективності виробництва за рахунок значного підвищення урожайності при оптимальному рівні посівних площ.

З метою поліпшення аграрного землекористування, підвищення його ефективності та створення умов для конкурентоспроможного аграрного виробництва необхідно вжити радикальних заходів щодо оптимізації структури посівних площ з урахуванням екологічних чинників і вимог екологічної безпеки господарювання в аграрній сфері. Зокрема, доцільно ввести відчутні штрафні санкції за перевищення допустимої частки (1,3-1,5 %) ґрунтовиснажливої культури соняшнику у структурі посівних площ окремих господарств, а також за недоотримання можливого терміну повернення цієї культури на одне й те ж поле [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Федоряка В.П. Ефективність виробництва і реалізації соняшнику в Україні / В.П. Федоряка,
2. Л.А. Бахчиванжи, С.В. Почколіна // Вісник соціально-економічних досліджень. – №41 (2). – 2011. – С. 139-144.
3. Голомша Н.Є. Конкурентоспроможність українських олійних культур та продуктів їх переробки на світовому аграрному ринку / Н.Є. Голомша, О.М. Файчук // Інноваційна економіка. – 2009. – №13. – С. 68-74.
4. Ємцев В. Сучасний стан конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі України / В. Ємцев // Продовольча індустрія АПК. - №4. – 2011. – С. 4-7.

## ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗЕРНО ЕКСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ

Калінський Є. О., студент ОС «Магістр»

Діброва Л.В., к.е.н., доцент

В сучасних умовах мінливого бізнес-середовища головним завданням бізнесу стає швидке реагування на ці зміни і таке ж швидке впровадження адекватних змін в організації і веденні бізнесу. Оптимізація бізнеспроцесів є однією з основних, стратегічно важливих завдань підприємства, що визначають усю його подальшу ефективну діяльність.

Формування маркетингових каналів руху зерна на національному та регіональному рівні здійснюється за наявності великої кількості посередницьких вітчизняних і трансконтинентальних структур, що монополізували ринок зерна. в сучасних умовах [1].

Нині в Україні працюють понад 600 компаній-експортерів зернових та їхніх представництв. Основними експортерами зернових культур є такі зернотрейдери, як ТОВ «Хліб Ікестбуд» (торговіє підрозділ новоствореної Дерисавної продовольчозернової корпорації Україна), ТОВ «Кернел», СП «Нібулон», ТОВ «Луї Дрейфуз Комодітіз Україна ЛТД», ТОВ «Альфред С. Топфер Україна», НН «Серна», Каргілл, Буіке й ін.

Оцінка ефективності експортної діяльності виробників зерна, здійснена по сільськогосподарських підприємствах Черкаської області, показала, що виробництво зерна за рахунок накопичення доданої вартості при його експорті через комерційні канали недоодржує 390 грн на кожній тонні реалізованого зерна (рис. 1). Зниження витрат на просування продукції можна досягти за рахунок зменшення кількості посередницьких структур.

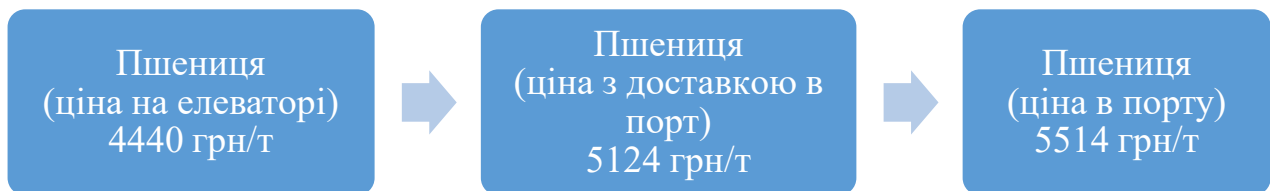


Рис 1. Формування доданої вартості при експорті зерна через комерційний канал на зовнішній ринок у 2016 р [2].

Основною й ефективною формою організації просування продукції в розвинутих країнах є кооперація і менш ефективною — це агрохолдинги. Тому вважаємо, що одним із дієвих механізмів підвищення ефективності маркетингової та збутової діяльності сільськогосподарських виробників можуть стати створені ними сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи[3].

На основі узагальнення позитивного зарубіжного досвіду функціонування зернозбутових кооперативів їхніх об'єднань нами розроблено схему створення союзу таких кооперативів у Черкаській області, яка б давала змогу кооперативам-членам протистояти конкуренції великих зернотрейдерних компаній (рис. 2)

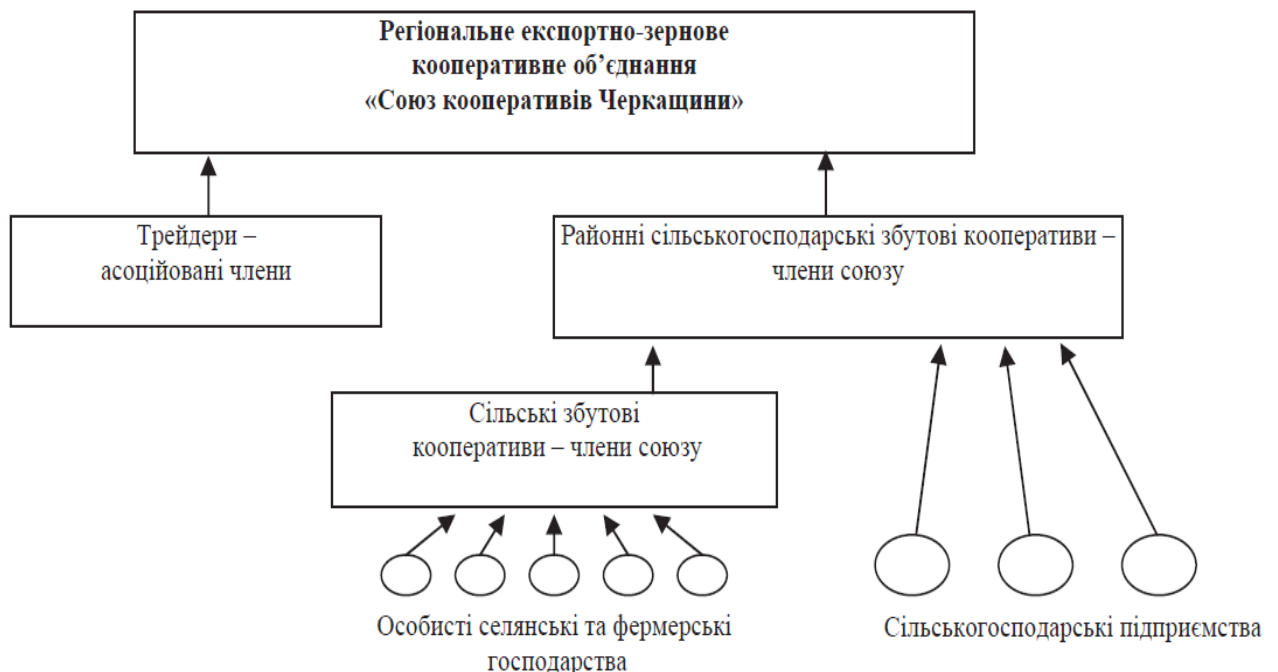


Рис. 2 Організаційна схема регіонального експортно-зернового кооперативного об'єднання [4].

Таким чином, регіональне експортно-зернове кооперативне об'єднання, представляючи інтереси сільськогосподарських підприємств, експортуватиме зерно відповідної якості й кількості або реалізуватиме його в країні зернопереробним підприємствам. Ефективність експортної діяльності виробників через сільськогосподарські кооперативи розглянемо на прикладі формування прибутку від руху 1 т пшениці через різні маркетингові канали. Одержані розрахунки доводять, що сума прибутку від реалізації пшениці через кооперативний маркетинговий канал у 1,8 раза перевищує прибуток, який одержують виробники, що є суб'єктами комерційного маркетингового каналу просування продукції до кінцевого споживача.

Таблиця 1

**Формування прибутку від руху 1 т пшениці через різні маркетингові канали**

Показник	Комерційний маркетинговий канал, грн/т	Кооперативний маркетинговий канал, грн/т
<i>Виробник</i>		
Виручка від реалізації посереднику	1420	-
ПДВ (20%)	236,7	-
Чистий дохід	1183,3	-
Собівартість реалізації	1034,7	1034,7
Прибуток від реалізації	148,6	-
Витрати на збут - усього	-	370,5
вартість послуг елеватора	-	88,8
транспортування зерна в порт	-	180
полуги порту та оформлення документації для експорту	-	61,7
вартість послуг припортового кооперативного елеватора	-	40
<i>Продаж</i>		
Виручка від реалізації	-	2040
ПДВ (20%)	-	340
Чистий дохід	-	1700
Собівартість реалізації	-	1405,2
Прибуток від реалізації	-	294,8
Резервний фонд кооперативу (10%)	-	29,5
Прибуток на 1 т зерна	-	265,3

Джерело: наукова стаття з «оптимізації каналів просування виробниками зерна на світовий ринок» Л.О. Франенко

Тому до регіональних органів виконавчої влади надходить велика кількість звернень від органів місцевого самоврядування, сільськогосподарських

товаровиробників і лідерів сільських громад щодо проблеми, які виникають на місцях при реєстрації сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

До того ж залишається незакріпленим цей статус і в статтях чинного кооперативного законодавства, котрі стосуються принципів організації господарської діяльності обслуговуючого кооперативу, ціноутворення й інших економічних зв'язків між ним і його членами та між кооперативом і зовнішніми суб'єктами. Зокрема, законодавчо не зафіксовано, що господарська діяльність кооперативу здійснюється за дорученням кожного його члена за цінами і тарифами, що не перевищують їх собівартість; в обслуговуючому кооперативі розподіляються не дохід, а економічний результат діяльності, що є різницею між надходженнями та витратами кооперативу [5, с. 337].

З метою популяризації кооперативної ідеї у сільському господарстві, й насамперед у зерновому виробництві та маркетингу зерна, необхідно:

1) активізувати у межах кожного району роботу сільськогосподарських дорадчих служб, що надають інформаційну й консультаційну допомогу сільськогосподарським товаровиробникам сільському населенню у питаннях створення кооперативу, його функціонування, порядку вступу та припинення членства в кооперативі, поєднання нових членів тощо;

2) запровадити початкові програми з основ сільськогосподарської кооперації у вищих навчальних аграрних закладах освіти й наукових установ;

3) Створити за участю Державної служби статистики України Службу моніторингу діяльності кооперативів щодо їх відповідальності міжнародним принципам кооперації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Основи логістики : навчальний посібник / Т. Г. Дудар, Р. В. Волошин. - К. : Центр учбової літератури, 2012.
2. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.nibulon.com/data/zakupivlya-silgospprodukcii/zakupivelni-cini.html>
3. Biver D. Grain Production. Analysts alert authority to menace of Ukraine becoming major grain importer / D. Biver // World Grain Markets. – 2010. – № 3. – Р. 17-19.
4. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/system/files>
5. Іфопівко М Ф. Формування законодавчого поля для розвитку

**УДК 005:388.3:633-0**

## **УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ В РОСЛИННИЦТВІ**

Кивериґа Р.Я., студентка ОС «Магістр»

Костюк О.Д., к.е.н., доцент

Високо ефективний аграрний сектор - основа матеріального та соціального благополуччя суспільства, без котрого неможливо його стабільний розвиток, це свого роду гарант забезпечення і збереження національної безпеки країни. На даному етапі розвитку економіки, в зв'язку з переходом підприємств на повний господарський розрахунок та самофінансування, вся система праці також перебудувалась.

В цих умовах зусилля трудових колективів направлене на всебічне збільшення прибутку підприємства, прискорення темпів росту продуктивності праці, введення нових та ефективне використання наявних потужностей, на збільшення випуску та покращення якості продукції при одночасному зниженні матеріальних та трудових витрат.

У 1990-х рр. – ХХІ ст. питання ефективності праці поглиблено досліджували вчені-економісти України та Російської Федерації: С.Й. Радомський, В.М. Гончаров, О.В. Додонов обґрунтували залежність рівня заробітної плати від ефективності праці з урахуванням чинників, що впливають на ефективність виробництва. Вони визначили поняття ефективність праці як один із найважливіших показників у загальній системі оцінки якості трудового життя в контексті гуманізації праці.

До найбільш важливих відноситься показник раціонального використання робочої сили.

Показником ефективного використання робочої сили є продуктивність праці.



Серед факторів, які зумовлюють рівень продуктивності праці в сільському господарстві, можна виділити природні, технічні, організаційно-економічні та соціально-економічні.

Природні фактори значною мірою визначають рівень продуктивності сільськогосподарської праці. Так, від родючості землі лежать кінцеві результати сільськогосподарського виробництва, ефективність використання матеріальних і трудових ресурсів.

Технічні фактори відображають розвиток матеріально-технічної бази сільського господарства на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення рівня його фондозабезпеченості та фондоозброєності праці, що є основою зростання її продуктивності.

Метою написання роботи є вивчення показників продуктивності праці в сільському господарстві та шляхів їх підвищення в умовах ринку.

Дана тема є досить актуальною на сучасному етапі. Оскільки підвищення продуктивності праці та резервів її підвищення сприяють збільшенню виробництва продукції рослинництва з кожного гектара угідь, а у тваринництві з кожної голови при найменших затратах праці, що в свою чергу сприятиме збільшенню обсягів високоякісної та екологічно чистої продукції, що у великій мірі впливає на одержання чистого доходу, прибутку і зміцнення фінансово – економічного етапу кожного господарства зокрема, регіону і країни в цілому в умовах ринкової економіки і виведення країни з економічної кризи, що дасть можливість запобігти наближенню в Україну нової світової економічної кризи.

#### **Список використаних джерел**

1. Мащенко Т.І. Формування та дослідження робочої сили в с.-х. –М.: Агропромивидат 2007 – 160 с.
2. Величко В.В. Економіка підприємства. Конспект лекцій, - Харків:ХНАМГ,2004р.
3. Галко І.К. Людський фактор в сільському господарстві. Харків: Урожай, 2003 – 101 с.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНУ СФЕРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Коваленко А. М., студентка ОС «Магістр»

Кроп П.Б., к.е.н., доцент

Економіка України перебуває в складній економічній ситуації, яка зберігає тенденції до погіршення внаслідок продовження агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході України. Важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки відіграють іноземні інвестиції [2]. Для поліпшення умов іноземного інвестування функціонуючих аграрних підприємств нагальним постає питання формування сприятливого інвестиційного клімату, що виступає візитною карткою країни для надходження додаткових зовнішніх фінансових ресурсів. Підприємства з іноземними інвестиціями у сільському господарстві здебільшого розглядаються як довготривалі форми міжнародної співпраці, у якій можуть брати участь представники різних країн. Численні дослідження переконують, що саме тому такі підприємства можна вважати ефективною формою залучення іноземного капіталу в сільське господарство країни [3].

Залучення іноземних інвестицій дає змогу країні-реципієнту отримати ряд вигод, основними з яких є поліпшення платіжного балансу; трансфер новітніх технологій та ноу-хау; комплексне використання ресурсів; розвиток експортного потенціалу і зниження рівня залежності від імпорту; досягнення соціально-економічного ефекту. Водночас, використання іноземних інвестицій для країни є потенційним джерелом загроз, таких як експлуатація сировинних ресурсів та забруднення навколишнього природного середовища, підвищення рівня залежності країни від іноземного капіталу, зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, трансфер капіталу за кордон [1].

Залучення іноземних інвестицій у сільське господарство має значний вплив на створення доданої вартості, причому ефект зростає з часом, тоді як

зайнятість населення зростає лише через три роки після вкладення. Разом з тим, основними факторами, що негативно впливають на інвестування в аграрний сектор економіки України, визначають: фактор сезонності; залежність від кліматичних умов; тривалість періоду обігу капіталу; високий ризик капіталовкладень; великі затрати аграрного виробництва та ін. Проблема інвестування розвитку сільського господарства є актуальною не лише для України з огляду на загострення проблеми продовольчої безпеки у світі, що відповідно потребує нарощування виробництва продуктів харчування [4].

Україна володіє досить потужним, однак нереалізованим, інвестиційним потенціалом, розвиток якого стримується чинниками переважно макроекономічного характеру. Це дозволяє стверджувати про необхідність обґрунтування та імплементації виваженої політики, в межах якої доцільними є підвищення прозорості інвестиційного ринку, удосконалення системи захисту іноземних інвестицій, раціоналізація галузевого розподілу іноземних інвестицій шляхом розробки та впровадження системи заходів інвестиційного та структурного спрямування. Реалізація вищезазначених заходів сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості економіки України та її аграрного сектора на міжнародному ринку капіталу, що прискорить процес відтворення та нарощування їх потенціалу, соціально-економічний розвиток країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Глуха Г. Я. Прямі іноземні інвестиції у контексті економічного зростання / Г. Я. Глуха // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – С. 113-121.
2. Заярна Н.М. Стан та проблеми іноземного інвестування в Україні /Н.М. Заярна, М.М. Чиковська // Науковий вісник НЛТУ України. –2010. – №20. – С.162–164.
3. Чернишова Л. О. Особливості залучення та стимулювання іноземного інвестування в Україні / Л. О. Чернишова, В. В. Сазанова // Бізнес Інформ. –2013. – № 2. – С. 87–90.
4. Федоренко В.Г. Інвестування: підручник / В.Г. Федоренко / [ 2-ге вид., перероб і доп. ]. – К. : Алерта, 2008. – 448 с.

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УМОВАХ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Когут Л.В., студентка ОС «Магістр»

Діброва Л.В., к.е.н., доцент

Глобалізація – це сучасна форма міжнародних відносин, яка характеризується поширенням взаємозалежності між країнами в економічній, політичній і культурній сферах практично на всю земну кулю. Основним чинником розвитку глобалізації стала науково-технічна революція, особливо розвиток світової системи інформації, поширення Інтернету, який зробив можливим миттєвий зв'язок між людьми в різних кінцях світу і усунув перешкоди на шляху розповсюдження будь-якої інформації, різко зростають транснаціональні переміщення капіталів, послуг і людських ресурсів, технологічна інтеграція.

В Україні діють такі методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності: тарифні, які являють собою комплекс заходів державного регулювання за допомогою митних тарифів та нетарифні, що є комплексом заходів обмежено-заборонного порядку, що перешкоджають проникненню іноземних товарів та послуг на внутрішній ринок країни.

Сьогодні особливо гострою є потреба удосконалення механізму торгової політики України з країнами ЄС, оскільки ЄС є найбільшим її торговельним партнером. З огляду на особливості сучасної економіки України можна навести вагомі аргументи на користь розвитку економічної інтеграції з ЄС, насамперед – це великий ринок для реалізації української продукції та джерело задоволення потреб у споживчих та інвестиційних товарах. Співробітництво України з ЄС може сприяти технологічному оновленню українського виробництва, впровадженню сучасного менеджменту, повнішому використанню потенціалу України як транзитної держави, що збільшить надходження від експорту транспортних послуг і розвитку суміжних видів економічної діяльності та

соціальної сфери. Не применшуючи значення економічної інтеграції з ЄС, Україна ні в якому разі не повинна обмежувати відносини з іншими сегментами світового продовольчого ринку – країнами Азії, Африки.

Тарифний захист товаровиробників в Україні суттєво нижчий, ніж у країнах-торговельних партнерах. В Україні переважають такі інструменти захисту внутрішнього ринку, як кількісні обмеження, контроль за цінами та антидемпінгові заходи, тоді як розвинені країни у міру зростання добробуту населення надають перевагу технічним заходам регулювання, які покликані підвищувати безпечність та якість імпортованих товарів.

Незадовільний стан зовнішньоторговельної діяльності аграрного сектору України в певній мірі є віддзеркаленням проблем його розвитку та недосконалого державного регулювання. Тому важливою передумовою удосконалення експортно-імпортних взаємовідносин є вирішення ряду внутрішніх питань, зокрема: усунення цінових диспропорцій у міжгалузевих відносинах, створення умов для еквівалентного розподілу доходів між учасниками аграрного ринку, завершення земельної реформи, розробка та впровадження сучасної системи управління якістю, підвищення ефективності державних програм підтримки та дотацій сільськогосподарських виробників, удосконалення податкового механізму, сприяння залученню інвестицій у сільське господарство, боротьба з контрабандою, модернізація сільськогосподарського виробництва тощо. Зважаючи на те, що формування аграрної політики щодо зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією, в контексті членства України в СОТ, ми маємо унікальну можливість використовувати досвід інших країн та адаптувати його до наших умов, що є підґрунтям для подальших досліджень.

Зовнішньоекономічна діяльність України та її АПК характеризується динамічним розвитком і сталою питомою вагою експорту та імпорту товарів АПК у загальних обсягах торгівлі. З метою ефективного використання експортного потенціалу та уникнення можливих небажаних наслідків, пов'язаних з розширенням ЄС, Україна має сконцентрувати зусилля на

активізації експорту і забезпеченні та підтримці конкурентоспроможності своєї економіки у світовому економічному просторі.

#### **Список використаних джерел**

1. Дем'яненко, С. І. Засади та тенденції розвитку аграрної політики України в контексті європейської інтеграції / С. І. Дем'яненко // Економіка та управління АПК: Збірник наукових праць Білоцерківського національного аграрного університету. – 2009 . – № 1 (66). – С. 85 – 88.

2. Костюк Т.Й. Зовнішня торгівля України: стратегія в умовах глобалізації // Зовнішня торгівля: право та економіка, 2004. - № 5/6. – С. 79-84.

**УДК 005:339.5:633.85**

### **ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РИНКУ ЗЕРНА УКРАЇНИ**

Козлюк О.С., студент ОС «Магістр»

Галушко В.П., д.е.н., професор

Зерновий ринок – основа, ядро розвитку аграрної економіки та агропродовольчого ринку. Саме тому стан ринку зерна є індикатором економічних реформ, що проводяться в країні та один із найважливіших показників їх якості. Ринок зерна найбільш чітко відображає загальні закономірності розвитку товарного аграрного ринку, він увібрав в себе всі елементи ринкових відносин, тому його можна розглядати як модель ринків іншої сільськогосподарської продукції.

Аграрні реформи, що відбуваються в нашій країні, проходять в досить складних соціально-економічних умовах. Безумовно, це не могло не відобразитися на зерновиробництві. Період ринкових перетворень вніс суттєві як якісні, так і кількісні зміни як у зернове господарювання, так і у формування та функціонування зернового ринку.

Експортний потенціал зернового ринку може бути охарактеризований: ринковою пропозицією та попитом, пропорційністю ринку, динамікою розвитку ринку та діловою активністю, комерційний ризиком.

Аналіз наповнюваності ринку зерна України показав, що держава має потужний потенціал у цьому сегменті економіки. Рівень споживання зерна перевищує рівень виробництва у 2,2 рази. Фактична ємність ринку зерна визначається обсягами його реалізації протягом певного періоду. Найбільше зерна було вироблено у 2016 році – 57,1 млн т, з яких 51,6% (29,2 млн т) було експортовано. Найбільшими імпортерами українського зерна є Єгипет, Іспанія, Ізраїль. Ячмінь експортують в основному країни Південної Африки та Близького Сходу. В Україні сертифіковано 738 зерносховищ, загальна ємність яких становить 30,6 млн т, проте потреба у 2016 р. становила 60 млн т, частково нестача потужностей задовольняється несертифікованими сховищами – 14 млн т. Таким чином, спостерігається недостатність розвитку інфраструктури зернового ринку України.

Під державним регулюванням ринкової економіки мається на увазі така діяльність держави, що дозволяє підтримувати стабільність відтворення та забезпечувати умови для розвитку економіки. Зважаючи на те, що ринок все ж таки переважно саморегульована економічна система, комплексний вплив держави на формування та функціонування зернового ринку не повинен обмежувати виробничу самостійність об'єктів та відбуватися в цілому на макрорівні.

Функції та методи державного регулювання ринку зерна можна розділити на два основні напрями: стимулювання пропозиції на ринку (формування інфраструктури; правового механізму; адміністративного впливу (квоти, ліцензування і т.д.); регулювання експорту-імпорту, торгівельні та закупівельні інтервенції тощо), тобто підтримка товаровиробників та стимулювання попиту на продукцію (сприяння підвищенню якості продукції, цінова політика, соціальні проекти тощо).

Для сучасного світового ринку зерна характерним є нестабільність у виробництві та споживанні зерна. Дана ситуація приводить до коливань глобальних перехідних обсягів запасів. За досліджуваній період показник страхового запасу зерна у світі жодного разу не сягнув оптимального значення

70 днів продовольчої безпеки, його середнє значення було на рiвнi 51 дня. Експортерами зерна у свiтi є близько 25-ти країн, основнi з яких США, Канада, Австралiя, Європейський Союз, Аргентина, Росiя та Україна (займає четверте мiсце у свiтi з експорту кукурудзи, шосте – з пшеницi, п'яте – з ячменю (у 2008-2010рр. – перше) та перше у свiтi з експорту соняшнику та соняшникової олії).

Для країн з розвинутою ринковою економікою характерним є високий рiвень державної підтримки виробництва зерна, питома вага підтримки галузі у загальних видатках коливаються в межах від 8,5% до 33% (у рiзних країнах). В Україні – 1,8% всiх видатків держбюджету виділяється на зерновиробництво.

Напрями державної підтримки та регулювання виробництва зерна, які можуть бути застосовані в Україні: ціноутворення; прями субсидії та дотації зерновиробникам; пільгове кредитування виробництва зерна; протекціоністська політика; стимулювання науково-технічного прогресу в галузі зерновиробництва; розвиток аграрної освіти та підготовка кваліфікованих кадрів.

Основними дієвими механiзмами регулювання експортного потенціалу ринку зерна є: підвищення попиту на зерновi на зовнішніх ринках, розвиток системи електронної комерції; використання методики індексування цін на зерновi, за якою враховуються витрати, що несуть аграрії на матеріально-технічні ресурси та послуги стороннім організаціям та індекси цін на ресурси; а також щорічне встановлення базового рiвня цін на зерно (доцільно ввести у розрахунок базової ціни не тільки показник повних витрат, а й показник якості ґрунту, показники оборотності основних і оборотних фондів, затрачених на одиницю продукції).

#### **Список використаних джерел:**

1. Галушко В.П. Ціноутворення і маркетинг в АПК розвинутих країн / В.П. Галушко, О.А. Ковтун // Економіка АПК. – 2010. – № 9. – С. 89-93.
2. Голик, С. І. Кон'юнктура світового ринку зернових культур / С. І. Голик // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 156-158.
3. Державна цінова підтримка сільського господарства в США і країнах Європи / За ред. О.М. Маслокова, Г.С. Лисогора та ін. – К.: ІАЕ УААН, 2010. – 58 с.



**ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ  
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ  
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ГЛОБИНСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»)**

Костина Н.С., студентка ОС «Магістр»

Голомша Н.Є., к.е.н., доцент

Ефективна діяльність ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» залежить від конкурентоспроможності м'ясної, ковбасної продукції, що випускається, та напівфабрикатів на вітчизняному та європейському ринках. Головним фактором підвищення прибутковості підприємства, критерієм забезпечення його перспективного виробництва та рівня конкурентоспроможності, є якість виробленої продукції.

На сьогоднішній день для внутрішнього ринку, не говорячи вже про зовнішні, не достатньо дотримуватись держстандартів (ДСТУ), адже вони дозволяють здійснювати контроль лише за деякими середніми показниками. Для отримання конкурентних переваг серед підприємств м'ясопереробної промисловості ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» прагне реалізовувати споживачам продукцію вищої якості, ніж у конкурентів.

Системи управління якістю вважаються ефективними і рентабельними, коли повністю задовольняються вимоги споживачів та зацікавлених сторін. Запровадження стандартів якості дає змогу підприємству налагодити взаємозв'язки між структурними підрозділами, покращити ефективність виробництва, розширити ринки збуту, підвищити ступінь задоволеності потреб споживачів.

Швидке реагування на зміни ринку потребує розробки ефективних систем управління якістю, основною метою яких є орієнтація на споживачів (виявлення вимог до готової продукції та оцінка ступеня її якості) [1].

Формування даних систем неможливе без організації функціонального ефективного управління. Саме тому на ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»

розроблено і частково впроваджено інтегровану систему менеджменту (ІСМ) (рис. 1), до складу якої входять:

- HACCP (ISO 22000, система безпечності харчових продуктів), яка впроваджена та сертифікована підприємством;
- ISO 9001 (система управління якістю), яка впроваджена та сертифікована підприємством;
- ISO 14001 (система управління екологічною безпекою), яка розроблена, але поки що не сертифікована;
- OHSAS 18001 (система управління технікою безпеки та охороною праці), яка розроблена, але поки що не сертифікована [3].

Організаційно-методичною основою створення інтегрованої системи управління якістю служить стандарт ISO 9001, що лежить в основі серії ISO 9000 «Принципи загального менеджменту якості».

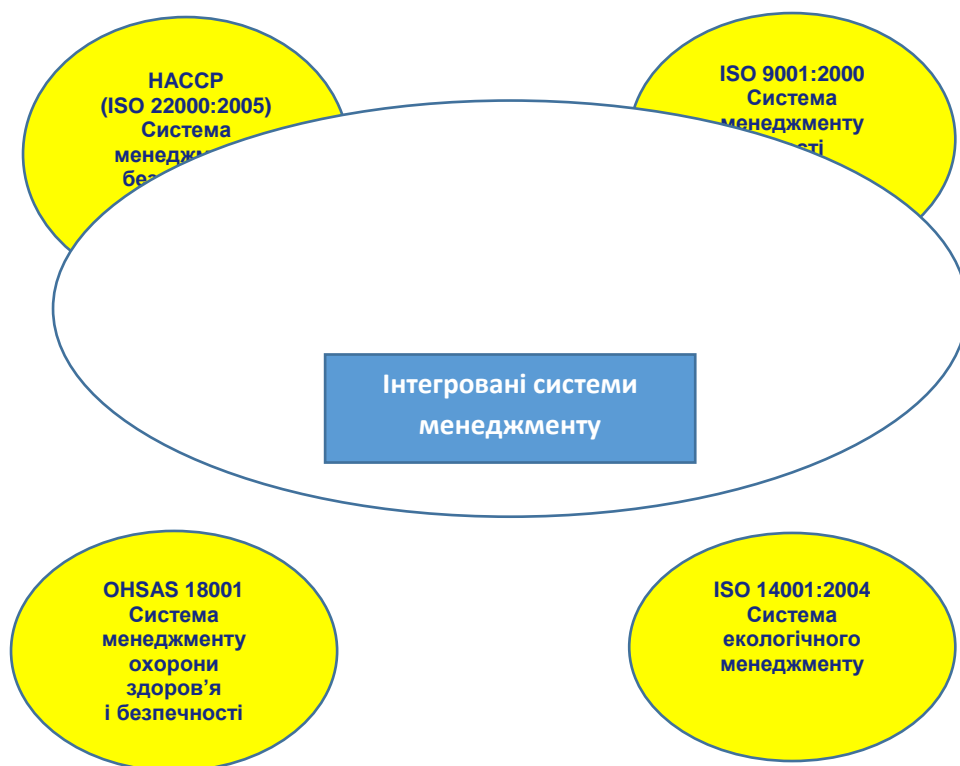


Рис.1 Інтегрована система менеджменту ТОВ «Глобинський м'ясомбінат».

Враховуючи специфіку виробництва, вищим керівництвом ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» прийнято рішення щодо необхідності запровадження систем управління якістю та визначено головні цілі діяльності в перспективі на 5 років.

З метою визначення ступеню готовності підприємства до формування й розробки систем управління якістю на ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» попередньо проведено дослідження й оцінку, що дозволяє встановити специфіку виробництва, визначити недоліки в технологічному процесі, скоректувати аналіз невідповідностей готової продукції ДСТУ.

В процесі формування систем управління якістю на ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» передбачено:

- провести структурування всіх виробничих процесів;
- розробити перспективні заходи управління процесами виробництва;
- визначити критерії оцінки результативності процесів системи управління якістю, що відображають ступінь відповідності готової продукції запланованим показникам, а також законодавчим вимогам міжнародних стандартів;
- систематизувати оцінення результативності впроваджених заходів;
- розробити коригувальні заходи;
- визначити засоби і методи контролю невідповідностей [4].

Дана інтегрована система управління якістю дає підприємству наступні переваги:

- підвищення ефективності загальної системи управління якістю продукції;
- більш високу залученість персоналу в процес поліпшення виробничого процесу;
- забезпечення єдиної політики організації;
- раціональне використання ресурсів;
- загальну систему підготовки та розвитку персоналу;

- в інтегрованій системі порівняно з кількома паралельними системами значно менший обсяг документів;
- економію витрат на розробку, функціонування, сертифікацію;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому та зовнішніх ринках;
- підтвердження високого статусу серед конкурентів;
- гарантію якості продукції;
- зростання довіри до підприємства з боку потенційних споживачів, а також інвесторів та зацікавлених сторін [2].

Дотримання у виробничій діяльності принципів систем управління якістю забезпечить не лише відповідність продукції вимогам міжнародних стандартів, а й вдосконалення в порівнянні з неякісними товарами конкурентів, що забезпечить витіснення інших підприємств галузі та вихід на міжнародний ринок.

#### **Список використаних джерел**

1. Стиренко Л.М. Методичні підходи до впровадження та забезпечення функціонування систем менеджменту якості на підприємстві // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб.наук.пр. – Х.:ХДУХТ, 2007. – вип.1(5).

2. Момот О. І. Можливості використання міжнародних стандартів для побудови інтегрованих систем менеджменту // Вісник Київського Національного університету технологій та дизайну: зб. наук. праць / О. І. Момот. – К., 2014. – №5 (37).

3. Стиренко Л.М., Чернелевський Л.М. Необхідність та можливість впровадження систем управління якістю продукції / Праці другої міжнародної третьої всеукраїнської наукової конференції студентів та молодих учених „Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання” Частина 1. Донецьк, 2002.

4. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія / І. В. Сіменко; М-во освіти і науки України: Донец. нац. ун-т. економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2014.

## УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗБЕРІГАННЯ ЗЕРНА ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Липницька Т.А., студентка ОС «Магістр»,

Голомша Н.Є., к.е.н, доцент

Однією з основних проблем є наявність старих елеваторів, які працюють неефективно, через що стає проблематичним якісно зберігати зерно. Через неправильне зберігання зернових втрати становлять близько 15% врожаю. Старі зерносклади дуже енерговитратні, через що ціни на їхні послуги вище не менш ніж на 10% порівняно з сучасними.

Дефіцит потужностей є одним із стимулів росту ринку елеваторного обладнання. Відповідно до статистичних даних Міністерства аграрної політики, починаючи з 2015-го року, він зростає на 15-20% в рік, що є негативним показником.

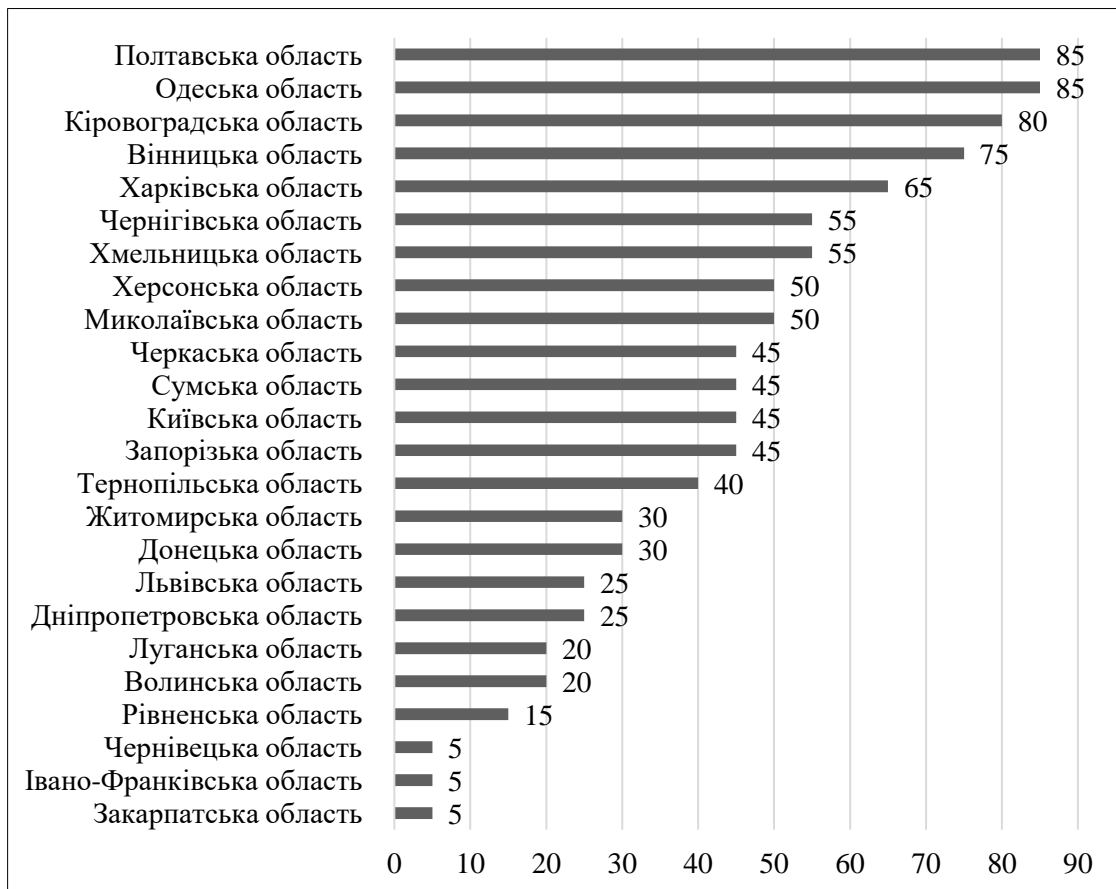


Рис. 1. Рейтинг областей України за кількістю елеваторів в 2016 році, шт

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Полтавська, Кіровоградська та Одеська області є лідерами по місткості зерносховищ. Кількість в цих областях складає 85 шт., 85 шт. та 80 шт. відповідно. Далі слідують Вінницька область з кількістю елеваторів 75 шт. та Харківська з 65 шт. елеваторів. Замикають семірку лідерів Херсонська та Миколаївська області, які мають по 55 шт. елеваторів. Детальніше географічне розташування елеваторів можна подивитися в додатку А.

Не дивлячись на те, що за останнє десятиліття ємність зерносховищ збільшилася на 10-12 млн тонн, — попит перевищує пропозицію. Багато виробників зернових, перш за все мова йде про малий і середній бізнес, потребують елеватори для зберігання власного врожаю перед продажем його великим трейдерам. Така нестача потужностей зі зберігання зерна спостерігається в усіх регіонах.

Найменш забезпеченими є чотири області. Зокрема, елеватори в Донецькій області покривають лише 24,3% від загальної потреби регіону, Закарпатській — 25,9%, Івано-Франківській — 27,2%, Львівській — 30,1% [2].

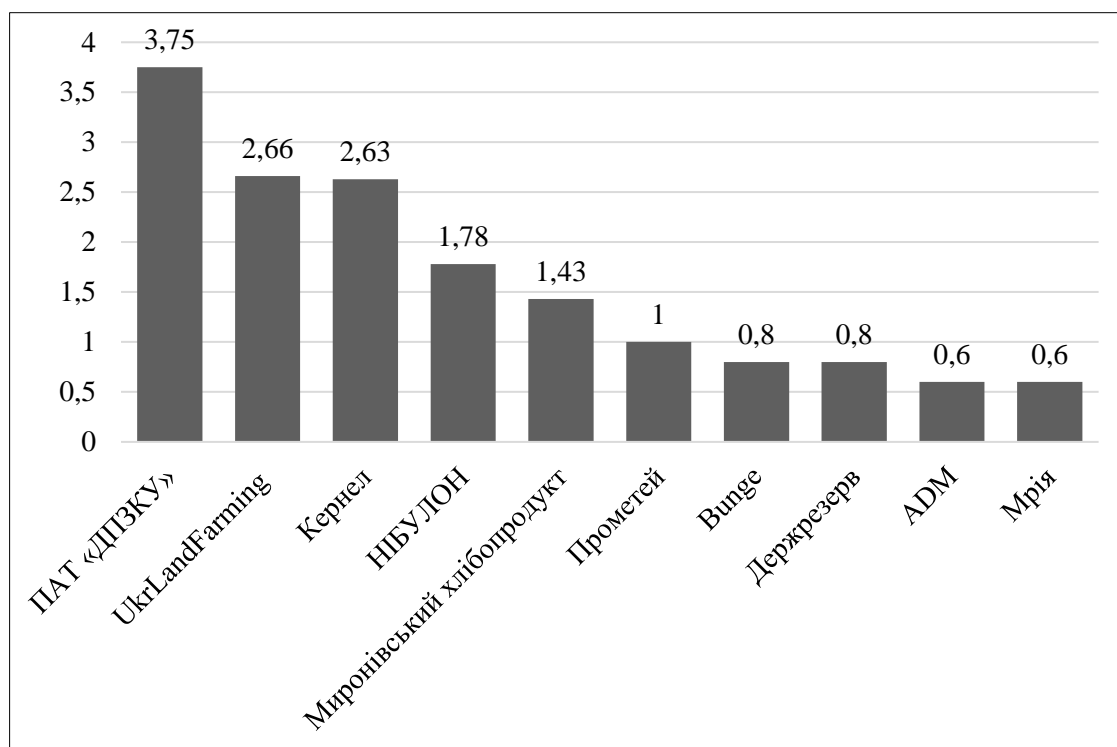


Рис. 2. Топ-10 компаній України за елеваторними потужностями в 2016 році,

МЛН ТОНН

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Лідером серед компаній України за елеваторними потужностями є Державна продовольчо-зернова корпорація України – ДПЗКУ з показником 3,75 млн тонн. Замикають п'ятірку провідних компаній UkrLandFarming, Кернел, Нібулон та Миронівський хлібопродукт, маючи потужність в 2,66 млн тонн, 2,63 млн тонн, 1,78 млн тонн та 1,43 млн тонн.

Загальний обсяг наявних потужностей для зберігання зерна не перевищує 35-40 млн тонн, при цьому, понад 40% — це склади підлогового зберігання (елеватори-лежаки) або старі елеватори, які функціонують ще з радянських часів, в яких зерно можна зберігати в хорошій кондиції максимум 3-4 місяці, що є поганим показником [2].

Позитивним прикладом вирішення даної проблеми може слугувати група компаній Vitagro, яка зовсім нещодавно відкрила новий елеватор у селищі Закупне Хмельницької області. Загальна потужність нового елеватора складає 82 тис. тонн зерна, що значно перевищує можливості попередника з потужністю 40 тис. тонн.

Підприємство має дві лінії: прийому і відвантажування, які можуть здійснюватися автотранспортом та залізничним, загальна потужність яких 6 тис. т зерна за добу. Також на елеваторі є лабораторія, де проводиться комп'ютерний експрес-аналіз зерна, визначаючи десяток необхідних параметрів з похибкою, зведеною майже до нуля. Усі показники відразу фіксуються і будь-яке втручання сторонніх неможливе. Елеватор був зведений в рекордно короткий термін — 8 місяців, що показує доступність будівництва таких проектів для великих підприємств: вони не є часоємними, необхідними є лише фінансові інвестиції, які окупаються в найкоротші терміни [2].

#### **Список використаних джерел:**

1. UkrAgroConsult (Daily Report from July, 2017)
2. Оцінка можливостей експортного потенціалу сільськогосподарської продукції України / Скрипник А.В., Стариченко Є.М. // Економіка АПК. – 2016. – № 8 - С. 14
3. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т. Мельник // Міжнародна економіка. – 2009. – № 8–9. – С. 221–245.

## УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Лисак Ю.Р., студентка ОКР «Магістр»

Кузьменко С.В., к.е.н., доцент

Тваринництво являє собою велику і складну галузь, де головним засобом виробництва є тварини і птахи. Тваринництво забезпечує населення продуктами харчування, легкою промисловістю - сировиною, дає живу тяглову силу і цінне органічне добриво – гній [1].

У розв'язанні проблем збільшення виробництва м'яса надзвичайне значення має свинарство. Свинина використовується у свіжому вигляді як висококалорійний продукт харчування населення, а також як сировина для виробництва бекону, шинки, ковбас, сосисок і різних консервів.

Докорінна зміна форм власності та умов господарювання, що відбулися в країні за роки економічних реформ, спричинило за собою спад виробництва в тваринництві, посилення його нестабільності, залежно від зовнішніх факторів. Відбулися негативні якісні зміни у виробництві продукції тваринництва, зниження продуктивного і генетичного потенціалу галузі, згортання селекційних робіт, скорочення поголів'я та рівня продуктивності худоби в племінних господарствах. Різко знизилася показники економічної ефективності і свинарство стало збитковим. Тому стає актуальним обґрунтування напрямів збільшення виробництва свинини та пошуку шляхів підвищення її економічної ефективності, що й обумовило вибір теми моєї роботи[2].

Ефективність виробництва свинини – складна економічна категорія, в якій відображається дія об'єктивних економічних законів і висвітлюється одна з найважливіших сторін суспільного виробництва – результативність[3].

Економічна ефективність виробництва свинини показує кінцевий корисний результат від застосування всіх виробничих ресурсів й визначається порівнянням одержаних результатів і витрат виробничих ресурсів.

Підвищення ефективності виробництва свинини означає, що на кожному одиницю витрат і застосованих ресурсів одержують більше продукції і доходу.



А це має велике значення як для всього народного господарства так і для кожного сільськогосподарського підприємства та населення країни.

Економічна ефективність свинарства характеризується системою натуральних і вартісних показників (таблиця 1).

Таблиця 1.

### Показники ефективності виробництва свинини

Вартісні	Натуральні
Рівень рентабельності, %	Середньодобові прирости, г
Рентабельність продажу, %	Витрати корму на 1 ц приросту живої ваги, ц к. од.
Норма прибутку, %	Вихід приплоду поросят на 100 свиноматок, голів
Фондовіддача, грн.	Період вирощування, дорощування, відгодівлі до забійної маси, днів
Фондомісткість, грн	Рівень падежу свиней, %
Фондозабезпеченість, грн.	Виробництво м'яса на 1 голову свиней, кг
Фондоозброєність, грн.	Виробництво м'яса на 1 свиноматку, кг
Собівартість 1 ц ж.м, грн.	Виробництво м'яса свиней на 100 га ріллі, ц
Ціна 1 ц живої маси, грн	
Прибуток на 1 середньор. працівника, грн.	
Прибуток на 1 свиноматку в рік, грн	
Прибуток на 100 га ріллі, грн	

Джерело: зроблено автором на основі [5]

Названі технологічні показники виробництва свинини у таблиці 1 важливі при дослідженні резервів підвищення економічної ефективності за рахунок зниження сукупних матеріальних витрат під час дорощування чи відгодівлі. Зростання значень показників продуктивності свиней позитивною мірою впливає на підвищення економічного ефекту, який проявляється у обсягах валового та чистого прибутку.

Отже, галузь тваринництва є дуже трудомістка та потребує великих затрат на її виробництво. А це призводить до зниження собівартості продукції тваринництва та зниження суми чистого доходу. Виходячи з цього можна зробити висновок, що прибуток підприємства залежить від рівня рентабельності підприємства та зниження собівартості продукції. Адже чим вища рентабельність підприємства, тим більший ефект його діяльності., а отже і вищий прибуток[4].

Тому підвищення ефективності виробництва продукції тваринництва передбачає підвищення рентабельності продукції при одночасному зниженні витрат та собівартості на одиницю продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Галушко В.П. Виробнича економіка. Навчальний посібник. – Вінниця: Нова Книга, 2012. – 400с.
2. Збарський В.К., Мацибора В.І., Чалий А.А., та ін.; Економіка сільського господарства: Навч. Посібник – К.: ТОВ «Агар Медіа Груп», 2013. – 314с.
3. Калінчик М.В., Ільчук М.М., Одінцева Т.М. Ефективність виробництва та розвиток ринку свинини. – К.: Нічлава, 2010. – 228с.
4. Примак І.О. "Економіка сільського господарства": Навчальний посібник – К.: Вікар, 2013, - 187с. - (Вища освіта ХХІ ст.)
5. Ковальова Г.В. Економічна ефективність виробництва продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах, Львів 2015р.

**УДК 005:338.3:637**

### **МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Лой К. П., студентка ОС «Магістр»

Костюк О.Д., к.е.н., доцент

Україна, маючи сприятливі природно-кліматичні умови, може легко відмовитися від індустріалізованих методів агровиробництва та перейти на органічне землеробство, а про ГМО навіть і не думати. Ми маємо найбільшу територію в Європі і майже всі землі придатні для землеробства. Сукупно, це більше 41 млн. га сільгоспугідь, із них близько 8 млн. га відносно чистих ґрунтів. Також у нас є досвід виробництва і застосування біозасобів, відтворення родючості завдяки застосуванню ґрунтозахисних технологій, органічних добрив, сидератів, зменшення внесення мінеральних добрив та пестицидів [1].

Внутрішній ринок української органічної продукції є порівняно молодим (відлік розвитку починається з 2008 року). Основний канал збуту органічних продуктів в Україні—це мережі супермаркетів(наприклад, Good Wine, Сільпо,

Ашан, Мегамаркет тощо). Крім того, є невеликі спеціалізовані магазини здорового харчування та інтернет магазини. На сьогодні на полицях магазинів присутній ще далеко не повний асортимент органічної продукції. Найбільш широка номенклатура є у таких продуктових категоріях – молочні продукти та бакалія.

У зв'язку з тим, що внутрішній органічний ринок ще не розвинений, більшість українських органічних компаній зорієнтована на експорт. Основні експортно орієнтовані органічні сільгосппродукти з України – це сільськогосподарські культури (зернові, олійні, бобові) та дикорослі рослини (ягоди, гриби, горіхи, лікарські трави), які йдуть в основному для подальшої обробки та або реекспорту. Існує високий потенціал для збільшення експорту органічної продукції, оскільки попит на українську органічну продукцію від міжнародних покупців із країн ЄС, Швейцарії, США та інших країн є високим і постійно зростає [3].

Нині органічна продукція формує окремий сектор світової продовольчої торгівлі, який щороку зростає на 20-25%. А відповідно до прогнозів, у 2020 році масштаби світової торгівлі органічним продовольством можуть досягти 200-250 млрд. США. При цьому, глобальні перспективи розвитку ринку органічної продукції пов'язані зі світовою проблемою, яку не в змозі вирішити традиційне сільське господарство, а саме - забезпечення безпеки харчування, а також з недостатнім задоволенням попиту на екологічно чисту продукцію, перш за все, в європейських країнах. Її основними споживачами залишаються США та Європа, хоча зростання виробництва спостерігається в різних регіонах [2].

Враховуючи зростання попиту на органічну продукцію, збільшення кількості її виробників та експортний потенціал аграрного сектору України, цьому питанню варто надати особливу увагу. Слід зауважити, що в Україні вже зроблені значні кроки в цьому напрямку. Зокрема прийнято Закон України “Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини” (від 03.09. 2013 р.). Крім того, здійснюється сертифікація продукції відповідно до критеріїв, встановлених такими міжнародними організаціями як Глобальна

мережа екологічного маркування (GEN), в деяких випадках Міжнародна Федерація органічного сільськогосподарського руху (IFOAM). Проте, як зазначає Карасева Н.А., стримуючим фактором інтенсифікації міжнародної торгівлі є недостатня кількість акредитованих на національному та міжнародному рівнях, сертифікаційних центрів для виробників. Крім того, досить затяжною та дорогою є сама процедура сертифікації. Цікаво, що Україна є членом GEN разом і з рядом інших розвинених країн та тих, що розвиваються, зокрема США, ЄС, Канадою, Росією, Бразилією, Китаєм, Кореєю, Малайзією, Тайванем та іншими [4].

Окрім цього, в Державній цільовій Програмі розвитку села на період до 2015 р., що вже закінчила свою дію, було задекларовано довести обсяг частки органічної продукції у загальному обсязі валової продукції сільського господарства до 10 відсотків, чого, безумовно, досягнуто не було через відсутність підтримки галузі державою.

Ще одним документом, що акцентує увагу на органічному секторі, є Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р., схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України за №806-р. В стратегії серед пріоритетних напрямів досягнення стратегічних цілей вказано і забезпечення продовольчої безпеки держави шляхом сприяння розвитку органічного землеробства, насамперед в особистих селянських і середніх господарствах) [4].

Чинний Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» у редакції від 03.09.2015 (зі змінами від 12.02.2015) належним чином не забезпечує розвиток органічного виробництва в Україні та суперечить діючим нормативним документам, які регламентують органічне виробництво в ЄС в частині неоднозначності положень щодо Правил органічного виробництва та обігу органічної продукції, порядку сертифікації органічного виробництва, здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю операторів органічного ринку, що викликало необхідність прийняття в 2016 році нової редакції цього Закону.

Зацікавлені у збільшенні експорту органічної продукції, торговельні компанії власними ресурсами можуть забезпечити сертифікацію невеликих господарств. Тоді сертифікація стане особливо цікавою для дрібних ферм з площею 5-30 гектарів, які завдяки своїй мобільності є потенційно найефективнішими виробниками, зокрема овочевої продукції, і мають великі перспективи її прибуткового експорту. Позитивним прикладом є робота компанії «Украгрофін», яка з 1999 року експортує вітчизняну органічну продукцію, пропагуючи її на світових ринках, і до того ж є членом Міжнародної Федерації органічного сільськогосподарського руху (IFOAM). Серед інших напрацювань разом з німецькою компанією «Ecoland Grains & Legumes GmbH» вона впроваджує в життя в Україні спільний проект з вирощування органічних соєвих бобів. Компанії «Агрот», «Махаріші», «Рівнехолод» останнім часом мали подібний досвід експорту органічної продукції. Високий експортний потенціал буде утворено завдяки подальшому наближенню законодавчих регулювань до стандартів ЄС. Міжнародні донори, у тому числі й ЄС, мають розбудовувати свою технічну підтримку України у сфері розвитку органічного виробництва з урахуванням взаємної користі [5].

За 2014 рік органічний ринок в Європі зріс на 7,6% до 26,2 млрд €. Найбільшим ринком в Європі є Німеччина (7,9 млрд €) і після США вона є другим за розміром ринком органічних продуктів у світі. Друге місце посідає Франція (4,8 млрд €), це ринок, що динамічно зростає останні роки, третє – Великобританія (2,3 млрд €), четверте – Італія (2,1 млрд €). 43% від глобальних роздрібних продажів органічних продуктів припадає на США (27,1 млрд €), друге місце посідає ЄС. Найбільшим споживачем органічних продуктів є Швейцарія (220 €/людину в рік становить споживання органічних продуктів у цій країні).

Україна, за даними експерта «КьюС», входить в десятку світових виробників органічних зернових та олійних: 6-те місце за виробництвом органічного зерна і 6-те за виробництвом олійних, 10-те за виробництвом зернобобових. Головними конкурентами України на ринку органічних продуктів

є Росія, Білорусь, Казахстан, Румунія, Італія, Молдова, Болгарія, Словаччина, Чехія, Туреччина [1].

#### **Список використаної літератури:**

1. Агроексперт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agroexpert.ua>
2. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/>
3. Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних націй (FAO)[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org>
4. Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://organic.com.ua>

**УДК 005:338.3:637**

### **ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Лукашевич О. Ю., студентка ОС «Магістр»

Діброва Л.В., к.е.н., доцент

Стратегічним завданням розвитку вітчизняного зернового підкомплексу України має стати повне задоволення власних потреб у зерні (враховуючи потреби його на виробництво тваринницької продукції) та нарощування експортного потенціалу, бажано не в кормовому зерні, а в продуктах його переробки, продукції тваринництва або біоетанолі, що дозволить залишити в державі додану вартість, збільшити кількість робочих місць, наблизитися до розв'язання соціальних проблем сільських громад.

Для України нарощування виробництва зерна має стратегічне значення для піднесення національної економіки, тому що при успішному його розвитку створюються умови для ефективної діяльності низки суміжних галузей. Підвищення рівня ефективності виробництва зерна є одним із найважливіших завдань, від розв'язання якого залежить продовольча безпека країни. Воно повинно здійснюватися як на державному, так і на регіональному рівнях, де вирішуються питання забезпечення населення продуктами харчування.

Щоб підвищити економічну ефективність сільськогосподарського виробництва зерна, слід виконати комплекс таких основних заходів, як:

- впровадження комплексної механізації та автоматизації виробництва;
- поліпшення якостей землі, підвищення її родючості;
- раціональне використання виробничих фондів та трудових ресурсів;
- впровадження інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій;
- підвищення якості виробленої продукції;
- розвиток сільськогосподарського виробництва на основі різноманітних форм власності і видів господарювання та створення для них рівних економічних умов;
- підвищення технічного і технологічного рівня НТП.

Економічну ефективність сільськогосподарського виробництва також можливо підвищити за рахунок пошуку і освоєння нових ринків збуту виробленої продукції. На жаль більшість виробників не здатні продати свою продукцію. Тому необхідно вдосконалювати роботу маркетингових відділів, яка б могла просунути продукт на ринок.

Для забезпечення необхідного балансу між захистом безпеки та охороною здоров'я з одного боку і стимулюванням торгівлі з іншого, Україна повинна:

- Гармонізувати усю законодавчу базу з нормами ЄС та впровадити технічні правила на основі відповідних Директив ЄС;
- Гармонізувати свої стандарти з міжнародними та відмінити стандарти радянської доби;
- Продовжувати реформування інституційних засад застосування стандартів з метою уникнення конфлікту інтересів та дублювання функцій контролю та відповідальності;
- Затвердити процедури, які дозволяли б ефективно впроваджувати нормативні акти у сфері ринкового нагляду.

Одним із важливих напрямків підтримки експорту є розбудова систем річкових та морських припортових елеваторів.

Однак при збільшенні у експорті зерна до 35-36 млн. т., необхідно збільшити відвантаження його щомісяця до 3,0- 3,5 млн. т., що вимагає організації чіткої роботи портових елеваторів, або побудови нових потужностей на 8,5-9,0 млн. т.

Необхідне запровадження нової схема логістики зернового ринку України, що передбачає визначення двох зон: експортна – це регіони, які наближені до портових елеваторів; і зона внутрішнього споживання – у цих регіонах доцільніше споживати зерно для тваринництва й переробки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Програма "Зерно України – 2015". – К.: ДІА, 2011. – 48 с.
2. 1. Кириленко І.Г. Формування зернового ринку в Україні: стратегія розвитку / І.Г. Кириленко // Економіка АПК. - 2009. - №9. – С. 79-84.
3. 2.Худолий Л.М. Розвиток ринку зерна в Україні / Л.М. Худолий // Економіка АПК.- 1997. - № 9. - С. 59-66.
4. 3. Про зерно та ринок зерна в Україні [Текст]: Закон України від 04 липня 2002 р. № 37-IV.

**УДК 005:339.187.6:631.11**

### **УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ ЛІЗИНГОМ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Мальченко І.В., студентка ОС «Магістр»

Артиш В.І., к.е.н., доцент

Для України питання просування міжнародного лізингу як основного елементу оновлення обладнання та виробничих фондів є надзвичайно важливим. На сьогоднішній момент українські лізингові компанії не в змозі забезпечити належним чином весь попит на цей вид фінансових послуг, тому міжнародна практика є найбільш придатним варіантом для українських підприємств сьогодні. Міжнародний фінансовий лізинг надає підприємствам можливість модернізувати обладнання і завдяки цьому підвищити свою ефективність та конкурентоспроможність. Міжнародний лізинг також є ефективним варіантом реалізації продукції підприємств, що виробляють активи, які можуть бути передані в лізинг не тільки на території даної країни, а й за кордоном.



Економіка України перебуває у стані ринкової трансформації і потребує величезних фінансових ресурсів з метою придбання існуючими та новостворюваними підприємствами необхідної техніки, новітніх технологій. Частково ці потреби можуть бути задоволені за допомогою використання міжнародних лізингових операцій. Для України це є ідеальним способом розбудови економіки та підтримки підприємств на належному рівні в системі світових господарських відносин.

За сьогоденної ситуації в АПК лізинг – найперспективніший фінансовий інструмент, здатний ефективно розвивати агропромислове виробництво, активізувати інвестиційний процес у країні. Загальні правові та економічні засади фінансового лізингу базуються на Законі України «Про фінансовий лізинг» від 16 грудня 1997.

Актуальність теми дослідження зумовлена проблемами підвищення об'ємів та кількості міжнародних фінансових лізингових операцій в Україні в умовах сучасних світогосподарських відносин. Науковцями всього світу досліджуються принципи розвитку виробництва, що не можливе без оновлення основних засобів будь-якого підприємства. Для України це питання особливо актуальне. Велика кількість державних та приватних підприємств працюють на обладнанні, що має високий ступінь зношення. Необхідно шукати шляхи оновлення основних фондів, щоб мати змогу гідно конкурувати на світовому ринку з вітчизняною продукцією та послугами.

Метою дослідження є визначення прикладних аспектів управління міжнародного лізингу й обґрунтування необхідності та можливості його застосування на практиці в підприємствах аграрного сектору.

Лізинг як особливий вид інвестиційної діяльності став ефективним фактором інтенсивного розвитку економік зарубіжних країн, підвищення їх конкурентоздатності. На сучасному етапі в більшості промислово розвинених країнах лізинг є невід'ємною частиною економічної структури. В той же час він, як і будь яке інше явище, яке зайняло важливе місце в підприємницькій практиці

зарубіжних країн, у зв'язку з перебудовою господарської системи, знаходить місце і в Україні.

### **Список використаних джерел**

1. Аграрний сектор України. – Режим доступу: <http://agroua.net>
2. Артиш В.І. Історичні аспекти виникнення та розвитку лізингу в світі // Український інвестиційний журнал WELCOME. – 2004. – № 11–12. – С.61
3. Артиш В.І. Формування стратегії розвитку міжнародного лізингу в Україні: /монографія / В.І.Артиш .-К.:ЦП ‘ ‘Компринт’’,2015.- 456 с.
4. Дадашев Б. А. Удосконалення фінансово-кредитного обслуговування сільського господарства / Б. А. Дадашев // Економіка АПК. – 2003. – №11. – С. 70.

**УДК 005:338.3:637**

## **ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Мартиненко І. В., студентка ОС «Магістр»,  
Кроп П.Б., к.е.н, доцент

У світовій економіці транспорту відведена особлива роль, від його роботи залежить ефективність, якість і розвиток зовнішньоекономічних зв'язків будь-якої країни. Зовнішня торгівля найтіснішим чином пов'язана з транспортом. Транспорт здійснює доставку товару від експортера до імпортера. Його нормальне функціонування забезпечує виконання зобов'язань сторонами по купівлі-продажу, комерційний ефект зовнішньоторговельної угоди. Порушення транспортного процесу веде часто до матеріальних втрат експортера та імпортера, робить неконкурентоспроможним товари, що перевозяться.

Головною умовою проведення зовнішньоекономічної операції є її ефективність. Логістичні системи є життєво важливими компонентами підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій. Транспортні аспекти логістики ЗЕД роблять значний вплив на ефективність міжнародних угод;

основними досліджуваними і визначальними параметрами є вибір транспортного засобу та мінімізація витрат і часу.

Транспорт не виробляє нового товару чи продукту, але саме завдяки їх переміщенню з одного місця в інше забезпечується продовження процесу виробництва та обігу, має місце кінцеве споживання вироблених товарів. Переміщення товарів, продукції з місця виробництва до місця споживання і є тією споживчою вартістю, яку створює транспорт, його транспортні послуги.

Реалізація транспортних послуг виражається в тому корисному ефекті, який не може виникати, зберігатися і реалізовуватися у відриві від транспорту. Разом тим виробництво транспортних послуг не відривне від їх споживання. Транспортні послуги задовольняють потреби в момент свого прояву, тобто створення таких послуг збігається з їх споживанням.

На транспортні послуги, що надаються у сфері ЗЕД, впливають всі фактори, що характеризують розвиток ринкової економіки. Насамперед це коливання попиту і пропозиції товарів, цін на нафту, валютного курсу, ступінь втручання держави у зовнішньоекономічну діяльність, стан політичних та економічних відносин різних держав тощо.

Залізничний транспорт здійснює перевезення вантажів і пасажирів по рейкових шляхах. Йому належить перше місце в перевезенні пасажирів і друге (після трубопровідного) — в перевезенні вантажів. Довжина залізничних колій загального користування в Україні становить 22,7 тис. кілометрів, що дорівнює 37 км на 1000 км кв її території.

Україна з її переважно рівнинним рельєфом має сприятливі умови для розвитку автомобільного транспорту. В країні створено розгалужену мережу автомобільних шляхів, загальна довжина яких становить понад 175 тис. кілометрів, густина автомобільних шляхів загального користування з твердим покриттям дорівнює 269 км на 1000 км кв території.

Україна — морська держава. її морський флот забезпечує 8% вантажообороту країни. У структурі загального вантажообороту сучасний морський транспорт посідає третє місце після трубопровідного і залізничного.

Повітряний транспорт — один з наймолодших видів сполучення. Його перевага — швидкість. Спеціалізація — пасажирські перевезення на великі відстані, пошта. Відбулася переорієнтація пасажирських потоків з внутрішніх на міжнародні авіарейси. Тепер на них припадає близько 60% усіх перевезень пасажирів.

Трубопровідний транспорт є ефективним видом транспорту, який забезпечує безперервне передавання рідких, газоподібних і твердих речовин спеціальними трубами під тиском. Трубопровідний транспорт посідає перше місце за вантажооборотом в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Назаренко В.М., Назаренко К.С. транспортне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності. -М.: Центр економіки і маркетингу, 2000 – 512 с.
2. Заставний Ф. Д. Економічна і соціальна географія України. – К., 2007. – 232 с.
3. Електронний ресурс – Режим доступу до інформації: <http://www.info-library.com.ua>

**УДК 005:338.3:637**

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Мегей С.О, студент ОС «Магістр»

Кирилюк Д.О., к.е.н., доцент

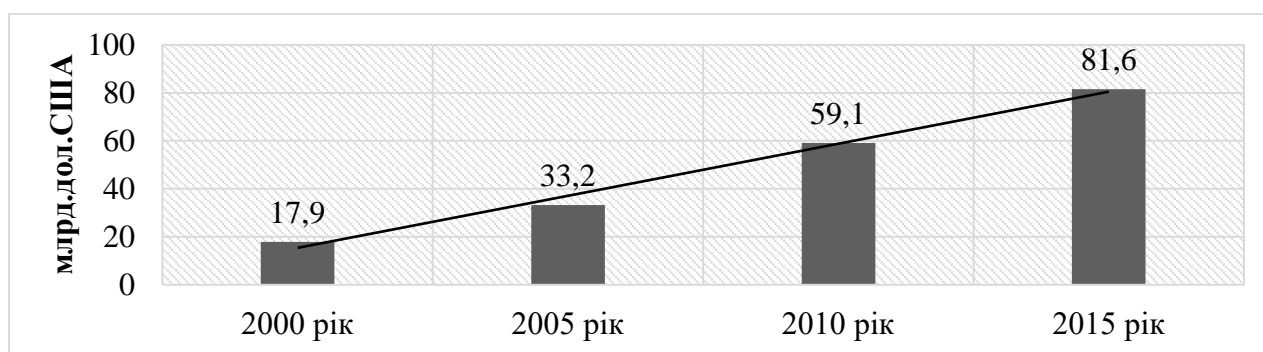
Виробництво екологічно чистої продукції є практичною реалізацією концепції сталого розвитку аграрного виробництва, що передбачає поєднання економічного зростання, соціального розвитку й захисту довкілля як взаємозалежних і взаємодоповнювальних елементів стратегічного розвитку держави, що гарантуватиме населенню високу якість продовольства як важливої складової продовольчої безпеки.

Масштаби органічного виробництва постійно зростають. Слід зазначити,

що органічна продукція у світі вирощується на 31 млн га сільськогосподарських угідь 120 країн світу. Особливо великий потенціал для розвитку органічного виробництва має Україна.

Останнім часом у світі зростає інтерес у безпечних продуктах харчування. Саме світовий попит на екологічно чисті продукти харчування має забезпечити органічне виробництво.

За оцінками Organic Monitor, поточний обсяг світового споживчого ринку органічної продукції становить 81,6 млрд.дол.США (див.рис.1), що майже у 5 разів більше порівняно з 2000 роком.



**Рис.1 Динаміка зростання світового ринку органічної продукції у 2000-2015 рр., млрд.дол.США**

Джерело: [1]

За даними FIBL, починаючи з 1999 року чисельність виробників органічної продукції зросла у 10 разів до 2,4 мільйонів. Понад 75% всіх виробників зосереджена у країнах Азії та Африки та Латинській Америці. А країнами, де налічується найбільша їх чисельність, є Індія, Уганда та Мексика [2].

На сьогодні органічний ринок в Україні постійно розвивається. Україна має сприятливі умови для органічного сільського господарства завдяки розміру країни (603,5 тис.км<sup>2</sup>, в тому числі 41 млн.га сільськогосподарських земель), географічному положенню, близькості до потенційних міжнародних покупців і великій території з родючими чорноземами.

Станом на кінець 2016 року в Україні налічувалось 421,2 га органічних сільськогосподарських угідь за даними Федерації органічного руху України (див.рис.2). Також у 2016 році, порівняно з 2015 різко зросла кількість

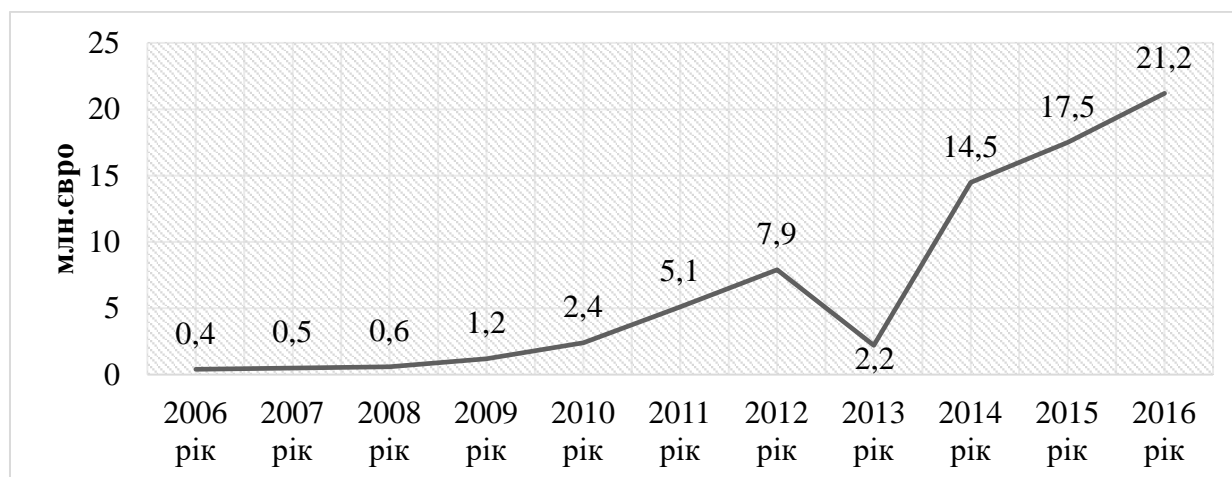
органічних господарств майже у двічі, і у 2016 році їх кількість становила 390 (у 2015 – 210).



**Рис.2 Загальна кількість органічних с/г угідь та кількість органічних господарств в Україні, 2002-2016 рр.**

Джерело: [3].

Дослідження Федерації органічного руху України свідчать, що сучасний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні почав розвиватись з початку 2000-х років, складавши у 2006 році - 400 тис. євро, а у 2016 р. - до 21,2 млн.євро (див.рис.3).



**Рис.3 Динаміка розвитку українського споживчого ринку органічних продуктів 2006-2016 рр., млн.євро**

Джерело: [3]

Основними органічними продуктами українського експорту є зернові, бобові, насіння олійних культур, ягоди, ефірні олії, гриби, горіхи, а також концентрати фруктових соків [4].

Отже, підсумовуючи сказане, Україна може виробляти органічну продукцію із відносно нижчою собівартістю ніж європейські країни, в яких через низьку природну родючість ґрунтів перехід на органічне землеробство супроводжується значним підвищенням собівартості органічної продукції. Тому українська органічна продукція потенційно має вищу конкурентоспроможність, оскільки її мінімальна ціна, порогом якої є рівень собівартості, є нижчою за мінімальну ціну органічної продукції європейських країн.

### **Список використаних джерел:**

1. Дослідницька, консалтингова та тренінгова фірма Organic Monitor – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecoviain.com>
2. Дослідний інститут органічного сільського господарства (Forschungsinstitut für biologischen Landbau, FiBL) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fibl.org/en/themes/organic-farming-statistics.html>
3. Федерація органічного руху України, IFOAM. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.organic.com.ua](http://www.organic.com.ua)
4. Мостенська Т. Л. Перспективи розвитку органічних продуктів України / Т. Л. Мостенська // Економіка АПК. — 2013. — №11 — С. 1—14.

**УДК 005:338.3:637**

## **МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ МЕДУ**

Медведєва І. А., студентка ОС «Магістр»

Голомша Н.Є., к.е.н., доцент

Бджільництво є однією з традиційних і найбільш стародавніх галузей вітчизняного сільського господарства. Ще за часів Київської Русі мед разом з іншим, не менш цінним продуктом галузі — воском був одним із головних товарів у тогочасній торгівлі, і впродовж багатьох століть залишався важливим джерелом добробуту сільської громади [1].

У світовому рейтингу країн-виробників меду Україна займала 3-є місце у 2015 році, впевнено випереджаючи всі інші країни Європи. При цьому з виробництва меду на душу населення, що становить 1,5 кг, Україна – світовий

лідер.

Таблиця 1.

Виробництво меду в Україні у співвідношенні до світового, тис тон

Показник	Рік						
	2005	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Світ	1410,3	1614,0	1616,8	1663,7	1673,7	1695,5	1695
Україна	71,4	70,3	70,1	73,7	75,7	63,6	59,3
Частка України у світовому виробництві,%	5,07	4,4	4,3	4,4	4,5	3,7	3,6

Джерело: розроблено автором на основі даних з Укрстат [1]

Тобто до 2015-го року, із 1,67 млн тонн світового виробництва меду майже 5% припадає на Україну. Серед країн Європи за відповідним показником Україна займає перше місце. Проте, з 2015-го року можна спостерігати спад у виробництві меду. У першу чергу це пов'язано з погіршенням природних умов, холодною сніжною весною. Також, причиною є недотримання вимог обробки посівів хімічними засобами, вирубка медоносних дерев та інше [1].

Україна стала провідним експортером меду до Євросоюзу. За останні десять років обсяг експорту українського меду збільшився у сім разів, в основному за рахунок поставок в європейські країни. І це не межа – адже ЄС вважається найбільшим у світі споживачем меду. Щорічно там з'їдають 150 тис. тонн солодкого продукту – 27% всього світового споживання.

Таблиця 2

Динаміка експорту меду натурального в світі, тис тон.

Експортери	Роки						2016 у % до 2015
	2005	2012	2013	2014	2015	2016	
Світ	411,8	-	586,9	618,3	667,6	659,2	98,7
Китай	88,5	110,2	124,9	129,8	144,8	128,3	88,7
Аргентина	107,6	75,1	65,2	54,5	45,6	81,2	178,5
Мексика	19,0	32,0	33,5	39,2	42,2	29,1	69,1
Україна	3,8	13,3	21,7	36,3	36,0	54,4	151,1
В'єтнам	4,6	-	27,3	36,1	39,6	42,2	106,0

Джерело: розроблено автором на основі даних з Trade Map [3]



За 15 років світовий експорт меду збільшився у два рази, що спричинило суворіші умови на ринку та вищу конкуренцію. Проте, це не завадило Китаю у 2013 році стати головним світовим постачальником меду з часткою 21,7% світового експорту і тримати лідируючі позиції по цей день. За ним слідують такі великі країни-експортери як Аргентина Нова Зеландія та Німеччина. Україна ж, наскільки стрімко нарощувала експорт меду, що збільшила їх з 1,412 у 2001 році до 36,001 тон у 2015 році[4].

Зростання експортних поставок меду в країни ЄС зумовлено також тим, що умовами зони вільної торгівлі на поставку в Європейський Союз узгоджені безмитні імпорتنі квоти меду. В поточному році, квота на мед складала 5,2 тис. тонн та експортери вибрали її за 4 дні!

Поточний експортний потенціал українського меду складає на 2017 рік 131000 тон в рік.

На Рис. 1 можна побачити напрямки експорту українського меду в 2012-16 рр. у розрізі географічних об'єднань країн та континентів.

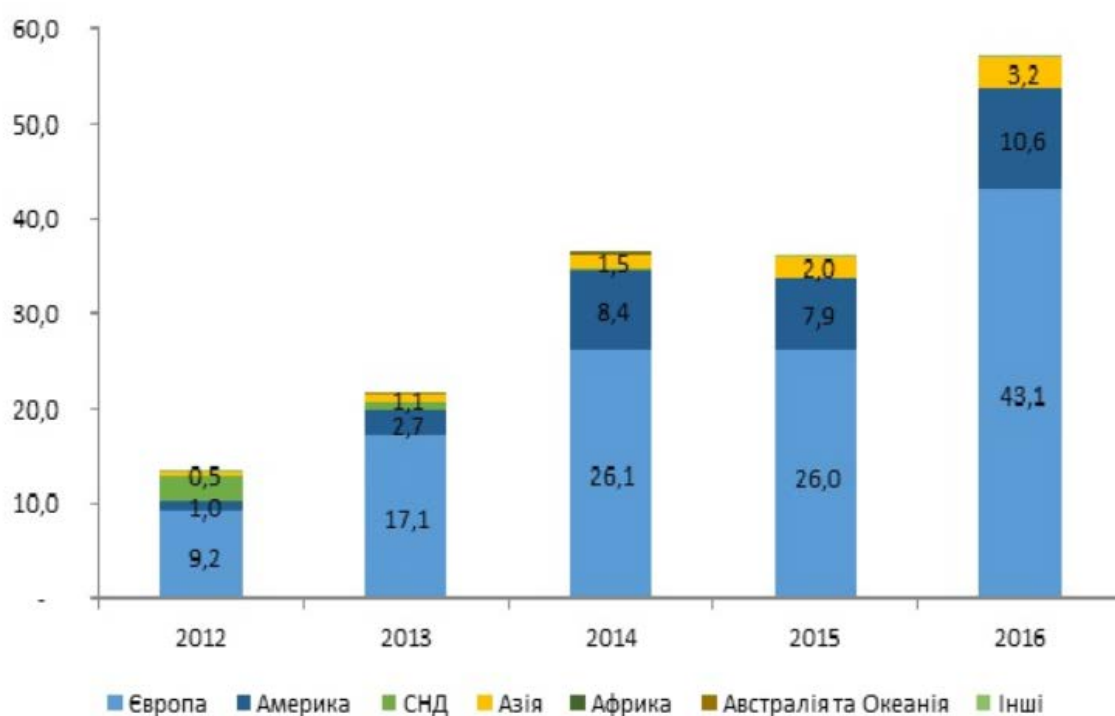


Рис. 1. Динаміка експорту меду з України 2012-16 рр., тис тон.

Джерело: розроблено автором на основі даних з [ukrstat](#) [1]

Зовнішні ринки збуту українського меду фактично представлені двома

напрямами - країнами Європи та Америки, частка яких, в середньому, становить 74% і 17% відповідно. Якщо говорити про темпи зростання в ці регіони, то за п'ять років, обсяги поставок в країни Європейського союзу зросли в 4,7 разів. Важливу роль відіграло підписання Угоди між Україною і Європейським Союзом про створення зони вільної торгівлі, в результаті чого зросла кількість покупців українського меду серед європейських країн.

Також збільшили імпорт українського меду і в країни Америки більш ніж в 10 разів: з 1 тис. тонн до 10,6 тис. тонн. Також ми освоємо Азіатський ринок: станом на 2016 рік, в цей регіон ми постачали майже 6% від загального експортного обсягу меду. Якщо в 2012 році, в Азію Україна експортувала лише 0,5 тис. тонн солодкого продукту, то в минулому році ця цифра виросла до 3,2 тис. тонн.

Основними факторами, що спонукали нарощування динаміки вітчизняного експорту меду, є висока світова ціна та стабільний попит на продукцію, а також її конкурентоспроможність. Також цьому сприяло визнання комісією ЄС відповідності якості українського меду європейським стандартам.[4]

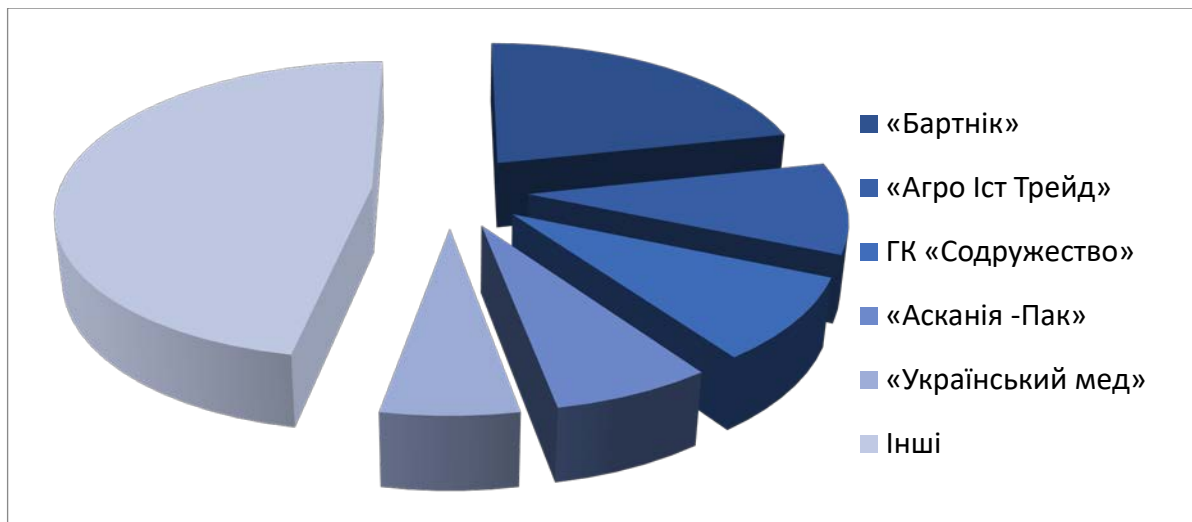


Рис.2. Частка компаній-експортерів в Українському експорті

Джерело: розроблено автором на основі даних з [ukrstat](#) [1]

Провідні українські експортери меду вже багато років працюють на ринку ЄС. Один з них – компанія «Бартнік» з міста Ізяслав Хмельницької області. За словами її комерційного директора Вадима Паньковського, компанія має вже 20-річний досвід продажів у країнах ЄС, насамперед – у Німеччині. Водночас при

виході на європейські ринки українські компанії стикаються з активною торговельною політикою китайських і південноамериканських компаній.

За останні кілька років український експорт меду до ЄС зробив величезний кількісний ривок. Тепер залишилося лише довести якість продукції і захиститися від недобросовісних експортерів [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Карасьова Н.Є. Глобалізаційні детермінанти експортоорієнтованого розвитку аграрного сектора України/ Карасьова Н.Є. // Міжнародна економічна політика - ISSN 1811-9824. - - 2014. No 1
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Trade Map [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvp](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvp)
4. Самчук Г.П стан та тенденції розвитку вітчизняного та світового ринків меду/ Самчук Г.П// «Молодий вчений» - № 12.1 (40) - грудень, 2016 р.

**УДК 005:338.3:637**

## **МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

Назаренко В.С., студентка ОС «Магістр»

Голомша Н.Є., к.е.н., доцент

Як свідчить світовий досвід, жодне підприємство, плануючи діяльність на довготривалу перспективу, не може розраховувати на стабільність ринкової ситуації, а тому змушене постійно адаптуватися до постійних змін зовнішнього середовища, пристосувати внутрішні можливості до зовнішніх умов. У свою чергу вищеописані обставини обґрунтовують зростаючу потребу в достовірній і, головне, своєчасній інформації про розвиток бізнес – оточення підприємства, ефективним засобом отримання якої є, власне, маркетингові дослідження.

Маркетингові дослідження – це системне збирання і об’єктивний запис, класифікація, аналіз і узагальнення даних щодо поведінки, потреб, відносин,

вражень, мотивації окремих осіб і організацій в контексті їхньої економічної, політичної, суспільної і побутової діяльності.

Правильно проведене маркетингове дослідження дає змогу суб'єкту підприємництва ефективніше виконувати завдання свого бізнесу. Методика та техніка маркетингових досліджень суттєво залежать від конкретних цілей та завдань маркетингу, що, своєю чергою, визначається загальною маркетинговою стратегією підприємства, ринковою ситуацією, тиском конкурентів тощо.

Для ефективного функціонування підприємств в ринкових умовах необхідно налагодити регулярне збирання інформації. Це завдання вирішується завдяки створенню маркетингової інформаційної системи, однією з якої є система маркетингових досліджень.

Система маркетингових досліджень збирає дані про потреби споживачів, їх наміри відносно покупок і характеристик. Вона одержує інформацію про реакцію споживачів на стратегії компанії шляхом тестування товарів, вивчення ефективності реклами і стимулювання збуту.

Метою маркетингової діяльності ПрАТ «Кагма» - отримання певних комерційних результатів за допомогою найбільш ефективного управління власними ресурсами, задовольняючи потреби замовників ефективніше, ніж конкуренти. З метою визначення сильних та слабких сторін підприємства, визначення оцінки та напрямів вдосконалення його діяльності на ПрАТ «Кагма» було проведено опитування замовників протягом грудня 2014 – січня 2015 рр.

Опитуванням було охоплено 398 респондентів. Діяльність підприємства оцінювалася за п'ятибальною шкалою: 5 - відмінно, 4 - добре, 3 - задовільно, 2 – незадовільно.

Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що в цілому споживач задоволений обслуговуванням персоналом та якістю продукції ПрАТ «Кагма». Підприємство виготовляє широкий асортимент продукції в якісній та зручній упаковці, який задовольняє потреби споживача, лише викликає недовіру надійність поліетиленової упаковки. Разом з тим слід зазначити, що знизилась

купівельна спроможність споживача і як результат – він бажає зниження цін на продукцію.

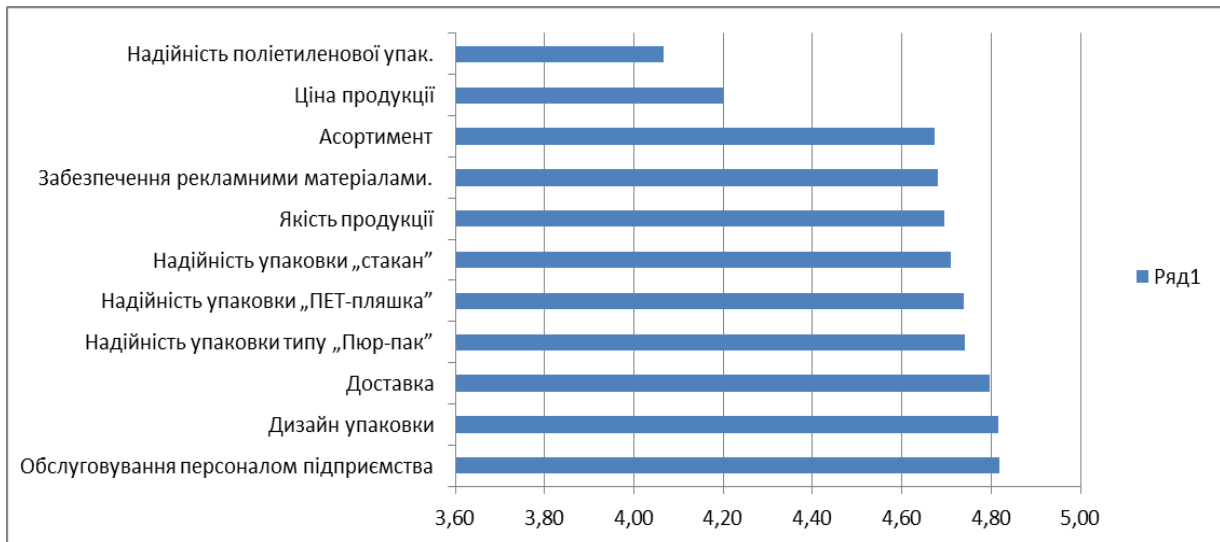
Таблиця 1

Результати опитування замовників та торгових агентів ПрАТ «Кагма»

№ п/п	Питання	Оцінка, (%)								Загальна зважена оцінка параметра, балів
		5		4		3		2		
		к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%	
1	Якість продукції	298	75	83	21	13	3	4	1	4,70
2	Ціна продукції	164	41	170	43	43	11	21	5	4,20
3	Асортимент	293	74	84	21	17	4	4	1	4,67
4	Доставка	331	83	54	14	12	3	1	0	4,80
5	Надійність поліетиленової упак.	140	35	158	40	86	22	14	4	4,07
6	Надійність упаковки типу „Пюр-пак”	299	75	95	24	4	1	0	0	4,74
7	Надійність упаковки „стакан”	305	77	74	19	15	4	4	1	4,71
8	Надійність упаковки „ПЕТ-пляшка”	302	76	88	22	8	2	0	0	4,74
9	Дизайн упаковки	334	84	57	14	5	1	2	1	4,82
10	Забезпечення рекламними матеріалами.	299	75	74	19	22	6	3	1	4,68
11	Обслуговування персоналом підприємства	333	84	58	15	7	2	0	0	4,82

Джерело: побудовано автором за даними звітності підприємства

Аналіз даних опитування дозволяє зробити висновок, що існує гостра необхідність у планомірній роботі із споживачем, спрямованої на збільшення споживчого попиту на молоко і молочну продукцію та інформування споживача про властивості молока.



**Рис. 1. Виранжовані бали оцінки респондентами маркетингових показників діяльності ПрАТ «Кагма»**

Зауваження, рекомендації та пропозиції висловлені респондентами:

- покращити якість упаковки;
- розширити асортимент(робити сиркові десерти);
- більше рекламних матеріалів;
- фасувати молоко в упаковку пюр - пак 500г та 1000г;
- знизити ціну на вагове масло;
- накривати стаканчики зі сметаною додатковою кришечкою;
- переглянути систему знижок;

Висновки та результати дослідження: аналізуючи отримані матеріали, слід відмітити, що погляди замовників не змінюються на протязі останніх опитувань. Як і раніше, найважливішими показниками для замовників залишається якість продукції, доступна ціна, доставка та асортимент. Частка інших показників дуже мізерна.

#### **Список використаних джерел:**

1. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Спілки молочних підприємств України. – Режим доступу: <http://molsouz.org.ua>.
2. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Українського клубу аграрного бізнесу. – Режим доступу: [http://ucab.ua/en/pro\\_ukab/](http://ucab.ua/en/pro_ukab/).
3. Тваринництво України: Пожвавлення 2013 [Електронний ресурс] / Українська аграрна кофедерація. – Режим доступу: <http://agroconf.org/content/tvarinnictvo-ukrayini-pozhvavleniya-2013>.

## ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Новосьолов О. В., студент ОС «Магістр»

Кирилюк Д. О., к.е.н., старший викладач

Формування та реалізація експортно-орієнтованого потенціалу країни є складним й багатоаспектним поняттям, що охоплює не лише внутрішньоекономічні складові й фактори різного векторного напрямку, а й їх зовнішньоекономічні чинники.

Дослідження механізму формування експортного потенціалу аграрних підприємств в межах бізнес-процесу дозволяє трактувати його як систему взаємопов'язаних, взаємозалежних важелів, методів, способів, регламентів, правил, умов, що впливають на процес виробництва аграрної продукції. Економічні інструменти в системі механізму формування експортного потенціалу виконують стимулюючу функцію, забезпечують реалізацію інтересів всіх учасників бізнес-процесу і їх відповідальність у вигляді відповідних економічних відносин. Вони є економічним базисом, що визначає порядок функціонування механізму експортного потенціалу в умовах сільськогосподарського виробництва [3].

Метою дослідження є аналіз експортного потенціалу ринку молока та молочних продуктів України та місце української молокопродукції на світовому ринку.

Ринок молока та молокопродуктів — це важлива складова ринку продовольчих товарів України, яка суттєво впливає на забезпечення населення необхідними поживними речовинами та їх життєвий рівень. Україна має значний потенціал у сфері розвитку виробництва молока та молокопродуктів, що дозволяє значну частину продукцію поставляти на експорт та повністю забезпечувати потреби внутрішнього ринку. Проте фінансово-економічна криза, яка супроводжується зменшенням доходів споживачів, негативно позначається на величині попиту на молоко та молокопродукти, змушуючи молокопереробні

підприємства збільшувати обсяги виробництва товарів низькоцінового сегменту та загалом скорочувати пропозицію товарів. Ситуація ускладнюється внаслідок погіршення світової кон'юнктури ринку молочних продуктів. Тому у цих умовах важливим завданням для українських молокопереробних підприємств є обґрунтування стратегій їх подальшого розвитку. Його успішне вирішення ускладнюється внаслідок нестачі необхідних фінансових ресурсів підприємств, невизначеності факторів середовища їх функціонування, відсутності належного інформаційного забезпечення про тенденції розвитку ринку молока та молокопродуктів України та світу.

Актуальність даної теми полягає в тому, що зовнішня торгівля України виступає одним з важливіших засобів збільшення державного бюджету. Стратегічною метою розвитку економіки України є досягнення гідного місця в міжнародному поділі праці, а саме у сфері зовнішньої торгівлі. Європейський союз є найсильнішою глобальною економічною організацією, найбільшим і найкращим регіональним ринком світу. Відповідно проблема економічної співпраці України і ЄС набуває все більшої актуальності в контексті ширшого і сприятливішого доступу продукції українських підприємств до ринків ЄС.

Питання проблем розвитку та тенденцій змін на ринку молока та молокопродукції розкрито в дослідження вітчизняних науковців, зокрема П. Березівського, В. Галушка, О. Гуторова, С. Васильчак, Ю. Данчука, М. Ільчука, С. Кваші, В. Ладики, О. Маслака, І. Новака, Е. Смирнова, І. Свиноуса, Н. Слободян, О. Шпичака. Окремі проблеми розглянуті і зарубіжними науковцями. Зокрема досить ґрунтовно та детально розкривають проблеми функціонування агроринку І. Балабанов, Д. Баббела, А. Вільямс та ін.

Молочна промисловість України є великою індустріальною галуззю, що має надзвичайно важливе значення як для економіки АПК, так і для народного господарства країни в цілому. Проте останнім часом діяльність підприємств молочної галузі характеризується рядом кризових тенденцій, що пов'язані, насамперед, із наростаючим дефіцитом сировини, низькою продуктивністю корів, зростанням цін на молочну продукцію при одночасному зниженні



платоспроможного попиту населення, формуванням несприятливої кон'юнктури світового ринку молокопродуктів.

Поголів'я корів щороку зменшується, як у сільськогосподарських підприємств, так і у господарствах населення. Так, загальна кількість корів скоротилася з 2012 р. по 2016 р. на 379,5 тис. голів або аж на 14,86%. Станом на 2016 рік, 74,3 % від загального виробництва молока, виробляється господарствами населення, а 25,70 % на сільськогосподарських підприємствах відповідно (рис. 1). Варто зазначити, що прослідковується тенденція до поступового спаду виробництва на господарствах населення. Ця тенденція є позитивною, адже зростання виробництва відбувається на сільськогосподарських підприємствах, які, в свою чергу, дотримуються санітарних вимог та гарантовано випускають продукцію належної якості.

Низька якість молока ускладнює виробництво якісної та безпечної молочної продукції, знижує її конкурентоспроможність. Рівень споживання молокопродуктів населенням за 2016 рік на одну особу становить 209,6 кг/рік, що складає 55% від раціональної норми (380 кг/рік).

Основними причинами, які змушують молокопереробні підприємства України здійснювати подальше освоєння міжнародних ринків молочної продукції, є такі: по-перше, міжнародні ринки молочної продукції відкривають значні можливості для нарощування виробництва, збільшення доходів, отримання додаткових конкурентних переваг за рахунок ефекту масштабу; по-друге, вихід на зовнішні ринки дозволить диверсифікувати ризики як комерційного, так і політичного характеру; по-третє, освоєння зовнішніх ринків має стати стимулом впровадження міжнародних стандартів якості у процесі виробництва, переробки та реалізації продукції вітчизняної молочної галузі.

Дослідження світового ринка молока показало що світове виробництво молока постійно зростало протягом минулих десятиліть, додаючи щороку в середньому 2%. У 2015 воно досягло 800 млн. тон. Найбільшими виробниками є ЄС, Індія і США які втрьох виробляють половину молока в світі. Китай виробляє лише 5% і ділить з Пакистаном 4 і 5 місця. Україна знаходиться в другій десятці

найбільших країн-виробників з обсягом 10,6 млн. тон і має частку 1,3% в світовому виробництві [2].

Середній надій на корову в світі склав 1,15 тон в 2015. У США цей показник найбільший - 10,15 тон. В ЄС отримали 6,87 тон, в Індії - 1,21 тон, в Китаї - 1,97 тон, в Російській Федерації - 3,62 тон. В Україні, за даними Держкомстату, середній удій від однієї корови був на рівні 4,64 тон, причому показник для сільськогосподарських підприємств склав 5,35 тон, а для господарств населення - 4,44 тон. Динаміка цього показника в Україні позитивна. Протягом останніх 5 років середня продуктивність корови збільшувалася приблизно на 1% на рік. Світовий показник надоїв на корову за останні 5 років суттєво не змінився [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Павличенко М.Г. Ринок молока в Україні та перспективи для різних категорій господарств / М.Г. Павличенко // Молочна промисловість. — 2007. — №5 (40). — С. 19.
3. Шубравська О.В., Сокольська Т.В. Розвиток ринку молока і молочної продукції: світові тенденції і вітчизняні перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://eip.org.ua/docs/EP\\_08\\_2\\_80\\_uk.pdf](http://eip.org.ua/docs/EP_08_2_80_uk.pdf)

**УДК 005:339.1:631.576.3**

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ**

### **УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ЗЕРНА**

Олейнич С. П., студентка ОКР «Магістр»

Кирилук Д. О., к.е.н., старший викладач

Трансформаційні процеси, що відбуваються в агропромисловому комплексі України, потребують вивчення й дослідження всіх напрямів перетворень у його структурі, включаючи зернопродуктовий підкомплекс. Виходячи з цього для вирішення нагальних проблем забезпечення нарощування

виробництва зерна та продуктів його переробки на основі раціоналізації форм організації господарювання, поліпшення ринкової інфраструктури, логістики, кооперації й інтеграції у сфері взаємовідносин суб'єктів ринку необхідне вдосконалення діючих і розробка нових механізмів управління відтворенням у цій сфері. Стратегічним завданням розвитку вітчизняного зернового підкомплексу України має стати повне задоволення власних потреб у зерні (враховуючи потреби його на виробництво тваринницької продукції) та нарощування експортного потенціалу, бажано не в кормовому зерні, а в продуктах його переробки, продукції тваринництва або біоетанолі, що дозволить залишити в державі додану вартість, збільшити кількість робочих місць, наблизитися до розв'язання соціальних проблем сільських громад. Питанням формування й управління розвитком зернового господарства в Україні присвячено чисельні публікації відомих учених-аграрників, зокрема таких, як Г.В. Балабанов, П.І. Гайдуцький, М.В. Гладій, Ю.С. Коваленко, М.Г. Лобас, Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік, П.Т. Саблук, О.Г. Шпикуляк, П.С. Березівський, В.К. Терещенко, О.М. Шпичак та інші. Однак незважаючи на велику кількість наукових розробок не всі аспекти розвитку зернопродуктового підкомплексу в сучасних умовах є достатньо вивченими й обґрунтованими. Зокрема, потребують наукового поглиблення теоретико-методологічні засади формування організаційно-економічних механізмів управління, включаючи понятійний зміст категорій, закономірностей, принципів і методів дослідження, а також обґрунтування підходів до оцінки ефективності механізмів управління зернопродуктовим підкомплексом в умовах глобалізації і перетворення України на одного з провідних експортерів зерна в світі.

Метою дослідження є обґрунтування теоретично-методологічних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення діючих і розробку нових механізмів управління відтворенням в зернопродуктовому підкомплексі з боку державних, галузевих і місцевих органів влади.

Об'єктом дослідження є процеси управління економічними взаємовідносинами суб'єктів господарювання в зернопродуктовому підкомплексі АПК України.

Предметом дослідження є організаційно-економічні засади управління розвитком зернопродуктового підкомплексу в умовах глобалізації.

Проведене дослідження дає можливість зробити висновки про наявність таких позитивних тенденцій розвитку зернопродуктового підкомплексу України, як збільшення обсягів виробництва зерна та зернопродукції на основі зростання його урожайності та збільшення зібраних площ, що уможливорює забезпечення раціональних норм споживання круп, хліба та хлібопродукції, створює умови для досягнення відповідності індикаторам продовольчої безпеки країни, завантаження підприємств з переробки зерна.

Виявлено, що потенціал галузі використовується лише частково. Низька урожайність порівняно з розвиненими країнами пояснюється недостатнім використанням мінеральних добрив, засобів захисту рослин, порушеннями сівозміни, низькою якістю насінневого матеріалу, використанням старих сортів, загальним низьким рівнем матеріально-технічної бази, яка оновлюється вкрай повільно. Гальмує розвиток підкомплексу існуюча система зберігання зерна, яка потребує збільшення кількості сучасних зерноскладоу з високою продуктивністю транспортного обладнання, що дає змогу в короткі строки відвантажувати великі партії насипних вантажів. Не відповідає сучасним вимогам і зростаючим експортним зернопотокам існуюча транспортно-логістична система (дороги, залізниця, порти).

Проведене дослідження перспектив і напрямів удосконалення механізмів управління розвитком зернопродуктової сфери системи АПК дало змогу визначити, що стратегія вдосконалення управління зернопродуктовим підкомплексом у сучасних умовах має орієнтуватися не стільки на нарощування кількісних показників і обсягів експорту, скільки на забезпечення внутрішнього попиту на зернопродукцію, створення умов для

промислової переробки зерносировини, що приведе до створення й використання додаткової вартості всередині країни, створення нових робочих місць, розвиток галузей переробки (харчова, біоетанол, тваринництво, насіння), необхідна зміна структури використання зерна, вихід на структури розвинених країн, які використовують до 50 % обсягу споживання зерна на промислову переробку.

#### **Список використаних джерел**

1. Бурнукін В.О. Формування системи управління зернопродуктовим підкомплексом [Електронний ресурс] / В.О. Бурнукін. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua/>
2. Герцик В.А. Ієрархічна структура організаційно-економічного механізму управління розподілом підприємства / В.А. Герцик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua/>
3. Державна служба статистики України – офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**УДК 005.9:331.224**

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Перебейнос А.С., студентка ОС «Магістр»  
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент

В наш час є вкрай важливим вивчення питання вдосконалення стимулювання праці, оскільки це призводить до підвищення продуктивності праці, отримання значно кращого кінцевого результату діяльності організації.

Здійснюючи функції планування та організування, менеджери організацій визначають, що конкретно, ким і в який спосіб повинно бути зроблено для того, щоб забезпечити успішне функціонування підприємства. Але не менш важливим завданням менеджменту є створення механізму приведення в дію всіх ланок організаційної структури фірми, який би забезпечував координацію діяльності працівників і заохочував їх до ефективного виконання заданих функцій згідно визначених цілей і задач. Таким механізмом є продумана і обґрунтована система стимулювання, яка дозволяє цілеспрямовано впливати на поведінку людей відповідно до потреб організації.

З розвитком соціальних відносин у суспільстві змінюються і потреби працівників. У сучасній економіці крім матеріального чинника велике значення мають моральні стимули і соціальні пільги.

У матеріальну винагороду збільшується частка виплат за результатами господарської діяльності підприємства, більше значення надається розвитку у найманих корпоративного мислення, розвивається система соціальних пільг.

Таким чином, стимулювання найманих працівників є однією зі складових управління персоналом.

У сучасній економіці стимулювання працівників не обмежується лише заходами матеріальної винагороди, а спрямоване на вдосконалення особистості працівника, формування в ньому зацікавленості в успіху організації в цілому.

Сутність стимулювання найманих працівників полягає в наступному:

- 1) це стимулювання високих трудових показників найманого працівника;
- 2) це формування певної лінії трудового поведінки працівника, спрямованої на процвітання організації;
- 3) це спонукання працівника до найбільш повного використання свого фізичного і розумового потенціалу в процесі здійснення покладених на нього обов'язків.

Зважаючи на те, що від ефективної стимулювання залежить виробнича програма підприємства і результати його господарської діяльності, можна констатувати надзвичайну актуальність ґрунтовного дослідження цих процесів.

Таким чином, стимулювання праці найманих працівників не є приватною справою конкретного підприємства та організації, а грає важливу роль в економічному розвитку країни, у процвітанні національної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Завадський Й., Попов В. Сценарний підхід до вдосконалення управлінських процесів // Економіка України. – 2002. – №12. – С. 56-61
2. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу / Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.
3. Михайлова Л.І. Управління персоналом / Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 248 с.

## ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Петренко Т.А. , студентка ОС «Магістр»

Діброва Л.В. к.е.н., доцент

Нормальний розвиток суспільства можливий тільки на основі тісної і гармонійної взаємодії основних сфер життєдіяльності – політичної, економічної, соціальної та духовної. Економіці належить виняткова роль у забезпеченні життя суспільства як сфери виробництва і відтворення матеріальних благ. Це змушувало державну владу у тій чи іншій мірі втручатися в економічні процеси, здійснювати їх корегування, тобто розробляти і проводити економічну політику.

Державна аграрна політика є пріоритетним напрямком внутрішньої політики країни, адже наслідком її реалізації має бути належне продовольче забезпечення населення [1].

В умовах невизначеності державної аграрної політики та відсутності чіткої стратегії її розвитку особливого значення набуває удосконалення та пошук адекватних механізмів цього розвитку. Враховуючи, що сільське господарство є специфічною галуззю господарського комплексу, запровадження його раціональної підтримки є одним із основних завдань держави [4].

Дана тема є досить актуальною на сучасному етапі. Оскільки забезпечення якісного розвитку аграрної політики України має стимулювати створення високо конкурентного аграрного виробництва і забезпечення продовольчої безпеки країни, а також забезпечення високої конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції.

Аграрна політика будь-якої держави перебуває під тиском зазначених ідеологічних підходів і має спрямованість того підходу, прихильники якого на певний момент часу більшою мірою впливають на державні структури, відповідальні за розробку і здійснення аграрної політики. Однак будь-яка аграрна політика має будуватися на реальних проблемах, зв'язках і закономірностях, що об'єктивно існують в сільському господарстві[2].

Стратегічні цілі розвитку аграрного сектору:

- гарантування продовольчої безпеки держави;
- забезпечення прогнозованості розвитку та довгострокової стійкості аграрного сектору на основі його багатокладності;
- сприяння розвитку сільських поселень та формування середнього класу на селі через забезпечення зайнятості сільського населення та підвищення їх доходів;
- підвищення інвестиційної привабливості галузей аграрного сектору та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств;
- підвищення конкурентоспроможності продукції, ефективності галузей, стабільність ринків;
- розширення участі України у забезпеченні світового ринку продукцією сільського господарства та продовольства;
- раціональне використання сільськогосподарських земель та зменшення техногенного навантаження аграрного сектору на довкілля [3].

Державна політика має не змінювати підприємницьку ініціативу, а навпаки, створювати умови для приватної інвестиційної активності й економічного піднесення, що досягається передусім завдяки широкому освоєнню перспективних технологій за принципами ринкової конкуренції.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України про державну підтримку сільського господарства України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>.
2. Діброва А. Д. Регулювання аграрного сектору економіки України в умовах євроінтеграції / А. Д. Діброва, В. Є. Андрієвський. – Київ: Інтердрук, 2014. – 572 с.
3. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 р.
4. Хорунжий М.Й. Аграрна політика : [підручник] / М.Й.Хорунжий. — К. : КНЕУ, 2010. — с. 6.



## ВНУТРІШНЬОГАЛУЗЕВА ТОРГІВЛЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС

Расенчук А. А., студентка ОС «Магістр»

Файчук О. М., к.е.н., доцент

Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків в аграрному секторі економіки є одним із пріоритетних напрямів підвищення ефективності функціонування національного господарства України. Участь у торговельно-економічних об'єднаннях дає змогу країнам краще використати порівняльні переваги у зовнішній торгівлі, посісти стале місце у міжнародному поділі праці (МПП), підвищити добробут населення, сприяти прогресу в економічній та соціальній сферах. У цьому зв'язку набувають актуальності питання стимулювання експорту сільськогосподарської продукції, оцінки її конкурентоспроможності на світовому ринку, розвитку зовнішньоторговельних операцій[4].

Індустріально розвинуті країни більше не орієнтуються на випуск певних видів продукції, тому торгівля відбувається в межах однієї галузі. Відповідно до теорії внутрішньогалузевої торгівлі, інтеграційні процеси вже не обумовлюються виключно перевагами володіння факторами виробництва і експортною спеціалізацією окремих регіонів.

Розширення асортиментної групи товарів, викликане їхньою диференціацією, дозволяє забезпечити потреби широкого кола споживачів. У рамках внутрішньогалузевої торгівлі експерти виділяють як вертикально, так і горизонтально диференційовану продукцію [1].

Горизонтально диференційованими є товари однієї цінової категорії, які мають деякі відмінності у фізичних властивостях. Диференціація такого типу базується на перехресному попиті споживачів з однаковим рівнем доходу та забезпеченні факторами виробництва.

До вертикально диференційованих належать товари, які суттєво відрізняються за ціною і фізичними властивостями [2].

Показники внутрішньогалузевої торгівлі розраховуються за методикою Грубеля-Ллойда. Рівень внутрішньогалузевої торгівлі визначається як різниця загального обігу даної галузі та обсягу міжгалузевої торгівлі цієї галузі:

$$H_i = (E_i + I_i) - |E_i - I_i| \quad (1.1)$$

де  $H_i$  — рівень внутрішньогалузевої торгівлі;  
 $E_i, I_i$  — відповідно, експорт та імпорт галузі «i»;  
 $(E_i + I_i)$  — вартість зовнішньоторговельного обігу галузі «i»;  
 $|E_i - I_i|$  — абсолютна вартість різниці між експортом та імпортом виробів даної галузі, що дорівнює обсягу міжгалузевої торгівлі галузі «i».

Інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами визначається за формулами:

$$U_i = \frac{(E_i + I_i) - |E_i - I_i|}{(E_i + I_i)} \cdot 100\% \quad (1.2),$$

або

$$U_i = \frac{H_i}{(E_i + I_i)} \cdot 100\% \quad (1.3),$$

де  $U_i$  — інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами;  
 $H_i$  — рівень внутрішньогалузевої торгівлі;  
 $E_i, I_i$  — відповідно експорт та імпорт галузі [4].

Таблиця 2.4

Розрахунок інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі (U),%

Види продукції	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Олія соєва	2,01	0,21	0,07	0,05	0,03
Олія соняшникова	0,09	0,07	0,04	0,03	0,01
Жито	7,2	2,29	0,58	1,31	4,42
Соєві боби	0,13	0,28	0,05	0,04	0,04
Насіння соняшника	24,48	49,94	61,75	43,19	10,62

Джерело: Розраховано автором за даними Food of Agriculture Organization of the United Nations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP>

Значення показника суттєво і різко змінювалися, зокрема по зернових, що свідчить про нестабільність внутрішньогалузевого обміну. Зменшується інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі по соєвій та соняшниковій олії, соєвих бобах. Низькі значення показників внутрішньогалузевої торгівлі свідчать про те, що країна спеціалізується на експорті тих видів сільськогосподарської продукції у торгівлі якими володіє порівняльними перевагами. Дослідження показали, що найбільш розвинений внутрішньогалузевий обмін України насінням соняшнику.

#### **Список використаних джерел:**

1. Агропромисловий комплекс в системі зовнішньоекономічної діяльності України / За ред. П.Т.Саблука. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 242 с
2. Кривенко Н.В. Розвиток міжнародної торгівлі сільськогосподарською продукцією у світі // АгроІнКом. – 2006. - №7-8. – С.10-13.
3. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей: Учебник, - М.: Прогресс, 1992. - 440 с.
4. Мельник Т. М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції: [Монографія]. – К.: Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2007. – 396 с.
5. Food of Agriculture Organization of the United Nations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP>

**УДК 005:338.3:631.147**

### **УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ОРГАНІЧНОЇ ПРДУКЦІЇ**

Ременюк Я. А., студентка ОС «Магістр»

Артиш В. І., к.е.н., доцент

Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва при одночасному зниженні антропогенного навантаження на навколишнє середовище і природні ресурси можливо досягти на основі розвитку органічного виробництва як альтернативної моделі господарювання [1].

Теоретичну основу дослідження процесу становлення органічного виробництва, забезпечення реалізації ідей сталого розвитку сільського господарства висвітлили у своїх працях провідні українські науковці: В.І.

Артиш, Н.А. Берлач, Н.В. Бородачева, О.М. Варченко, В.І. Вовк, Л.В. Дейнеко, А.Р. Дуб, Т.О. Зайчук, І.О. Іртищева, М.І. Кобець, О.А. Корчинська та ін.. У їхніх працях висвітлені питання ефективності екологічного землеробства, правового визначення органічного сільського господарства, організаційно-економічні передумови формування ринку органічної продукції, впливу екологічних факторів на виробництво якісної продукції, розвиток консультаційної та освітньої системи в процесі становлення органічного сільського господарства [3].

Органічне виробництво є пріоритетним напрямом розвитку сільського господарства, дозволяє реалізувати концепцію збалансованого розвитку агросфери за рахунок соціально-економічної і природно-ресурсної збалансованості і має на меті забезпечення суспільства безпечними та якісними продуктами харчування, а також збереження та покращення стану навколишнього природного середовища. Екологізація сільського господарства передбачає комбінування і кооперування в галузях комплексу інноваційних технологій, спрямованих на економічне зростання галузі, захист довкілля як взаємозалежних і взаємодоповнюючих елементів стратегічного розвитку АПК, що гарантуватиме населенню високу якість продовольства [4].

Сучасне сільське господарство поділяється на два напрямки – інтенсивне та органічне виробництво. Кожен із цих напрямків розвивається

Для функціонування світових ринків органічної продукції та розвитку органічного сільського господарства надзвичайно велику роль відіграє гарантійна система, що включає в себе певні стандарти, а також установи з інспекції та сертифікації. Ця система забезпечує відповідність органічним стандартам усього процесу аграрного виробництва та переробки сільськогосподарської сировини до рівня кінцевої продукції, включно з її упаковкою та маркуванням. Таким чином, сертифікація органічної продукції спрямована на методи й засоби як сільськогосподарського виробництва, так і переробки сировини, виготовлення харчових продуктів та їх доставки до споживача [2].

### **Список використаних джерел:**

1. Артиш В. І. Удосконалення системи державного регулювання виробництва органічної продукції в Україні / В. І. Артиш // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Збірник наукових праць - 2010 — Вип. 145.
2. Борисова В. А. Економічні проблеми виробництва та споживання екологічно чистої продукції / В. А. Борисова // Економіка АПК. - 2014. - №10. – С.8 – 11.
3. Дудар Т. О. Теоретичні основи формування органічного агровиробництва у контексті екологізації довкілля / О. Дьяченко// Міжнародна економічна політика. – 2006. –№ 1. – С. 114 – 134.
4. Мамалига С. В. Розвиток ринку органічної продукції в Україні / С. В. Мамалига, О. П. Глубока // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2012. – №2 (28). – Т. 1. – С. 270–279.

**УДК 005.52:334**

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Рябчук В.В, студент ОС "Магістр"

Файчук О.М., к.е.н, доцент

Для ефективного розвитку підприємництва в Україні слід мати адекватну ринковим відносинам систему управління підприємством, яка дозволить максимально використовувати всі наявні ресурси, своєчасно реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі, розробляти і запроваджувати відповідні стратегії функціонування, саме тому на даному етапі важлива роль повинна відводитись стратегічному управлінню. Під стратегічним управлінням розуміється "процес, за допомогою якого здійснюється довгострокове керування підприємством, визначаються специфічні цілі його діяльності, розробляються стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі найсуттєвіші зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечуючи виконання розроблених відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись" [1]. Метою стратегічного управління є визначення місії, цілей та стратегій, розробка

і забезпечення виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних орієнтирів з удосконалення підприємства та його окремих підсистем [2].

Стратегія підприємства є основою стратегічного планування, за допомогою якого на підприємстві зважується комплекс проблем, пов'язаних з цілеспрямованою переорієнтацією випуску продукції нової номенклатури й асортименту, впровадженням і використанням нових технологій, розвитку маркетингу, удосконалюванням структури керування підприємством, своєчасною і якісною підготовкою і перепідготовкою кадрів.

Стратегічне управління - це процес розробки стратегій і управління організацією для успішної її реалізації. Організації і керівники, які мислять стратегічно, дивляться вперед і визначають напрямок, в якому вони хочуть рухатися. Не дивлячись на свою впевненість, що бізнес, як і керівники, повинен працювати добре і прямо зараз, щоб добре розвиватися в майбутньому, їх цікавить більш широкий спектр проблем, з якими вони зустрічаються, і загальний напрямок, в якому вони повинні рухатися, щоб вирішувати ці проблеми [3].

Стратегічне управління здійснюється в контексті місії організації, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах змінного економічного середовища. Стратегічне управління стосується й цілей, і засобів. В площині цілей воно вимальовує загальні контури майбутнього організації; в якості засобів - показує, як ця ціль повинна досягатися. Отже, стратегічне управління - це прогнозне управління, пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, куди прямує організація. Стратегічне управління повинне суміщатися з практикою поточного управління. Завжди необхідно пам'ятати, що стратегія це засіб для створення додаткової вартості.

Стратегічний розвиток підприємства найбільшою мірою відповідає наповненню стратегії розвитку, оскільки дозволяє отримати уявлення про те, як підприємство може забезпечити досягнення накреслених стратегічних цілей. Стратегічне управління розвитком підприємства є синтезом понять стратегічне

управління та стратегічний розвиток підприємства, управління розвитком підприємства [4]. Стратегічне управління розвитком підприємства – це динамічний процес, що базується на використанні потенціалу підприємства, орієнтується на отримання довгострокових конкурентних переваг на ринку при своєчасному коригуванні цілей функціонування шляхом інноваційної спрямованості, зростання обсягів господарювання, реструктуризації підприємств або антикризового управління їхнім розвитком тощо. Таким чином, процес стратегічного управління розвитком підприємства ґрунтується на прийнятті комплексу управлінських рішень стосовно деталізації заходів в складі загального напрямку розвитку та координації цих процесів. Вибір і формування стратегії дозволяють підприємству визначити напрямки та способи руху до цілей.

### **Список використаних джерел**

1. Забродська Л. Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії : [навч. посібник для студ. екон. спец.] / Забродська Л. Д. – Харків : Консул, 2004. – 208 с.
2. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2002. – 198 с.
3. Стратегічне планування в менеджменті. Мета та загальна характеристика. Режим доступу - <https://studfiles.net/preview/5391049/page:32/>
4. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : [монографія] / Раєвнева О. В. –Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.

**УДК 005:338.3:637**

## **ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА НЬОМУ**

Сазонов А.А., студент ОС «Магістр»

Кузьменко С.В., к.е.н., доцент

Найголовнішим напрямком дослідження ринку є вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку – стану економіки в цілому, окремої галузі або конкретного товарного ринку, що формується певними факторами і

виражається в кон'юнктурних показниках. У сучасному розумінні кон'юнктура характеризується сукупністю обставин, виявлених завдяки ринку, від яких залежать процеси піднесення або спаду напруги економічного розвитку і які відображають їх.

Кон'юнктура – це по суті ринкова ситуація, яка відображає збіг обставин, від яких залежить і завдяки яким виявляється успіх господарської діяльності. Вона уособлює її динамічний напрям, розглядає господарські процеси у постійній зміні та розвитку.

Кон'юнктура ринку – це існуюча на ринку економічна ситуація, яку характеризують співвідношення між попитом та пропозицією, рівень та динаміка цін, товарних запасів та інші показники [3,с.202].

Кон'юнктурні дослідження – це цілеспрямований безперервний збір, аналіз та оброблення інформації про стан економіки, товарного ринку, аналіз і виявлення особливостей та тенденцій їх розвитку, прогнозування основних параметрів і розроблення можливих альтернатив для прийняття рішень. Кон'юнктурні дослідження є невід'ємним елементом господарської діяльності. Без них неможливо досягти успіху, вивчення кон'юнктури ринку надає можливість забезпечити успішну підприємницьку діяльність.

Можна виділити три етапи кон'юнктурних досліджень:

- поточне спостереження - збір, оброблення необхідної інформації;
- аналіз кон'юнктури;
- прогнозування кон'юнктури для прийняття відповідних управлінських рішень.

Оскільки конкретний товарний ринок розвивається не ізольовано, вивченню кон'юнктури товарного ринку передують аналіз загальноекономічної ситуації – стадії циклу, на якому перебуває економіка - криза, депресія, пожвавлення, піднесення. Далі вивчаються кон'юнктуруотворюючі фактори.

Чинники і фактори, які здійснюють вплив на кон'юнктуру, називають кон'юнктуруотворюючими. Різноманітність різних поєднань факторів є об'єктивною причиною багатоманітності і оригінальності ринків. Стан кон'юнктури ринків оцінюють за показниками економічної кон'юнктури, які



відображають ситуацію, що склалася на ринку в результаті дії кон'юнктурутворюючих факторів. Однак, кількість таких факторів, складність їхнього нелінійного взаємозв'язку і впливу, багатоманітність показників кон'юнктури і не лінійність їх зміни під впливом кон'юнктурутворюючих факторів створюють труднощі у встановленні функціональної залежності між ними.

Складність кон'юнктурних досліджень полягає в тому, що показники однієї кон'юнктури є одночасно факторами, що формують іншу кон'юнктуру, яка в свою чергу своїми показниками впливає на першу. Більше того, одні і ті ж показники економічної кон'юнктури є і власне показниками кон'юнктури і кон'юнктурутворюючими факторами. Таким чином, економічна кон'юнктура є складною системою, що характеризує ситуацію на ринку, стан якої в кожен момент часу визначається дією сукупності кон'юнктурутворюючих факторів і відображається станом показників економічної кон'юнктури. Характер дії на кон'юнктуру кожного з факторів суттєво відрізняється за силою і масштабом впливу, часі і напрямку дії і за самою його природою. Вся сукупність кон'юнктурутворюючих факторів складається із постійно діючих і тимчасових, випадкових і стихійних факторів; факторів, що стимулюють і стримують розвиток економіки та її окремих галузей; факторів, що складають основу формування кон'юнктури циклу і факторів, що за своєю природою є нециклічними [1, с.18].

Класифікація кон'юнктурутворюючих факторів на постійнодіючі і тимчасові є корисною з методологічної точки зору. При дослідженні загальногосподарської кон'юнктури основна увага концентрується на постійно діючих факторах, а тимчасові фактори мають другорядне значення.

Фактори, які діють постійно – це науково-технічний прогрес, рівень монополізації, державне і міждержавне регулювання, стан інформаційних систем, валютна та кредитно-грошова система, енергетичні та екологічні проблеми. До факторів, які діють тимчасово, випадково, відносять сезонність, політичні та соціальні конфлікти, стихійні лиха.

Фактори довгострокового впливу лежать в основі дослідження і ринкової кон'юнктури, однак ці факти визначають кон'юнктуру ринку в цілому. Кон'юнктура ринку окремих товарів в своєму розвитку відрізняється від загальногосподарської кон'юнктури. При аналізі ринкової кон'юнктури основну увагу звертають на дію факторів короткострокового значення (тимчасових, стихійних, випадкових), особливо коли мова йде про сільськогосподарські товари і деякі види мінеральної сировини. Меншою мірою це стосується ринків машин та обладнання, де основу формування кон'юнктури складають, як правило, постійно діючі фактори [24, с.302].

Формування кон'юнктури відбувається перш за все за допомогою попиту та пропозиції. Саме попит і пропозиція уособлюють в собі дію всіх інших кон'юнктуроформуючих факторів і за допомогою ринкового механізму формують кон'юнктуру.

До попитоформуючих факторів відносять:

- 1) національний дохід (фонд нагромадження, фонд споживання);
- 2) суспільне виробництво (обсяг, темпи, пропорції);
- 3) населення (розподіл грошових доходів за групами населення, статевовіковий склад, чисельність, розмір і склад сімей, житлові умови);
- 4) національні особливості й природно-кліматичні умови.

Основні фактори, які впливають на пропозицію:

- 1) ціна товару або послуги;
- 2) ціни на інші товари або послуги;
- 3) ціни на сировину і ресурси;
- 4) очікувані зміни цін;
- 5) кількість конкурентів (продавців) на ринку;
- 6) податки і дотації;
- 7) особливості технології виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Салькова І.Ю. Оцінка рівня конкуренції ринку олії в Україні / І.Ю. Салькова // Економіка і регіон. – 2016. – №4(23). – С.87-90.
2. Подсолнечное масло [Електронний ресурс]: Товари / Растительные масла // Украина. – Режим доступу:

<http://www.agrochart.com/ru/statistic/products/product/190/section/56>. – Назва з домашньої сторінки Інтернету.

3. Толмачев М.Н. Методология расчета показателей концентрации сельскохозяйственного производства / М.Н. Толмачев // Вест. НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2010. – Т.10. – Вып. 2. – С. 103-111. Украина. Рейтинг производителей сырого подсолнечного масла в 2012/13МГ [Електронний ресурс]: Растительные масла. – Режим доступу: <http://www.agrochart.com/ru/news/news/210213/ukraina-rejting-proizvoditelej-syirogo-podsolnechn/>.

**УДК 005:338.3:637**

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНА КУКУРУДЗИ ТА РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

Сапатова А. Ю., студентка ОС «Магістр»

Діброва Л. В., к.е.н., доцент

Міжнародна торгівля за своїми масштабами й функціями в загальному комплексі міжнародних економічних відносин зберігає винятково важливе значення. Розвиток економічної системи кожної країни полягає у створенні життєвих благ та наданні послуг забезпечення їх життєдіяльності. Основним фактором ефективного функціонування виступає ринкова система, яка є ланкою економічної системи. Її особливістю є те, що на даному етапі розвитку для вирішення економічних проблем вона залишається найбільш ефективною і гнучкою. Досвід довів, що сучасна ринкова система, краще ніж інші пристосована для використання досягнень науково-технічного прогресу, інтенсифікації виробництва і, кінець кінцем, для більш повного задоволення потреб суспільства.

В умовах здійснення процесів глобалізації та інтеграції державне регулювання галузі зерновиробництва суттєво впливає на стан та динаміку основних категорій конкуренції та конкурентоспроможності, їх чинників – попиту, пропозиції, кон'юнктури. Тому для ефективного та конкурентоспроможного ведення зернового виробництва важливим є: застосування різноманітних методів і важелів управління

процесами реорганізації; здійснення реструктуризації і сегментації виробництва; інвестування фінансових, матеріально-технічних ресурсів у галузь; кооперування й інтегрування фінансових та матеріально-технічних зусиль як по горизонталі, так і по вертикалі. Відзначимо, що ефективність та конкурентоспроможність зерновиробництва формується в сучасних умовах конкурентного середовища господарювання. Вони є важливим проявом ринкових відносин у розвитку галузі зерновиробництва через здійснення наступних функцій: стимулюванні ефективності виробництва, продуктивності праці, регулювання галузі, оцінки форм господарювання, інноваційного забезпечення, адаптації, розподілу та контролю.

Входження господарства України в систему світових господарських відносин зумовлюють необхідність визначення засад на яких має розвиватися експортний потенціал України.

Експортний потенціал держави визначається обсягами товарів і послуг, що можуть бути вироблені в економічній та соціальній сферах і реалізовані на світовому ринку з максимальною вигодою для країни.

Україна завжди мала і має сьогодні значний експортний потенціал. Провідне місце в експортному потенціалі займає продукція сільського господарства.

Політика в галузі експорту спрямована на регулювання експортних потоків. До експортних бар'єрів відносять експортне мито – податок, який накладається на кожен одиницю товару, яка вивозиться за кордон. Цим держава стримує вивіз з країни тих товарів, на які незадоволений попит серед власних споживачів, або вивіз їх з певних причин є небажаним. Сюди відносять експортні квоти, які встановлюються для забезпечення вітчизняних споживачів достатніми запасами товарів за низькими цінами, для запобігання виснаженню природних ресурсів, а також для підвищення цін на експорт шляхом обмеження поставок на закордонні ринки. Є і інші чинники, які певною мірою стримують розвиток українського експорту, зокрема:

- значно ускладнений вихід на світові ринки українських підприємств внаслідок протекціоністських заходів з боку низки країн світу щодо захисту власних ринків;
- недостатній розвиток системи сертифікації та контролю якості експортної продукції в умовах зростання на світових ринках вимог до споживчих та екологічних характеристик продукції;
- відсутність досвіду та спеціальних знань щодо виходу на світові ринки у більшості вітчизняних підприємств, низький рівень маркетингової діяльності, не зкоординованість дій;
- критично недостатнє інвестування в перспективні експортноорієнтовані проекти за рахунок внутрішніх і зовнішніх ресурсів;
- обмежені можливості використання іноземних інвестицій та кредитів для розвитку українського експорту внаслідок низького міжнародного рейтингу надійності України.

Крім вищезазначеного, на розвиток експортного потенціалу України впливають такі чинники:

- низька ефективність виробництва;
- висока енерго- та матеріаломісткість продукції;
- високий рівень спрацьованості основних виробничих фондів;
- відстала технологічна база.

Інтенсивний розвиток зовнішньоекономічних зв'язків на сучасному етапі розвитку країни зумовлює необхідність дослідження експортного потенціалу регіонів. Сутність експортного соціально-економічного потенціалу регіонів, визначається, як здатність усього суспільного виробництва, розташованого в межах даної території виробляти і реалізовувати на конкретних закордонних ринках у перспективі конкурентоспроможні товари та послуги при досягнутому рівні розвитку економіки і системі організаційно-економічної підтримки експорту.

Пріоритетними у зовнішньоекономічній політиці країни слід вважати орієнтир на розвиток експорту. Провідна роль експорту з реалізації

зовнішньоекономічної політики держави у міжнародному поділі праці і системі господарських зв'язків визначаються через постачання конкурентоспроможної продукції та послуг; можливістю одержання країною іноземної валюти, необхідної для модернізації і структурної перебудови економіки на базі новітніх технологій і видів техніки, оплати імпорту тих товарів, для виробництва яких держава не має достатніх ресурсів і сприятливих умов; досягненням позитивної величини платіжного балансу країни. Тобто, теорія та методологія зовнішньоекономічної діяльності – основа розвитку експортного потенціалу – розглядається з позиції формування конкурентних переваг галузей національної економіки

Категорія “експортний потенціал” має двоєдину природу, бо ґрунтується як на національному (галузевому) підході щодо визначення можливостей виробництва, так і на оцінці конкурентних умов світового ринку щодо реалізації. Наявність земельних ресурсів, придатних для сільськогосподарського використання, сприятливі природні умови, традиційна продуктова спеціалізація сільського господарства створюють необхідну сировинну базу для розвитку потужної харчової промисловості з широким асортиментом продуктів експорту. Проте регулювання експортного потенціалу вимагає ґрунтовного обстеження і врахування факторів зовнішнього середовища

У відповідності до ієрархії територіального поділу праці існує економічний потенціал країни, окремих економічних регіонів і територіально-виробничих комплексів. Використовуючи такий підхід, при необхідності, можна продовжити цю класифікацію і виділити економічний потенціал міжгалузевих комплексів, а саме: агропромислового, паливно-енергетичного, транспортного, а також галузей промисловості, сільського господарства тощо. При цьому, зазначимо, що економічний потенціал окремих територій та галузей насамперед визначається рівнем розвитку міжгалузевих і міжтериторіальних зв'язків. В свою чергу ці потенціали є складовими економічного потенціалу країни і певним чином впливають на її конкурентоспроможність. Процес розширеного відтворення або постійного оновлення відбувається згідно об'єктивних законів господарювання

і вимагає певного періоду адаптації до ринкових умов, чим, зокрема, визначається наявність перехідного періоду у процесі формування економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник] / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Жигадло В. О. Виробництво зернових та олійних культур в Україні: проблеми та перспективи в умовах світової продовольчої кризи / В. О. Жигадло // Ринок зернових культур в Україні. – 2008. – С. 19–29.
3. Волошин Р. Методологія дослідження конкурентоспроможності зерна / Р. Волошин // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 1. – С. 174-180.
4. Гудзинський О. Д. Регіональні засади забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир // Інноваційна економіка. – 2012. - №10. – 133 с.

**УДК 005:338.3:637**

### **АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПШЕНИЦІ**

Сич О.Р., студент ОС «Магістр»

Міщенко І.А., к.е.н., доцент

Ринок – це сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу.

Щодо ринку зерна, то він відноситься до ринку сільськогосподарських та лісових товарів зі своїми умовами та особливостями.

Тому напрямом стратегії розвитку ринку зерна є удосконалення його інфраструктури. Воно має здійснюватися за такими головними напрямками:

- 1) перший – формування оптових ринків зерна;
- 2) другий – розвиток інфраструктури в сільській місцевості з метою забезпечення умов реалізації зерна безпосередніми його виробниками;

3) третій – створення розвиненої системи кооперативів, асоціацій самими зерновиробниками для спільного зберігання і реалізації зернових більш-менш великими партіями;

4) четверте – основна увага має приділятися розвитку біржової торгівлі зерном.

Регулювання зернового ринку в Україні здійснюється на підставі наступних Законів України:

- “Про зерно та ринок зерна в Україні”
- “Про фіксований сільський господарський податок”
- “Про державну підтримку сільського господарства України”
- “Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції”.

Щодо врожайності пшениці найвища врожайність переважно в Європейських країнах: 70 – 90ц/га. На рисунку зображені країни з найбільшою врожайністю пшениці (окрім показників «Україна» та «По світу», що наведені в графіку для порівняння). Ми бачимо пряму залежність між економічним розвитком країни та врожайністю. Висока врожайність пояснюється новітніми технологіями та якісним насіннєвим матеріалом.

Ціноутворення. Головний фактор, який впливає на світову ціну пшениці – це кількість самого товару, тобто обсяг перехідних запасів у найбільших країнах експортерів. У середньому він складає 20% від обсягу річних потреб у зерні. Однак у деяких країнах, наприклад США, вона доходить до 40% від внутрішніх потреб країни. Збільшення залишків призводить до зниження, а їх зменшення, відповідно, до зростання цін. Цінова динаміка формується в основному під впливом зміни залишків на кінець сільськогосподарського маркетингового року, а, як зазначалося раніше, маркетинговий рік для пшениці починається 1 червня та закінчується 31 травня.

Серед усіх видів найбільше поширення і значення мають м'яка та тверда пшениці. Їхні посіви перевищують 98% загальної площі пшениці. При цьому на частку м'якої в Україні припадає 90% площі. У сучасному світі перспективи розвитку країни визначають такі основні ресурси, як питна вода, зерно та нафта.



Україна має унікальні умови для розвитку зерновиробництва, оскільки саме зерновий сектор є основою для більшості галузей агропромислового комплексу та істотно впливає на добробут сільського населення і розвиток сільських територій. Зернова галузь є однією з найважливіших у складі АПК України, продукти переробки цієї галузі мають стратегічне значення для країни. Ціни на зерно визначають ціни на хліб, макаронні, кондитерські вироби, молочні продукти, м'ясо, яйця. Виробництво зерна має вирішальне значення для розвитку всіх галузей сільського господарства, є сировиною для переробної промисловості, важливим експортним товаром, який може забезпечити значні надходження валютних коштів. Аналізуючи сучасний ринок зерна, необхідно звернути увагу на нерівномірність розвитку й незбалансованість попиту та пропозиції, тому важливого значення набуває вивчення кон'юнктури ринку зернових культур.

Перспектив для розвитку виробництва кукурудзи наразі достатньо. Ми бачимо позитивні зміни, тому щорічне виробництво та експорт пшениці зростає стабільно щороку. Держава повинна всіляко стимулювати цю, надзвичайно важливу для України, сферу господарювання. Майже рік назад Мінекономрозвитку розпочало роботу над створенням національної експортної стратегії. Для її розробки та плану дій на найближчі 5 років відомство отримає міжнародну експертну підтримку. Про це повідомляє прес-служба міністерства.

Міністерство економічного розвитку та торгівлі Україні відзначає, що є потреба у перебудові наявного підходу до політики зовнішньої торгівлі та визначення нових пріоритетів. Ці зміни потребують нової нормативної та інституційної бази, яка включатиме стратегічне планування відносин з окремими країнами та регіонами світу.

➤ Виробництво зерна – провідна галузь сільського господарства країни. Зернові культури в Україні займають понад 14млн.га або 56 %в структурі посівних площ держави. Наявний потенціал та географічне розташування дозволяють формувати експортні партії зернових культур та вести активну зовнішньоекономічну діяльність.

➤ Україна є одним з ключових гравців на світовому ринку зерна, щорічно нарощуючи обсяги його експорту. Станом на початок 2016 року, Україна займає почесне шосте місце в світовому рейтингу країн – експортерів пшениці.

➤ Держава має спрямовувати значні зусилля на подолання проблем, які існують у сфері виробництва пшениці та зерновиробництва в цілому. Тому з метою вирішення цих проблем та реалізації перспективних державних управлінських заходів пропонується розробити цільову Програму розвитку експортного потенціалу України, реалізація якої дозволить створити сприятливі умови для динамічного розвитку, підвищити якість української продукції та сприяти виходу на нові зовнішні ринки, а також забезпечити процес інтеграції України у європейську та світову економічні спільноти.

#### **Список використаних джерел:**

1. Структурні зміни та економічний розвиток України / Геєць В.М., Шинкарук Л.В., Артёмова Т.І. та ін. ; за ред. Л.В.Шинкарук ; НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. - К., 2011. - 696 с.
2. Саблук П.Г. Зерновий ринок України: проблеми, перспективи//Економіка України. - 2002. - №5.
3. Структурні зміни та економічний розвиток України / Геєць В.М., Шинкарук Л.В., Артёмова Т.І. та ін. ; за ред. Л.В.Шинкарук ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозів. - К., 2011. - 696 с.

**УДК 332.025.12:339.137.4**

### **РЕГУЛЮВАННЯ ДЕМПІНГОВОГО ІМПОРТУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сокур М.Ю., студентка ОС «Магістр»

Діброва Л.В., к.е.н., доцент

В сучасних умовах невідомого підвищення конкуренції на світових агропродовольчих ринках одним з найважливіших завдань для держави є формування та реалізація чітких напрямів зовнішньоекономічної політики.

З-поміж основних завдань найсуттєвішими, на нашу думку, є захист національних товаровиробників від надмірної зовнішньої конкуренції та

створення виробничої сфери в агропромисловому комплексі країни, здатної конкурувати на внутрішньому та зовнішньому сегментах ринку, забезпечувати інтеграційні процеси в світову економіку, формувати та реалізовувати експортний потенціал галузі.

На сучасному етапі розвитку світового ринку конкуруючі виробники все частіше використовують різноманітні засоби просування своїх товарів на закордонні ринки. Демпінг – це один з найяскравіших прикладів прояву цінової конкуренції. Він передбачає ввіз на митну територію країни імпортного товару за ціною, нижчою від порівняльної ціни на подібний товар у країні експорту, що завдає шкоди національному виробнику; необгрунтоване зменшення ціни нижче від рівня світової. Мета демпінгу виражається в завоюванні одного чи декількох іноземних ринків, наповненні їх власною продукцією та усуненні конкурентів. Все це може призвести до того, що експортер може зайняти монопольне положення на ринку країни-імпортера.

Іноземний демпінг наносить великі втрати національним виробникам країни-імпортера. Жорстка цінова конкуренція з боку іноземних постачальників ставить виробників в надзвичайно складне становище: вони вимушені зменшувати ціни, але, в той же час, у них немає можливості компенсувати виникаючі внаслідок цього втрати. Це змушує національних виробників обирати: поступитися своєю часткою ринку іноземному постачальнику чи нести фінансові збитки. Такі негативні наслідки демпінгу спричиняють порушення конкурентного середовища на ринку країни-імпортера. У країнах, що стали об'єктами демпінгу місцева промисловість не витримує конкуренції з дешевими імпортними товарами, внаслідок чого згортається виробництво, стрімко зростає рівень безробіття серед населення.

Нинішній етап розвитку економіки вимагає від держави виконання таких важливих функцій як забезпечення сприятливих умов для активізації внутрішнього виробництва та захисту внутрішніх виробників від недобросовісної конкуренції за допомогою інструментів державного регулювання імпорту. Також актуальним залишається удосконалення

національної системи тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Реалізація поставлених завдань передбачає поглиблення вітчизняних наукових досліджень у вказаному напрямі, доведення їх результатів до відома уповноважених державних органів і забезпечення врахування останніми цих результатів у процесі прийняття рішень щодо встановлення ставок ввізного мита на конкретні товари.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дем'яненко, С. І. Засади та тенденції розвитку аграрної політики України в контексті європейської інтеграції / С. І. Дем'яненко // Економіка та управління АПК: Збірник наукових праць Білоцерківського національного аграрного університету. – 2009 . – № 1 (66). – С. 85 – 88.

2. Костюк Т.Й. Зовнішня торгівля України: стратегія в умовах глобалізації // Зовнішня торгівля: право та економіка, 2004. - № 5/6. – С. 79-84.

**УДК 005:338.3:637**

### **МІСЦЕ І РОЛЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ КУКУРУДЗИ**

Стоян Т.В., студентка ОС «Магістр»

Міщенко І.А., к.е.н, доцент

Кукурудза — одна з найпоширеніших і найважливіших сільськогосподарських культур у світі. В основному її вирощують на зерно і для виробництва кормів. У світовому рільництві, у тому числі й в Україні, кукурудзу використовують як універсальну культуру — на корм худобі (стебла і качани), для продовольчих і технічних потреб — виробництва круп і борошна, харчового крохмалю та рослинної олії, меду й цукру, ксантанової камеді, декстрину та етилового спирту, амілази, що служить людині при виробництві фото- та кіноплівок і синтетичних тканин, з сортів восковидної кукурудзи у промисловості виготовляють пластмаси, синтетичні плівки, целофан, з оболонки кукурудзяного качана виготовляють папір, кошики та капелюхи тощо. З качанів отримують фурфурол, який потрібний у виробництві синтетичних смол і інших хімічних

матеріалів. Останнім часом збільшилась її частка у виробництві біопалива та біогазу.

Кукурудза завжди була однією з найзатребуваніших культур на ринку, адже вона цілком може замінити низку інших грубих зернових, виробництво яких постраждало з якоїсь причини. Цю майже унікальну здатність пояснює насамперед те, що кукурудза менше за інші культури залежить від перепадів погоди. Та й ціновий чинник відіграє тут вагому роль, адже високі ціни на кукурудзу на світовому ринку сприяють розширенню посівних площ під нею і збільшенню її виробництва.

Упродовж останніх десяти років обсяги виробництва кукурудзи постійно зростали (за винятком сезонів 2012–2013 та 2015–2016 років), адже кукурудза вважається одним із кращих видів зерна для виробництва концентрованих кормів у тваринництві та незамінною сировиною для виробництва біоетанолу.

Нарощення врожаїв кукурудзи відбулося у більшості країн — основних виробників цього зерна. Так, у США порівняно з минулорічним урожаєм відбулося підвищення на 11%, Бразилії — 23%. У Південно-Африканській республіці після неврожайного минулого сезону у нинішньому зібрали на рівні середніх показників 2012–2014 років [1].

Майже на третину збільшилось виробництво кукурудзи в Аргентині. Якщо в минулому сезоні в цій країні було вироблено 28 млн т, то у поточному цей показник перевищив 36 млн т.

Разом з тим, зменшилося виробництво цього зерна в Китаї. За підсумками в Піднебесній зібрали 216 млн т зерна, що майже на 8,6 млн т менше рівня попереднього сезону. До того ж, у Мексиці зібрали урожай кукурудзи на 5% менше рівня минулого року, а в Канаді — відповідно на 9%.

Попри збільшення виробництва кукурудзи у багатьох країнах США залишиться світовим лідером у цій зерновій групі. Американські фермери зібрали у поточному сезоні понад третину світового врожаю кукурудзи.

В Україні триває нарощування виробництва кукурудзи. Якщо у 2010 році врожаї зерна становили 11,9 млн т, то в останні роки зросли майже вдвічі,

подолавши 20-мільйонну межу. Рекордним став 2013 рік, коли урожай кукурудзи досяг 28,5 млн т. Цьому здебільшого сприяло розширення посівної площі. На той час площа до збирання під культурою становила 3,5 млн га, що майже в половину перевищувало попередній рівень. Торік, враховуючи розширення посівів культури, виробництво зерна дещо зменшилося – було зібрано 23,2 млн т зерна. У структурі посівів частка кукурудзи становила 16,7 %. Більш масштабне виробництво кукурудзи спостерігалось у Полтавській (2,5 млн т), Черкаській, Чернігівській (по 2,0), Київській (1,9), Вінницькій (1,7 млн т) областях [4].

У 2016 році зібрали 26 млн т кукурудзи. Цьому сприяло чергове розширення площі під культурою до 4,9 млн га та підвищення урожайності.

Такі значні успіхи у виробництві кукурудзи сформували величезний експортний потенціал. На експорт йде 13,7% світового виробництва зерна. В маркетинговому 2013/2014 році, що закінчився 1 липня, головними експортерами кукурудзи, за даними групи компаній "Зерно UA", є США (72,3 млн т) та ЄС (38,5 млн т). Для вітчизняних агрохолдингів цей рік виявився більш ніж успішним: вони експортували рекордні 32,3 млн т зерна. З цим показником Україна посіла третє місце серед найбільших світових експортерів збіжжя. Україні вдалося обійти такі визнані "житниці світу", як Канада (28 млн т), Аргентина (21,9 млн т) і Бразилія (20,1 млн т).

Попри те, що Україна в сезоні 2013–2014, 2014–2015 років мала більші обсяги зовнішніх продажів кукурудзи порівняно з Аргентиною й піднялася на 3 місце світового рейтингу експортерів, через зменшення урожаїв вимушена повернутися до четвертого місця цього переліку.

На 2015 рік найбільшими імпортерами українського зерна є Єгипет – 2,5 млн тонн, Іспанія – близько 2 млн тонн, Китай– 2,3 млн тонн, Іран та Південна Корея [3].

Аналіз географічної структури експорту-імпорту кукурудзи за січень-липень 2017 р. показав, що близько 15,2% його обсягу було спрямовано в Єгипет, 14,3% в Нідерланди і 11,9% в Іспанію, тоді як решта припадало на інші країни світу.

Основними постачальниками кукурудзи на вітчизняний аграрний ринок, у тому числі здебільшого насіннєвого матеріалу, традиційно є країни ЄС, питома вага яких становить 74,4%.

Українська кукурудза у 2015/16 МР стала дефіцитним товаром ще до початку травня. Це спровокувало зниження активності в українських портах в перші тижні червня, внаслідок чого ціни на останній день маркетингового року вирости до позначки 4727 грн/т на умовах СРТ-порт, проти 4590 грн/т у кінці травня. Також цей ріст завдячує зростанню цін на американському ринку кукурудзи в зв'язку з неврожаєм в Бразилії на 8% та пов'язане зі зменшенням обсягів пропозицій внаслідок скорочення запасів зернової у виробників. Зростання цін на фуражну кукурудзу також пов'язано з недостатньою кількістю пропозицій зернової і відповідно високою конкуренцією між покупцями.

У червні 2016 року ціна на кукурудзу становила 3163,75 грн/т, не суттєво знизившись порівняно з початку червня – 3203 грн/т.

Внутрішні закупівельні ціни на фуражну кукурудзу протягом червня рухались в зростаючому тренді, піднявшись у другій декаді червня до середньої позначки по Україні у 4500 грн/т на умовах EXW. Так, середні ціни коливались в межах 4350 – 4499 грн/т [2].

Загалом зростаючий попит світового ринку стимулюватиме й надалі збільшення виробництва кукурудзи, а чинний рівень цін забезпечить економічну привабливість цього напряму діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аналіз ринку зернових [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://ukrselko.com/uploads/media/Ukrselko\\_Grain\\_Market\\_Analysis\\_120918.pdf](http://ukrselko.com/uploads/media/Ukrselko_Grain_Market_Analysis_120918.pdf)
2. Средние закупочные цены по Украине (EXW) // [www.agroperspectiva.com](http://www.agroperspectiva.com).
3. Статистична інформація // Державний комітет статистики України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
4. Юрій Кернасюк. Стаття : «Зернові культури: тенденції і прогнози». - «Агробізнес сьогодні». - №6(349) - 2017

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ АФРИКИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

Стрельбицька К.А., студентка ОС «Магістр»

Кроп П.Б. к.е.н., доцент

Україна як держава — засновник ООН та непостійний член Ради Безпеки ООН приділяє значну увагу африканському напрямку в діяльності РБ, виступаючи за збалансований підхід у її політиці щодо цього континенту. Наша держава підтримує активізацію усього спектра можливостей та інструментів РБ із метою попередження та врегулювання конфліктів і зміцнення стабільності на Африканському континенті.

Україна проводить регулярні консультації з африканськими країнами з метою з'ясування та, в разі необхідності, доведення до відома РБ ООН тих проблем, які потребують концентрації уваги цього органу в межах його компетенції.

Базові підходи до розвитку відносин України з країнами Африки закладено в головних завданнях зовнішньополітичної стратегії нашої держави, які полягають у її поступовому входженні у світові політичні, економічні, гуманітарні та інші процеси як повноправної учасниці нової глобальної системи міжнародних відносин.

Важливість Африканського континенту для України зумовлюється його великими природними багатствами та значними потенційними можливостями для взаємовигідного торговельно-економічного співробітництва. Завдяки вагомому представництву в міжнародних і регіональних організаціях ці держави здобули вагомий вплив на світовій арені, тож співпраця з ними може принести Україні відчутні політичні дивіденди.

У сфері політичних контактів з африканськими країнами Україна має орієнтуватися передусім на стабільні в політичному плані режими, які спираються на підтримку і довіру західних держав, відіграють помітну роль на



міжнародній арені, і виважено підходити до розбудови своїх відносин з тими країнами регіону, які мають нестабільне політичне становище і несприятливу міжнародну репутацію.

За більшістю основних ознак — прийнятний рівень політичної стабільності, задовільний стан економіки, широкий асортимент експортних пропозицій та великі імпорتنі запити — серед найперспективніших для України африканських країн можна назвати ПАР, Єгипет, Гану, Замбію, Зімбабве, Кенію, Кот д'Івуар, Конго, Лівію, Марокко, Мадагаскар. Нігерію. Туніс. Намібію. Танзанію, Гвінейську Республіку, Габон, Ботсвану.

Зазначеним характеристикам певною мірою відповідає і друга група країн, проте з тим суттєвим застереженням, що їхній економічний потенціал слабший і специфічніший, зовнішньоекономічні запити нижчі і ці держави не застраховані від раптових політичних змін. До таких країн можна віднести Заїр, Малі, Нігер, Уганду, ЦАР, Того, Гамбію, Бенін [1].

На сьогоднішній день Африканський континент став полем суперництва провідних країн Заходу — США, Франції. Великої Британії, Японії. Будучи економічно найменш розвинутим регіоном світу з обмеженими можливостями для високоприбуткових інвестицій у промисловості, Африка привертає увагу цих країн передусім своїми унікальними природними багатствами. Левова частка інвестицій спрямовується в розробку сировинних ресурсів континенту. Прагнучи забезпечити своє виробництво сировиною, західні країни концентрують капіталовкладення в півтора десятках країн регіону, які мають значні запаси нафти, металургійної сировини, урану, алмазів та інших цінних мінералів, сприятливі кліматичні умови для ведення плантаційного господарства. До головних африканських партнерів можна віднести Ліберію, Заїр, Нігерію, Єгипет. Габон, Кот д'Івуар. Кенію, Зімбабве, Камерун, Марокко. Сенегал. Замбію. Гану, Гвінею.

Провідне місце серед експортерів капіталу в Африку належить західноєвропейським ТНК, насамперед Англії та Франції. Вони володіють солідними активами практично в усіх сферах економіки континенту.

Держави — члени ЄС шляхом надання низки торговельно-економічних пільг домоглися від недавніх колоній істотних вигід і привілеїв для себе, і передусім для західноєвропейських ТНК, що діють на території цих країн. Зокрема, відповідно до Ломейської конвенції, жодному регулюванню не підлягають операції ТНК у сферах передачі технології, промислового співробітництва, сільськогосподарського та інфраструктурного будівництва [2]. Враховуючи умови, які склалися на ринках, наближених до території України, а також соціально-економічну ситуацію у відповідних країнах, Близький Схід і Африка є найбільш перспективними напрямками зовнішньої політики України. Важливе місце у зовнішньополітичній і зовнішньоекономічній діяльності України займає сьогодні африканське спрямування. Україна розпочинає конкурувати на «чорному континенті» за перспективні «ніші» на місцевому ринку незважаючи на те, що серед конкурентів є могутні капіталістичні держави, які займають традиційно важливі позиції в міжнародному бізнесі - всесвітньовідомі компанії і банки [3].

#### **Список використаних джерел:**

1. Хто готовий купувати: Список країн з найбільшим зростанням експорту товарів з України в першому півріччі. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/357117/hto-gotovyj-kupuvaty-spysok-krayin-z-najbilshym-zrostannyam-eksportu-tovariv-z-ukrayiny-v-pershomu-pivrichchi>
2. Ціхановська В. М. Оцінка стану та основні напрями розвитку вітчизняного агропродовольчого ринку в умовах глобалізації [Електронний ресурс] // Ефективна економіка – 2016 - № 3 – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4819>
3. Розбудова відносин України з країнами Африки. – [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://kimo.univ.kiev.ua/ZPU/43.htm>

**УДК 005:338.3:637**

### **ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Шинкаренко О.А., студентка ОС «Магістр»  
Кроп П.Б., к.е.н., доцент

Протягом усієї історії людства міграційні процеси відіграють значну роль у суспільному розвитку. З одного боку, вони є чутливими індикаторами

реагування населення на зміни в економічному, політичному та соціальному житті, залежно від їхньої величини й напряму вони впливають на демографічні процеси, які відбуваються як у регіонах, так і в цілому у державі. Міжнародна міграція стала одним з головних чинників соціально-економічних трансформацій і розвитку всіх регіонів. В зв'язку з цим виникає потреба у дослідженні особливостей трудової міграції в Україні.

Дослідженням проблеми зайнятості населення та питаннями регулювання трудових ресурсів, зокрема питаннями зайнятості та безробіття займаються такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: А. Баланда, Л. І. Безтелесна, Г. М. Юрчик, Д. П. Богиня, Г. В. Левчук, О. В. Олійник, О. М. Кліменко, А. М. Новикова, Т. М. Соколова, О. Пазюк, О. Пономарьова, Н. В. Фатєєнко, та ін.

Метою даної роботи є визначити, що таке трудова міграція, які фактори спричиняють еміграцію українців за кордон, які позитивні та негативні наслідки еміграції для населення України.

Трудова міграція – це переміщення у просторі, яке здійснюють індивіди для підвищення рівня життя на основі вигіднішого використання власної робочої сили без зміни постійного місця проживання.[5, с.140]

Враховуючи негативні наслідки світової кризи для України можна говорити, що трудова еміграція може стати ще більш загрозливим фактором, що призведе до скорочення населення в Україні та, можливо знелюднення деяких місцин. Українці відправляються на заробітки до Португалії, Чехії, Франції, Австрії, Великої Британії.

Причини еміграції в Україні:

- високий рівень безробіття в країні, у тому числі прихованого;
- різниця в умовах життя і рівні заробітної плати в Україні та країнах Заходу;
- відсутність перспектив професійного зростання для багатьох обдарованих людей;
- економічна нестабільність в країні та невизначеність шляхів виходу з неї;

- відсутність безпеки громадян тощо.

Як будь яке економічне явище, міграція робочої сили є детермінуючим чинником, тобто має різноманітні наслідки, що проявляються як в країнах-експортерах, так і в країнах-імпортерах. У країнах-експортерах втрати перевищують вигоди. Обсяг та динаміка трудової міграції істотно впливають на економіку України. Звідси випливає, що негативними наслідками трудової міграції є:

- помітне зменшення конкурентоспроможної частини робочої сили, що спричинює уповільнення темпів науково – технічного процесу;
- скорочення кількості молодих освічених людей, що зумовлює старіння нації та погіршення трудових ресурсів потенціалу;
- збільшення кількості дітей, залишених батьками на родичів або на близьких знайомих;
- зростання рівня злочинності та соціального напруження у суспільстві через міжнаціональні конфлікти.

Серед позитивних наслідків трудової міграції слід зазначити такі:

- одержання від трудових емігрантів іноземної валюти у формі грошових переказів, що у свою чергу зумовлює підвищення платоспроможного попиту та стимулювання виробництва;
- створення спільних підприємств з іноземними засновниками і на цій основі – додаткове інвестування коштів в економіку;
- зниження безробіття на національному ринку робочої сили;
- можливість для працеспроможного населення реалізувати свої здібності за кордоном, підвищити рівень кваліфікації.

Для поліпшення міграційної ситуації в Україні було б доцільно застосовувати такі заходи:

- Забезпечувати умови для поширення легального працевлаштування, насамперед в тих країнах, куди виїжджає найбільша кількість громадян України.
- Забезпечувати права та соціальний захист працівників-мігрантів.

- Усувати або мінімізувати обставин, що призводять до дискримінаційного, безправного, становища громадян України на ринках праці закордонних країн.

Таким чином процес міграції робочої сили в Україні є досить складним питанням, що потребує постійного перегляду та доопрацювання. Зараз одним з нагальних завдань для провідних вчених економічної та правової сфери є узгодження та доопрацювання нормативно- правової бази, що регулюватиме трудові відносини, забезпечуватиме права та свободи мігрантів як на території України, так і за її межами, у поєднанні з економічними аспектами, такими як: квота іммігрантів на території України, рівень заробітної плати в межах України та економічний потенціал економіки, який би забезпечував гарантії щодо гідної заробітної плати, зменшення рівня інфляції, що, у свою чергу, гарантуватиме стабільний споживчий кошик резидентів України та іммігрантів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Капітан В. Трудова міграція як аспект проблеми зайнятості в Україні / В. Капітан // Ефективність державного управління. – 2012. – Вип. 32. – С. 474-481.
3. Європейська конвенція про правовий статус трудящих-мігрантів [Електронний ресурс] : ратифікована з застереженням Законом № 755-V (755-16) від 16.03.2007 р. – Режим доступу : <http://iom.org.ua/ua/legislation-ukr/migration-related-legislation-ukr/workers-and-members-of-their-families.html>