

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Кафедра адміністративного менеджменту та  
зовнішньоекономічної діяльності**



## **МАТЕРІАЛИ**

**II Міжнародна науково-практична конференція студентів,  
аспірантів та молодих вчених**

**«НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ  
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**

**17 жовтня**

**Київ - 2019**

## УДК 338.43.01/.01 (075.8)

### Науково-редакційна колегія:

*Останчук А.Д.* – к.е.н., доц., декан факультету аграрного менеджменту, голова оргкомітету;

*Галушко В.П.* – д.е.н., проф., завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, співголова оргкомітету;

*Мостенька Т.Л.* – д.е.н., проф. кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, співголова оргкомітету;

**Артиш Віктор Іванович** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент

**Діброва Лариса Василівна** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент

**Ковтун Олена Анатоліївна** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент

**Костюк Ольга Дмитрівна** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент

**Кузьменко Сергій Володимирович** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент

### Секретаріат конференції

**Файчук Олександр Михайлович** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент, секретар

**Міщенко Іван Анатолійович** – доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез.

*Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту, Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 3 від 21.10. 2019 р.).*

«НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (17 жовтня 2019 р.). – К.: НУБіП України, 2019. – 194 с.

У збірнику представлено матеріали, що розкривають проблеми функціонування сільського господарства та харчової промисловості в умовах глобалізації

Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків, що займаються проблемами розвитку сільського господарства та харчової промисловості в умовах адаптації до глобальних викликів.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2019

© Автори, 2019

## ЗМІСТ

<i>Акулович Ю.А., Файчук О.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ	6
<i>Альохін Д. І., Мостенська Т.Л.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	8
<i>Бойко Р., Кузьменко С.В.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	12
<i>Vondarenko V.V., Mishchenko I.A.</i> COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF AGRARIAN ENTERPRISES UNDER CONDITIONS OF INTERNATIONAL INTEGRATION	14
<i>Вакуленко О.О., Файчук О.М.</i> ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	16
<i>Гопка М.Д., Діброва Л.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТІВ ГАФТА ТА ФОСФА	19
<i>Горб В.С., Троян А.В.</i> ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА	22
<i>Горовець К.С., Ковтун О.А.</i> ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	25
<i>Грицай Ю.А., Коваленко Н.О.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ	28
<i>Гудзієвський В.М., Артиш В.І.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	31
<i>Денисов Ш.М., Артиш Н.В., Артиш В.І.</i> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПО НАДАННЮ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ	34
<i>Джулай М.В., Федулова І.В.</i> СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ПОБУДОВИ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ В АГРОСЕКТОРІ	37
<i>Дмитрієв В. Галушко В.П.</i> ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА БІОГАЗУ	40
<i>Дранко І.С., Кудінова І.П.</i> ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	43
<i>Євдакова Д.В., Діброва Л.В.</i> ІНВЕСТИВАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЙОГО ОЦІНКА	46
<i>Журенко Д.В., Кузьменко С.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦУКРУ В УКРАЇНІ	49
<i>Іванчук Я.О., Діброва Л.В.</i> СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	53
<i>Ivanuyuta Y., Mishchenko I.</i> EXPORT POTENTIAL OF GRAIN INDUSTRIES OF UKRAINE	57
<i>Італьянцева Р., Кузьменко С.В.</i> УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	60

<i>Кальченко Н., Кузьменко С.В.</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	63
<i>Кірієнко К.С., Мостенська Т.Л.</i> ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	65
<i>Кизим Н.С. Балановська Т.І</i> РОЛЬ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ФУНКЦІОНУВАННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	68
<i>Клименко Є.В., Коваленко Н.О.</i> ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З ЄС	70
<i>Kobuzskyi Pavlo, Larysa Dibrova</i> HOW UKRAINE CAN FEED A HUNGRY PLANET: THE CHALLENGES AND CONTRIBUTION	73
<i>Ковтун К.В., Кузьменко С.В.</i> УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ТЕПЛИЧНИХГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ	76
<i>Kozyar Y.D. Mishchenko I.A.,</i> PROVISION OF EFFECTIVE FUNCTIONING OF THE DAIRY PRODUCTS MARKET UNDER FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES	79
<i>Kosheva A., Faichuk A.</i> THE IMPACT OF CLIMATE CHANGE ON FOOD SECURITY AND NUTRITION	81
<i>Kostiuk Yana, Kostiuk Olga</i> HARMONIZATION OF UKRAINIAN STANDARDS FOR INTERNATIONAL REQUIREMENTS	84
<i>Лагута А.В., Балановська Т.І.</i> РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	87
<i>Ly E., Koval</i> O BIOECONOMY OF UKRAINE IN GLOBAL CONDITIONS	89
<i>Лужанський А.В., Коваленко Н.О.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	92
<i>Мангасарян С.А., Сидоренко С.В.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	94
<i>Марченко Ю.П., Голомша Н.Є.</i> МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ СОЇ	96
<i>Мороз В.В., Кудінова І.П.</i> СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	99
<i>Mudassir Shahzad</i> AGRICULTURE IN PAKISTAN AND ITS IMPACT ON ECONOMY	101
<i>Пелех М.В., Драмарецька К.П.</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	106
<i>Петров В.М., Коваль О.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ	109
<i>Пиренко Т.М, Крон П.Б.</i> СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА МЕДУ В УКРАЇНІ	112
<i>Прусська О.О., Голомша Н.Є.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬСТВОМ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄВРОСОЮЗОМ	114
<i>Резанов Є.О., Швець Ю.О.</i> УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	117
<i>Rabeya Islam</i> NEW CHALLENGES FOR AGRARIAN SECTOR OF THE BANGLADESH IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS	120

<i>Рябцун Г.І., Ковтун О.А.</i> ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБРОБІТКУ ЗЕМЛІ ВЛАСНИКАМИ І ОРЕНДАРЯМИ	126
<i>Сивун К.О., Голомша Н.Є.</i> МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	130
<i>Синьоока Д.В., Швець Ю.О.</i> ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	132
<i>Ситніченко В.С., Діброва Л.В.</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПРІОРИТЕТІВ СПІЛЬНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	134
<i>Sirenko S., Mishchenko I.</i> ENVIRONMENTAL SECURITY MANAGEMENT IN UKRAINE UNDER EUROPEAN INTEGRATION	137
<i>Старцева В.О., Мостенська Т.Л.</i> ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ НЕЙПРОМАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	140
<i>Соколовська В.М., Білан Ю.В., Мостенська Т.Л.</i> РИНОК МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ	143
<i>Сюр О.В., Костюк О.Д.</i> НОВІТНІ ЗЕМЕЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	146
<i>Трутенко К.В., Голомша Н.Є.</i> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	149
<i>Турубарова Я.О., Швець Ю.О.</i> КРИПТОВАЛЮТА В УКРАЇНІ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	152
<i>Філоненко О.Є., Діброва Л.В.</i> ПРОБЛЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ В АРБІТРАЖНИХ РІШЕННЯХ	155
<i>Федів І.В., Голомша Н.Є.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПШЕНИЦІ	158
<i>Хижняк В.М., Балановська Т.І.</i> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	161
<i>Центило К.Л., Мостенська Т.Л.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	163
<i>Чарквіані Т.Т., Гозуля О.П.</i> НАПРЯМКИ ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ	166
<i>Шевчук І.А., Діброва Л.В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ	169
<i>Шелемба А.А., Черленяк І.І.</i> УПРАВЛІНСЬКЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	172
<i>Юрєнєнє В., Мостенська Т.Г.</i> РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	175
<i>Yasnivsky V.V., Mishchenko I.A.</i> MANAGEMENT OF EXPORT POTENTIAL OF OIL CULTURES IN UKRAINE UNDER INTERNATIONAL INTEGRATION	178
<i>Курсенко П.М., Мостенська Т.Л.</i> ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	180
<i>Козаченко О.М., Новак В.О.</i> РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	183
<i>Гречанюк Л.М.</i> ПРИЗНАЧЕННЯ ЗЕРНОВОГО Ф'ЮЧЕРСУ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	185
<i>Клименко К.В.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАФТОТРА НСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ЦИРКУЛЯРНІЙ ЕКОНОМІЦІ	188

## ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ

Акулович Ю.А., студентка,  
Файчук О.М., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Поняття доданої вартості є відносно новим, оскільки поширення воно набуло лише на початку ХХ століття. Великий Енциклопедичний Словник визначає додану вартість як показник, що включає суму витрат на заробітну плату, процент на капітал, ренту та прибуток [1]. Більш ширше визначення надає Сучасна енциклопедія: “Додана вартість (вартість, додана обробкою) – вартість проданого продукту за вирахуванням вартості виробів (матеріалів), куплених і використаних для його виробництва; дорівнює виручці, що включає заробітну плату, орендну плату, ренту, банківський відсоток, прибуток, амортизацію...” [2]. Додана вартість означає збільшення вартості сировинного продукту, приймаючи його як мінімум до наступного етапу виробництва. Нарощення доданої вартості є процесом зміни або перетворення товару з його початкового стану на більш цінний стан, незалежно від того, виробляло підприємство початковий продукт чи ні.

В сучасних умовах агробізнес та харчова промисловість швидко консолідується і все частіше реагують на мінливі смаки та уподобання споживачів. Зростаючий наявний дохід споживачів та фрагментація ринку, спричинені консолідацією роздрібною торгівлі, посилюють конкуренцію, але в той же час залишають багато ринкових ніш для використання. Це надає можливості для виробників створювати продукцію з вищою доданою вартістю та не лише продавати її на національному ринку, а й на міжнародному.

За статистичними даними, близько половини світової торгівлі продукцією з доданою вартістю та високою доданою вартістю припадає на напівперероблені продукти, такі як борошно, продукти переробки олійних

культур та м'ясо. Іншу половину становлять харчові продукти з високим ступенем переробки та високоцінна необроблена продукція, наприклад свіжі фрукти та овочі [4].

Глобальні ланцюги доданої вартості створюють значний елемент повторного рахунку в торгівлі, оскільки проміжні продукти у світовому експорті враховуються кілька разів, хоча повинні рахуватися лише один раз як за доданою вартістю. Близько 28% світового валового експорту становить додана вартість, що спочатку імпортується країнами у якості проміжних товарів і послуг, а потім знову експортується [3].

На сьогодні глобальне виробництво характеризується високим рівнем інтеграції, коли готовий продукт є результатом зусиль виробників із різних країн, а кожен етап технологічного процесу робить свій внесок у формування цінності кінцевого продукту. Завдяки взаємодії в рамках глобальних ланцюгів доданої вартості країни обмінюються не лише продукцією, а й технологіями, знаннями та зв'язками. А послуги та операції між експортером та імпортером (такі, як міжнародні вантажні перевезення, послуги митних брокерів, митні склади, місцеві вантажні перевезення тощо) надають виробникам низку можливостей для успішного експорту товарів з високою доданою вартістю.

Щодо українського експорту, то він представлений, в основному, проміжними товарами з відносно низькою технічною складовою. Протягом трьох кварталів 2018 року, за даними Держстату, обсяги українського експорту було збільшено на 12,4%, порівняно з аналогічним періодом минулого року. В його структурі, як і раніше, переважають сировина та продукція первинної обробки, а частка товарів з високою доданою вартістю знижується: у 2013 році вона становила 36,1%, а в 2017р. – 28,2% [6]. Структура українського експорту практично не змінювалася з початку переходу до ринкової економіки і в значній мірі зберігає залежність від кількох відносно нескладних експортних товарів, виробництво яких зазвичай не потребує високого рівня кваліфікації.

Для поступового перетворення економіки на більш інноваційну та наукомістку та для відновлення економічного росту і підвищення

конкурентоспроможності Україні необхідно диверсифікувати експорт, а також створити привабливі політико-економічні умови для здійснення торгівлі. Для активного включення до глобальних ланцюгів доданої вартості (ГЛДВ) варто перейти на виробництво середньо- та високотехнологічної продукції, оскільки на сьогодні технологічна складова українського експорту в цілому відносно мала, і лише невеликий відсоток експорту класифікується як середньо- або високотехнологічний, тоді як в інших країнах, що розвиваються, частка такої продукції складає в середньому майже половину від обсягів експорту [5].

### Список використаних джерел

1. Великий Енциклопедичний Словник: веб-сайт. URL: <http://www.edudic.ru/bes/19170> (дата звернення: 19.04.2019)
2. Сучасна енциклопедія: веб-сайт. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/16814> (дата звернення: 19.04.2019)
3. World Investment Report 2013. Global Value Chains: Investment and Trade for Development. Geneva : UNCTAD, 2013. 264 p.
4. Moulton K. The Potential for Value-added Exports. University of California-Berkeley. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/7052251.pdf?repositoryId=153> (дата звернення: 10.10.2019)
5. Експортна стратегія України. Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017-2021. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, 2017. 145 с.
6. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.10.2019)

УДК 338.43:658

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Альохін Д. І., магістр  
Мостенська Т.Л., д.е.н., проф.,  
завідувач кафедри адміністративного  
менеджменту та ЗЕД, НУБіП України, Україна, Київ

Розвиток будь-якої організації вимагає врахування значної кількості обмежень при вирішенні поставлених проблем. Вивчення теорії стратегічного розвитку в цих умовах є вимогою часу.



Стратегічний розвиток підприємства характеризується складністю обґрунтованості управлінських дій та необхідністю здійснення адаптації до змін зовнішнього середовища і, відповідно до цього, проведення змін у стані внутрішнього середовища організації.

Стратегічні управлінські рішення ускладнюються необхідністю чіткого узгодження ресурсних можливостей підприємства (матеріальних, фінансових, людських) зі стратегічними планами, врахуванням можливостей розвитку організаційного потенціалу із стратегічним розвитком.

Сутність стратегічного розвитку підприємства полягає у підготовці наявних ресурсів до можливостей, які відкриваються у майбутньому шляхом застосування розгорнутого стратегічного аналізу і розроблення стратегічних планів з метою досягнення поставлених цілей і отримання стійких переваг над конкурентами, шляхом своєчасної реакції і швидкої адаптації до непередбачуваних змін навколишнього середовища та вироблення продукції, яка буде визнана споживачем [1, с.109].

Формування стратегії розвитку та її реалізація підпорядковуються загальним правилам. Так, Муляр Т.С. [2, с. 298] визначає необхідність використання стратегічного управління в діяльності підприємства наступним чином. Формування стратегій розглядається як один із суттєвих компонентів стратегічного управління. За допомогою стратегічного управління підприємство має змогу досягти ринкових переваг і розкрити перспективні напрями своєї діяльності, можливість краще вивчити власні потенційні можливості й обмеження. Воно не лише впливає на умови діяльності підприємства, але й створює їх. Крім того, на думку автора, для розробки власної стратегії підприємство повинно володіти високою економічною мобільністю [2, с. 295].

Процес стратегічного управління в частині реалізації стратегії передбачає деталізацію заходів і управлінських дій.

Формування стратегічних цілей та обґрунтування вибору стратегії дозволяють підприємству визначити напрямки та способи руху до цих цілей.

Проте, на думку [Пащенко, с.103], навіть у разі створення комплексу необхідних умов для реалізації стратегії з часом можуть виникати певні труднощі та проблеми, які є наслідком впливу кризоутворюючих протиріч.

Крім того, у науковій літературі виділяють наступні види розвитку підприємств, кожен із яких вимагає особливого підходу при використанні підприємствами:

1) конвергенційний (адаптивний), що включає як зовнішню, так і внутрішню адаптацію підприємства до умов його діяльності, що змінюються;

2) дивергенційний (слабкоадаптивний) розвиток є складовою частиною еволюційного типу розвитку, але відповідає класу регресивного розвитку, характеризується неможливістю керівництва здійснювати адаптивні регулюючі впливи на діяльність підприємства через недостатність або відсутність відповідної ресурсної підтримки і потенціалу розвитку;

3) синхронізований розвиток зумовлений наявністю загального динамічного циклу розвитку підприємства;

4) десинхронізований розвиток є антиподом синхронізованого розвитку і характеризується неузгодженістю ритму життєдіяльності підприємства і зовнішнього середовища або основних сфер життєдіяльності підприємства [Раєвська О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : [монографія] / Раєвська О. В. –Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с., с. 199].

Уникнути помилок при визначенні напрямів стратегічного розвитку та обґрунтуванні вибору стратегії дозволяє використання певних формалізованих процедур та врахування особливостей діяльності підприємства, його характеристик, ресурсних можливостей, стану конкурентного середовища тощо.

Прикладом може слугувати використання механізму обґрунтування та розроблення стратегії, інструментів реалізації стратегій.

В роботі [4] запропоновано загальний алгоритм розробки стратегії розвитку, виходячи із багатоваріантності стратегічних напрямів розвитку підприємства:

1. Аналіз поточного стану підприємства та визначення його сильних та слабих сторін
2. Аналіз макросередовища та конкурентного середовища
3. Визначення місії, цілей та завдань підприємства
4. Вибір стратегії в залежності від місії, факторів зовнішнього та внутрішнього середовища
5. Планування та реалізація заходів, спрямованих на реалізацію стратегії розвитку
6. Моніторинг реалізації стратегії розвитку.

Використання запропонованого підходу дозволяє оптимізувати процес розроблення стратегії, проте для кожного підприємства він буде набувати специфічних рис, пов'язаних із особливістю діяльності, потенціалом підприємства, можливостями його розвитку, організаційними та іншими обмеженнями тощо.

Управлінські стратегічні рішення визначаються особливістю організаційно-управлінською концепцією стратегії, що пов'язана із конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності на підприємстві [1, с.107].

### Список використаних джерел

1. Калиніченко, Ю. (2010). Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Галицький економічний вісник*. №4(29), с. 106-115
2. Муляр, Т.С. Формування і реалізація стратегії підприємств (2013). *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. № 2(6),. 289-300. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau\\_2013\\_2\(6\)\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2(6)_35)
3. Пашенко, О. П. (2011). Стратегічне управління розвитком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. № 2, Т. 2, с. 99-103., с. 102-103 - Режим доступу: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_2\\_2/099-103.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_2_2/099-103.pdf)
4. Тесленок, І.М., Воровська, К.А. (2017). Алгоритм розробки стратегії розвитку малих підприємств. *Економічний простір*. № 122. - С. 159-170. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2017\\_122\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2017_122_17)

## УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бойко Р., студентка,  
Кузьменко С.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Формування ринкових відносин в економіці України зумовило суттєве зростання значимості ціноутворення. Повноваження щодо встановлення цін перейшли до конкретних господарюючих суб'єктів, які вже відчули на власному досвіді, що від обраної ними цінової політики безпосередньо залежать конкурентоспроможність продукції, рівень попиту, прибуток підприємства та окупність інвестицій. Досвід економічно розвинених країн переконливо свідчить, що цінова політика в умовах ринку має бути маркетинговою, тобто орієнтованою в першу чергу на врахування особливостей попиту та конкуренції. Проте становлення маркетингового ціноутворення на вітчизняних підприємствах відбувається надто повільно, що значною мірою пояснюється відсутністю необхідного теоретичного та методичного забезпечення процесу формування цінової політики.

Маркетингова цінова політика – комплекс заходів фірми, до якого належать формування ціни, знижок, умов оплати за товар, реалізація якого покликана забезпечити задоволення потреб споживачів і отримання підприємством прибутку, а також виконання стратегічних завдань підприємства. Основна кінцева мета – одержання максимального прибутку. Проміжними цілями можуть бути: захист на ринку своїх позицій, вихід на ринок із новим товаром, швидке відшкодування виробничих витрат [2].

Ціну можна вважати основним чинником, який визначає вибір покупців. Це характерно для країн із низькою купівельною спроможністю населення і продуктів типу товарів широкого вжитку або ж для кризового стану економіки

країни. Однак останнім часом неабияк впливають на вибір покупців нецінові чинники [3].

Відомими методами ціноутворення є:

- D метод повних (середніх) витрат;
- D метод граничних (маржинальних) витрат:
- D на основі цінності товарів, що відчувається;
- D беззбитковості, цільового прибутку.

У ринковому середовищі підприємства встановлюють остаточні ціни, враховують психологічне сприйняття споживачами товарів підприємства, реакцію конкурентів, встановлення умов надання і рівня знижок за цінами тощо. Формування цінової політики зумовлює необхідність системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень щодо цін. Зазначений підхід реалізується в комплексній системі інформаційного забезпечення процесу ціноутворення, що охоплює шість окремих систем: систему інформації про ринок загалом; систему інформації про урядову політику; систему інформації про витрати; систему інформації про конкурентів; систему інформації про покупців; систему інформації про обсяги збуту і прибутку підприємства [1].

Найважливішою частиною маркетингової цінової політики є планування ціни та пристосування її до конкретних вимог економічної ситуації, яка формується в навколишньому середовищі. В умовах ринку прийняття цінових рішень на підприємстві ускладнюється, що може бути пов'язано з існуванням низки проблем у сфері цінової політики. Існуючі на сьогодні проблеми у сфері ціноутворення знижують як ефективність діяльності підприємств загалом, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема. Це у свою чергу зумовлює потребу в пошуку й утвердженні нового підходу до процесу формування цінової політики підприємств [4].

Формування цінової політики зумовлює необхідність системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень щодо цін. Маркетинговий аналіз ціноутворення – система особистих знань,

пов'язаних із дослідженнями тенденцій господарчого розвитку, науковим обґрунтуванням планів, прийняттям управлінських рішень, контролем за їх виконанням, оцінкою досягнутих результатів і пошуком резервів підвищення ефективності діючої системи ціноутворення підприємства.

Отже, маркетингове ціноутворення – це мистецтво управління цінами й ціноутворенням, мистецтво встановлювати на товари (послуги) такі ціни і так варіювати ними залежно від положення товару на ринку, щоб поставлених цілей було досягнуто й підприємство мало від цього дохід.

### **Список використаних джерел**

1. Василькова Н. В., Дугіна С. І. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2015. 133 с.
2. Дерев'янченко Т. Є. Маркетинговий аудит: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2017. с. 357.
3. Ларіна Я.С., Барілович О.М., Гальчинська Ю.М та ін. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. – Харків.: Діса-плюс, 2016. 208 с.
4. Окландер М., Чукурна О. Маркетингова цінова політика: посібник. – К.: Центр навчальної літератури. 2017. 240 с.

**UDC 338.43**

## **MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF AGRARIAN ENTERPRISES UNDER INTERNATIONAL INTEGRATION.**

Bondarenko V.V. student of MSc Master

Mishchenko I.A., Ph.D., Associate Professor

*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

The scientific and practical principles of management in the world science and practice have a significant history, as well as a wide theoretical and applied application. At the same time, the relationship of enterprise management to the market mechanism remains poorly understood.

It is well known that the operation and development of an enterprise requires the organization and management of economic activities in order to solve the questions: what, how much, for whom to produce in the conditions of limited resources. At the same time, management as a set of certain forms, methods, levers and techniques of enterprise management has features. Yes, in natural farms,

management is “closed” because there are no economic links between individual economic units. Business activities are directed to the production of goods necessary to meet the needs of business entities, based on available resources. In commodity-market economies, management solves not only domestic issues but also foreign economic ones. It organizes and implements both production and commercial matters. In commodity farms, there is a market segment of management - it is more complex than production [1].

Management is a consciously organized human activity. Management methodology and tools can and should be changed in line with changing economic environment, circumstances that make it necessary to move management to a higher level. The criterion of efficiency, effectiveness of management can be a thorough study and the main consideration in the commercial activity of objective economic laws of the market. More specifically - the main task of the market segment of management - based on the main goal of the company - maximizing profits, selling goods at the most affordable price [3].

Therefore, regardless of the legal form of enterprises, their common main task is to maximize profits. Profit is the difference between the market price and the cost of sales. To reduce the latter directed all actions of internal management. The main task of its external segment is to analyze the target market.

In market conditions of agricultural production management there is a need for effective implementation of all management functions. In such circumstances, the complexity of the tasks being solved increases and, accordingly, the role of scientific management in stabilizing socio-economic processes and ensuring the efficiency of all types of entrepreneurial activity is enhanced. This leads to changes in management functions, in particular, the economy of agribusiness, such as strategic, marketing, logistics, controlling and systems analytics. The work of a manager is a kind of management nucleus in an agricultural production system, a center that receives all the information where decisions are made and their implementation begins. All this ensures the optimal functioning of the whole system [2].

In a market environment, the process of managing a firm's stability, which is complex in nature, requires a large number of factors to be taken into account when making decisions, features of current legislation, current forms of business organization, market conditions, etc. In general, the effectiveness of management is the basis of doing business, in particular in the agricultural sector.

### **References**

1. Melnyk L.L. Scientific principles of interaction of management of agricultural enterprises with the market mechanism. Investment: practice and experience. 2014. № 15. P. 72-76.
2. Sirenko N.M. Management of the agricultural system innovation system. APK economy. 2009. № 9. S. 43-46.
3. Khorunzhi M.I. Problems of pricing for agricultural products. APK economy. 2011. № 1. S. 57-61.

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

## **ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Вакуленко О.О., студентка,  
Файчук О.М., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Здійснення експортної діяльності для підприємства є не тільки "вагомою передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції"[1], але й є важливим для держави завдяки отриманню додаткових доходів у бюджет через податки. Важливою умовою здійснення експортної операції є її ефективність.

Ефективність для підприємства, за визначенням Д. Рікардо це «відношення результату до певного виду витрат». Дещо інша думка присутня у роботах таких науковців як М.Х. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі, які зазначають, що "ефективність слід розглядати як внутрішню ефективність, економічність, що характеризує якнайкраще використання ресурсів" [2].



Підприємство має проводити аналіз ефективності експортної діяльності підприємства для порівняння отриманого прибутку і понесених експортних витрат. Для цього користуються показниками ефективності, серед яких ми виділили основні та звели у наступну таблицю 1:

Таблиця 1

Показники ефективності експортної діяльності підприємства

Показник	Значення показника	Формула	Умовні позначення
Базовий коефіцієнт ефективності експорту ( $E_6$ )	Порівняння отриманого прибутку і понесених витрат, якщо $E_6 > 1$ , то експорт є ефективним	$E_6 = \frac{V_e}{(C_t + T_p + O_p)} \quad (1)$	$E_6$ – базовий коефіцієнт ефективності експорту; $V_e$ – виторг від експорту; $C_t$ – собівартість товару; $T_p$ – транспортні витрати; $O_p$ – організаційні витрати
Частка експорту в загальному обсязі продажів підприємства ( $E_ч$ )	Демонструє скільки займає експорт у структурі продажу продукції	$E_ч = \frac{V_e}{V_{заг}} * 100\% \quad (2)$	$E_ч$ – частка експорту в загальному обсязі продажів підприємства; $V_{заг}$ – загальний обсяг продажів підприємства; показник визначається у відсотках
Рентабельність експорту ( $E_{пр}$ )	Розраховується для аналізу суми доходу від здійснення експортної операції	$E_{пр} = \frac{V_e}{C_t} * 100\% \quad (3)$	$E_{пр}$ – прибутковість (рентабельність) експортної операції, визначається у відсотках

Якщо говорити про сільське господарство то частка витрат найбільше припадає на собівартість виробництва продукції. На думку Ю.Ю. Миронової, "собівартість продукції відображає скільки і яких ресурсів було використано і представляє собою цю величину у грошовому виразі" [3]. Систематизуємо на основі праць С.М. Кваші[5], Л.Г. Цимбалюка [4] та інших науковців такі шляхи зменшення собівартості:

- збільшення урожайності культур, а саме інтенсифікація сільського господарства;
- використання у виробництві кращих сортів культур і вчасно виконувати усі необхідні заходи щодо їх вирощування;
- формування технологічних карти методом прогнозування;

- оптимізація наявних оборотних активів.

Розглянемо для прикладу українське агропродовольче підприємство ПрАТ «Успіх». У структурі витрат на виробництво цього підприємства транспортні та організаційні витрати займають не більше 14-18%. Відповідно до цього розглянемо три альтернативних сценарії зміни економічної ефективності експортної діяльності ПрАТ «Успіх» при умові зниження виробничої собівартості на виробництво зерна, де перший – зменшення на 5%, другий – на 10% і третій – на 15%. При цьому, базовий коефіцієнт експортної діяльності у 2018 році становив 1,3, але при найкращому варіанті зменшення собівартості на 15% становитимете 1,62 (див. рис. 1).

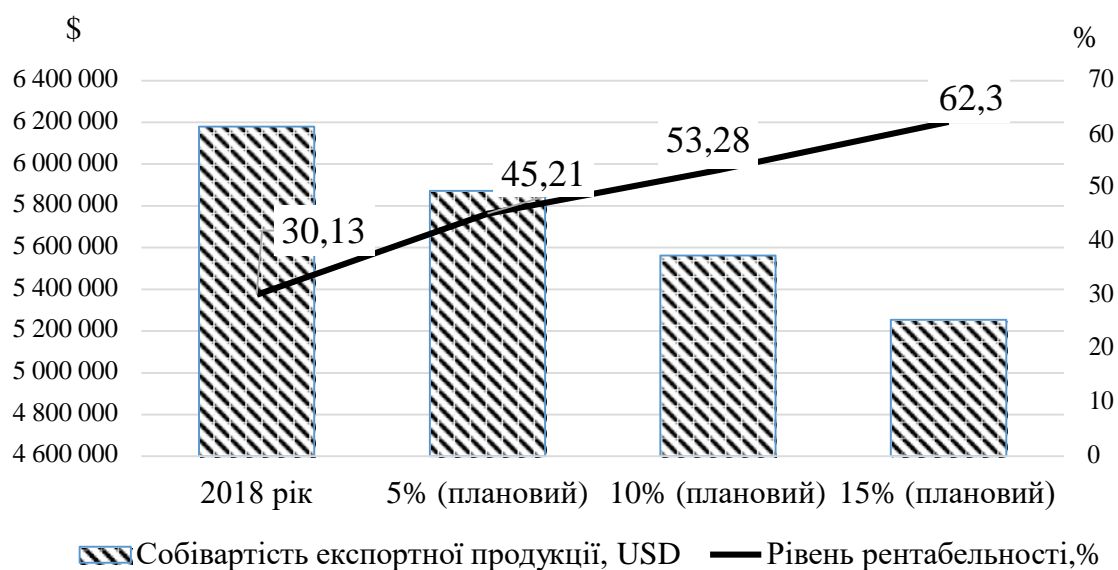


Рис. 1. Планові собівартість і рівень рентабельності експортної продукції ПрАТ «Успіх»

Отже, зниження собівартості експортної продукції впливає на підвищення економічної ефективності експортної діяльності, адже витрати на виробничі операції або їх організацію зменшуються і рентабельність підприємства буде вищою. Тобто рівень експортної рентабельності може пропорційно збільшитись при виконанні вищезгаданих шляхів зменшення рівня собівартості.

### Список використаних джерел

1. Бондарєва Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства/ Т.І.Бондарєва, А.І. Осадчук // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – с.91–104.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1993. —702 с.
3. Миронова Ю.Ю. Економічна сутність собівартості продукції та шляхи її зниження / Ю.Ю. Миронова // Економіка і регіон : наук. вісн. – Полтава: ПолтНТУ. – 2009. – № 3 (22). – с. 160–165.
4. Цимбалюк Л. Г.Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару/ Л. Г. Цимбалюк, Н. П. Скригун // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління підприємствами. – 2011. – № 3(15) – с. 88-95.
5. Кваша С.М. Економічне обґрунтування програми виробництва зерна пшениці в Україні / С.М. Кваша, М.М. Ільчук, І.А. Коновал // Економіка АПК. – 2013. – № 3. – с. 16-24.
6. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2000. – 864 с.

**УДК 005:339.9:633.11:633.85**

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОНТРАКТІВ ГАФТА ТА ФОСФА В МІЖНАРОДНІЙ КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Гопка М.Д., студент,  
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

На сьогодні у світі є доволі багато торгових асоціацій, які покликані сприяти розвитку торгівлі сировинними товарами, вони виникають за ініціативою самого бізнесу та функціонують задля його підтримки й розвитку.

Історично Англія завжди була в авангарді виникнення торгових асоціацій у світі і тепер залишається країною, у якій знаходяться найвідоміші торгові асоціації. Є асоціації, створені ще в ХІХ столітті як наслідок бурхливого розвитку міжнародної торгівлі сировинними товарами (рис.1) [2].

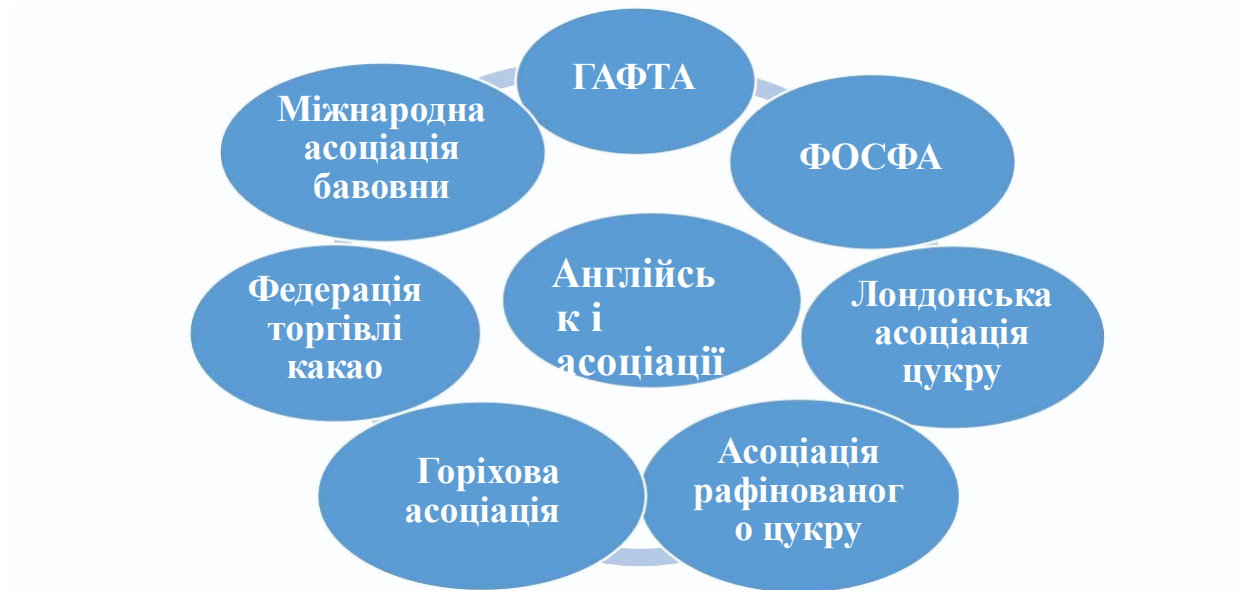


Рис.1. Найбільш відомі англійські торгові асоціації (Джерело:[2])

Торгово-промислова асоціація — добровільне об'єднання юридичних осіб для досягнення спільної мети на засадах взаємовигідної співпраці при збереженні самостійності, правової та майнової незалежності її членів[1].

Міжнародна Асоціація Торгівлі Зерном та Кормами (GAFTA) Заснована в 1878 році. GAFTA налічує понад 1700 членів у 90 країнах світу. Близько 80% торгівлі зерном і кормами в світі відбувається з використанням стандартних контрактів ГАФТА.

Федерація Асоціацій Торгівлі Олійними Культурами, Насінням і Жирами (FOSFA) Міжнародна асоціація зі штаб-квартирою в Лондоні, що об'єднує понад 1100 компаній з 90 країн світу, діяльність яких пов'язана з торгівлею олійними культурами, оліями та жирами. Близько 85% світової торгівлі у цій сфері здійснюється на основі типових контрактів ФОСФА[3].

Основним водорозділом між видами контрактів є бази поставки – CIF, FOB, FCA та ін.(рис.2), а також різновид сільськогосподарської культури. ГАФТА і ФОСФА розробляють договори з урахуванням різних способів транспортування агропродукції[2].



Рис.2. Порівняльний аналіз змісту контрактів FOSFA/GAFTA за умовами INCOTERMS 2010

Передусім, завдяки застосуванню стандартних договорів до своїх відносин продавці й покупці витрачають значно менше часу та одержують користь від такого виду операції. Сторони здебільшого ведуть переговори щодо суто комерційних умов, як-от: ціна, кількість товару, специфікація тощо. Інші положення інкорпорується через стандартну форму контрактів ГАФТА/ФОСФА, без яких важко уявити сучасну міжнародну торгівлю. Це, наприклад, такі умови, як базис поставки, умови щодо зважування товару, номінації судна, продовження строку відвантаження, умови про апропріацію товару, умови щодо документів поставки, про страхування, розвантаження товару, про порушення умов договору, про форс-мажор тощо.

Таким чином, щоб не погоджувати всі перелічені детальні умови, сторони роблять посилання у своєму договорі на конкретний стандартний договір. Цього достатньо, аби всі умови такого стандартного договору застосовувалися. Сторони заощаджують свій час і зусилля: замість того, щоб погоджувати всі деталі поставок, вони інкорпорують уже готовий стандартний договір і мають можливість зосередитися на узгодженні суто комерційних умов.

Важливо, що стандартні договори відображають реальну практику. Асоціації йдуть у ногу з часом, адже їхні стандартні договори завжди актуальні. Вони не відірвані від життя. Навпаки – ці договори відображають реальну торговельну практику[2].

### Список використаних джерел

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :[http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/EA009199](http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA009199)
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://lhs.net.ua/wp-content/uploads/woocommerce\\_uploads/2018/01/2\\_Vybir-ta-pryznachennia-arbitriv-u-syrovynnykh-arbitrazhakh-GAFTA-ta-FOSFA.-Vykonannia-rishen.-Chernykh-Iuliia-arbitr-MKAS-pry-TPP-Ukrainy-partner-IuK-ARBITRADE.pdf](https://lhs.net.ua/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2018/01/2_Vybir-ta-pryznachennia-arbitriv-u-syrovynnykh-arbitrazhakh-GAFTA-ta-FOSFA.-Vykonannia-rishen.-Chernykh-Iuliia-arbitr-MKAS-pry-TPP-Ukrainy-partner-IuK-ARBITRADE.pdf)
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gaftakyiv.com/standartnyie-formyi-kontraktov>
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://yur-gazeta.com/publications/practice/zemelne-agrarne-pravo/agrobiznes-poangliyski.html>

### УДК 330:502:631.1

## ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

Горб В.С., студентка,  
Троян А.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Сільськогосподарське виробництво продукції як один із найпоширеніших видів людської діяльності здійснює серйозний вплив на навколишнє середовище, оскільки основними порушниками природної рівноваги вважають промисловість і транспорт. Нині сільське господарство на першому місці по забрудненню навколишнього середовища.

Заостанні роки змінилась структура сільськогосподарського виробництва України. Відбулося скорочення випуску продукції тваринництва, що обумовлене занепадом кормової бази, незадовільним раціоном і якістю годівлі тварин. Визначились і ринкові важелі, адже у порівнянні з тваринництвом

виробництво зернових і зернобобових сприяє меншим збиткам, які внаслідок відсутності економічних технологій та відповідних машин і обладнання постійно зростають. Порівняльний аналіз виробництва сільськогосподарської продукції показує, що навіть і в цих умовах Україна має великі потенційні можливості для набуття і утримання гідних позицій на світовому ринку. Але цьому заважає не тільки низький рівень сільськогосподарського виробництва, внутрішня дискримінаційна цінова політика, а і низький рівень якості продукції, в тому числі і по екологічним показникам.

Стан земель України, що знаходяться у сфері сільськогосподарської діяльності, незадовільний. Серйозні проблеми для навколишнього середовища виникають через ненормоване застосування у сільськогосподарському виробництві мінеральних добрив та агрохімікатів, які разом із дощовими потоками і підземними водами потрапляють в річки й озера, завдаючи відчутної шкоди басейнам великих річок, рибним запасам і рослинності [1, 29 с].

Також існує проблема відходів в аграрному секторі та пов'язаної з ним переробної промисловості. Тому є доцільною запропонована концепція сталого розвитку агросфери, що передбачає вибір пріоритетів сталого розвитку аграрного сектору економіки, моніторинг індикаторів сталого розвитку, перебудову свідомості виробників і споживачів сільськогосподарської продукції й міжнародну співпрацю в даній сфері. Така модель вимагає організаційного та економічного забезпечення управління сталим сільськогосподарським природокористуванням [1, 30с].

Досить актуальною в сучасних умовах залишається проблема забезпечення ґрунтів гумусом. Об'єктивна оцінка вибраного альтернативного варіанту управління родючістю ґрунту конкретного господарства з урахуванням його фінансового становища і рівня родючості ґрунту, надає можливість підприємству ефективно підвищити вміст гумусу в ґрунті при мінімальних витратах засобів виробництва і постійно мати позитивну

рентабельність не тільки в галузі рослинництва, а й в цілому. Висока родючість ґрунту забезпечить високу економічну та грошову оцінку землі, що знаходиться у землекористувача. А це стане важливим аргументом кредитоспроможності сільськогосподарського товаровиробника для одержання іпотечних кредитів, які вкрай потрібні для зміцнення матеріально-технічної бази, відтворення ґрунтів, розширення виробництва [2, 292 с].

В екологізації розвитку важливо також виділити ключові ресурси і ключові проблеми розвитку регіонів країни. Загальні проблеми економічного районування і регіонального розвитку взаємозв'язані з природокористуванням і природно-ресурсним районуванням. Для практичного обліку екологічних чинників в соціально-економічному розвитку регіонів можна використовувати "Методичні рекомендації по економічній і зовнішньоекономічній оцінці дії діяльності людини на навколишнє середовище". Вказані рекомендації вироблені на основі вивчення розвитку галузей господарства в специфічних умовах модельних областей, які були вибрані спеціально для цієї цілі. Тому оцінка процесу будується на основі вивчення конкретної ситуації в модельних областях (районах) [3, 45 с].

Отже, економічна оцінка наслідків господарської дії на природне середовище містить такі проблеми: можливий збиток природному середовищу і збиток народному господарству від забруднення, пошкодження і перетворень природи і передбачувані економічні і зовнішньоекономічні ефекти від природоохоронних заходів. Для вивільнення цих ефектів потрібні дані переважно про капіталовкладення на певні тимчасові рубежі. Економічні ефекти можуть бути: господарськими і виражатися у вигляді прямого доходу або втрати продукції; соціальними, обчислюваними побічно (погіршення здоров'я населення і зниження продуктивності праці); соціально-економічними, вивільнення яких через невизначеність в майбутньому поки не має вартісного



виразу (генетичні наслідки, загибель унікальних природних і історичних об'єктів).

Тому варто звернути увагу на економіко-екологічну проблему в Україні та відповідно намагатись покращити ситуацію наступними шляхами:

-використовувати агрохімікати та мінеральні добрива згідно з нормою

-використовувати концепцію сталого розвитку агросфери з усіма її складовими

-приділяти особливу увагу регіонам країни та розвивати галузі господарства цих регіонів

### **Список використаних джерел**

1. Кірейцева О.В., Сокол Л.М. // Економіка АПК. - 2017. - № 7 - С. 29
2. Царенко О.М. Еколого-економічні проблеми розвитку агропромислового виробництва.-- К.: Вища школа, 1998.—292 с.
3. Царенко О.М. Економічний механізм забезпечення якості продукції АПК.-- Суми: Університетська книга, 1998.—45 с

**УДК 338.43.01/01**

## **ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Горовець К..С., студентка  
Ковтун О.А., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

У світі спостерігається стійке зростання попиту на органічну продукцію. За оцінками швейцарських експертів, ринок органічної продукції у світі становить близько 90 млрд доларів. Екологічним виробництвом продукції у світі займаються понад 2 млн господарств.

В Україні також є достатня кількість придатних для органічного агровиробництва земель. Тож не закріпитися на такому перспективному ринку було б для українських виробників стратегічною помилкою. З огляду на

сусідство з ЄС, особливо привабливою є експортна орієнтованість ринку, адже Європейський Союз є другим світовим ринком споживання органічної продукції, який до того ж розвивається швидкими темпами.

Про те, що органічний сектор і в Україні розвивається багатообіцяючими темпами, свідчать дані його зростання. За підрахунками аналітиків ринку, за останні сім років органічний ринок в Україні зріс у 29 разів. Однак, залишаються фактори, що уповільнюють цей процес. Серед них – зниження купівельної спроможності населення, нерозвинена законодавча база та недостатня інформованість як споживачів, так і виробників органічної продукції щодо особливостей її вирощування і продажу.

Україна належить до найпотужніших аграрних країн світу. На зовнішньому і внутрішніх ринках постійно зростає попит на органічну продукцію українських виробників [1].

Вихід органічної сільськогосподарської товарної продукції на зовнішні ринки зумовить зростання довіри до їх якості та виробників, підвищення іміджу держави, оскільки органічна продукція є найбезпечнішою та найкориснішою для суспільства. Зростає зацікавлення традиційною сільськогосподарською продукцією. Саме тому необхідна державна підтримка підприємств, що успішно реалізують органічну продукцію на зовнішніх ринках (наприклад, позики на пільгових умовах, першочергове відшкодування ПДВ). Використання міжнародних зв'язків держави дасть змогу розширити ринки збуту та зробити пошук партнерів легшим, а також прискорити його.

За останні кілька років Україна стала важливим постачальником органічної продукції на західні ринки. Основна органічна продукція, що експортується з України – це зернові, олійні та бобові культури, дикорослі ягоди, гриби, горіхи та лікарські трави [2].

Все більше українські оператори прагнуть продавати за кордон не лише сировину, а й органічну напівперероблену та перероблену продукцію.

В Україні існує всього 10 сертифікованих органічних виробників овочів і зелені. Ціни на органічні овочі і зелень вищі за ціни на неорганічні на 150-1100%. Але загалом ця ніша високорентабельна.

Ягідна ферма на 2-3 році виходить на точку беззбитковості, її рентабельність – більше 100% на 5 році роботи. Ягідних органік-ферм – найбільше з-поміж інших видів ферм. Діапазон вартості ягід дуже залежить від ряду параметрів – таких, як клас, сорт та, що важливо, від величини партії. Тому спостерігається запуск процесів кооперації чи співпраці виробників. Тому що так експортер економить на логістиці, на сертифікатах. Попит стабільний, перевищує пропозицію в рази, тому це виробництво досить швидко окупиться, принесе прибуток, і цим варто займатися. Особливо саме зараз – коли ринок ще порожній. Але можна прогнозувати перенасиченість ринку органічної ягоди на експорт через кілька років [3].

Сад яблук і груш – це дуже затребувана ніша. Через кілька років і внутрішній ринок органічних фруктів значно зросте і дасть змогу стабільного ринку збуту в Україні. Експорт органічних яблук і груш є також дуже перспективним – і у свіжому вигляді, у в переробленому. Багато запити із Британії та Німеччини на експорт перероблених органічних яблук. Ця ніша зараз в Україні, на відміну від ягід, зовсім порожня. Зараз є кілька гравців на ринку, кілька ще закладають сади. Але поки вони досягнуть максимального плодоношення, мине ще не менше ніж 3 роки. Органічні яблука коштують у 3 рази дорожче, ніж звичайні, а соки у 2 рази дорожчі.

Цікавий ринок органічних пряних трав. Теж практично порожня ніша, продукція — високо маржинальна, є можливість експортного збуту. Головне – знайти свій ринок збуту. Можна організувати свою доставку або домовитись із магазином чи інтернет-магазином, можна робити великі комплекси. Збут точно буде. За даними «Органік Бізнес Школи», великі мережі готові брати органічну продукцію, але тільки за умов великих обсягів. Просто ці обсяги ніхто не може дати. Попит є, а пропозицію поки що ніхто не може зробити [4].

Вегетаріанські та веганські продукти продовжують бути істотною тенденцією. Разом із традиційними веганськими інгредієнтами, такими як соя, також популярні у споживачів продукти з кеш'ю, мигдалю або гороху. Дуже популярні також протеїно-насичені продукти, незалежно від вигляду: у формі олій, батончиків, спредів або коктейлів. Іншою стійкою тенденцією є просте приготування непростих страв. Напівфабрикати тепер є невід'ємною частиною асортименту, який пропонує органічний сегмент [5].

### Список використаних джерел

1. Органічний бізнес: перспективно і прибутково. Органічна бізнес школа.  
URL: <http://organicbusiness.com.ua/organichnij-biznes-perspektivno-i-pributkovo/> (дата звернення: 14.10.2019).
2. Органічний ринок в Україні. *Agropolit.com*: веб-сайт.  
URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/415-organichniy-rinok-v-ukrayini--analitika> (дата звернення: 17.08.2019).
3. Органічний бізнес – перспективно і прибутково. Органічна бізнес школа.  
URL: <http://organicbusiness.com.ua/organichnij-biznes-perspektivno-i-pributkovo/> (дата звернення: 18.02.2019).
4. Федерація органічного руху в Україні.  
URL: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29> (дата звернення: 12.02.2019).
5. СПЕЦ-ТЕМА «BIOFACH»: Які продукти в тренді на BIOFACH2019. Органічна бізнес школа. URL: <http://organicbusiness.com.ua/spets-tema-biofach-trendi-biofach-2019/> (дата звернення: 14.10.2019).

**УДК 338.432**

## ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ

Грицай Ю.А., студент,  
Коваленко Н.О., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Для того щоб досягти певної конкурентоспроможності в системі глобального світового господарства та сталого розвитку економіки потребує посилення інноваційного спрямування виробників саме аграрного сектору економіки України, який нині створює майже третину валового внутрішнього

продукту. Обсяг сільськогосподарської продукції за період 2012 – 2019 роки зріс на 27;8 %. Валова додана вартість зросла у 3;7 рази при загальному зростанні у 2;5 рази. Її рівень рентабельності у 2018 році складав від 3;4% (велика рогата худоба та м'ясо) до 51;6% (виноград). Неприбутковими було виробництво вівців та козне м'ясо (-39;6%); а також виробництво яєць курячих (- 9%) [1].

За останні 5 років частка сільськогосподарської продукції в структурі експортної виручки зросла з 27% у 2013 році до 42 % у 2018. А вже тільки за першу половину 2019 року її частка склала 36,5%. Нажаль, основу експорту все ще становить сировина, а саме продукція рослинного походження: пшениця, ячмінь, кукурудза та соєві боби. Їх частка складає 55%[2]. Ключовими покупцями в регіональній структурі експорту є азійські країни (43,6%); країни Європейського Союзу (31,4%) та країни Африки (13,3%) [2]. Але при цьому агропромислове виробництво в Україні за продуктивністю й ефективністю відстає від країн Європейського Союзу, не говорючи вже про заробітну плату, яка у 2018 році була майже на 20% (18,9%) нижчою навіть від заробітної плати в цілому по Україні [2]. Крім того, за останні роки не вирішена проблема із скорочення нерівності рівня життя міського й сільського населення, а також подолання бідності у сільській місцевості. На сьогодні рівень бідності сільського населення майже у 2,5 рази більше міського. Такий стан ніяк не відповідає умовам сталого розвитку, головною вимогою якого є взагалі відсутність бідності. Тому; наша країна сьогодні повинна цілеспрямовано забезпечувати перехід від екстенсивної до прогресивної інноваційної моделі розвитку економіки, яка дасть змогу радикально підвищити ефективність сільського господарства, конкурентоспроможність продовольчої продукції, здатної підвищити якість життя людини і подолання бідності.

Розвиток науково-технічного прогресу та активізація інноваційних процесів відіграють значну роль в аграрному секторі. Зокрема в рослинництві запроваджуються нові технології вирощування різноманітних агрокультур, системи обробітку ґрунтів, технологій зберігання виробленої продукції.

Популярним стають технології "нульового" обробітку ґрунтів, "точного" землеробства, ситсеми паралельного водіння агротехніки та внесення добрив для захисту рослин, яке базується на GPS навігації. У тваринництві комплексні інновації можуть дозволити собі лише агрохолдинги або фінансово стійкі господарства. Основна ж кількість підприємств сільського господарства вимушена орієнтуватися на поелементне вдосконалення технологій виробництва та зберігання продукції, що пов'язане зі зміною кількості й параметрів робочих операцій та підвищенням їх якості [2].

Серед напрямків інноваційного розвитку аграрного сектора можна виділити:

- 1) створення та впровадження у виробництво високопродуктивних сортів і гібридів сільськогосподарських культур, нових порід тварин і птиці;
- 2) стимулювання агроекологічної діяльності, зокрема, розвитку альтернативного органічного агровиробництва;
- 3) формування високоосвічених професійних кадрів [3].

Також, оптимізації потребує логістика перевезення аграрних вантажів, потрібне створення ефективної системи хеджування ризиків, удосконалення процедури сертифікації насіннєвого матеріалу [3].

Зокрема вирішити питання щодо формування ринку землі: визначити місце землі в системі економічного обігу, створити належні умови для реалізації громадянами права власності на землю, удосконалити інфраструктуру ринку землі.

На мою думку подальші перспективи розвитку аграрного сектору залежать від оперативності і ефективності вирішення досконалості логістики зберігання; інфраструктури аграрного ринку; припинення використання застарілого обладнання; повної адаптації української продукції до умов міжнародного ринку; а також відповідності вимогам щодо якості та безпечності сировини та харчових продуктів; що набуває особливої важливості в умовах сталого розвитку. Першочерговою проблемою на цьому шляху є недосконалість функціонування організаційно-правового механізму підтримки

розвитку аграрного сектора. Тому нині спостерігається відсутність в повному обсязі фінансового забезпечення законів; що приймаються; і невиконання вже прийнятих законів та інших нормативно - правових актів; тобто низька виконавча дисципліна в державних органах влади.

Одже, нові виклики вимагають своєчасної реакції держави у поєднанні з діяльністю аграрної науки і вимогами практики. Тому подальші перспективи розвитку українського аграрного сектору залежать від його оперативної адаптації до нових умовгосподарювання, чого можна досягти за допомогою ефективної державної інноваційної політики, яка буде спрямована на вимоги сталого розвитку.

### Список використаних джерел

1. ЯрмоленкоЮ.О. Інвестиційна діяльність як головна основа інноваційного розвитку аграрного виробництва/ Ю. О. Ярмоленко // Вісник «Економічні науки» Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. 2018. Випуск 13
2. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / За заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України. — К.; 2015
3. [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<http://agroportal.ua>

**УДК 338.43.01/01 (075.8)**

### **УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ**

Гудзієвський В.М., студент,  
Артиш В.І., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Особливої актуальності набули проблеми пошуку науково обґрунтованих механізмів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної техніки, захисту внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції та поставок імпортової, що в достатній кількості виробляються або можуть вироблятися в Україні, забезпечення безпеки держави.

Серед вітчизняних дослідників, які досліджували питання пов'язані з державним регулюванням зовнішньої торгівлі, зокрема, поставки

сільськогосподарської техніки є: Андрійчук В., Багрова В., Бураковський І., Галушко В., Гребельник О., Кандиба А., Кваша С., Кредісов А., Новицький В., Терещенко С., Храмова В., Юрчишин В. та ін.

Покращення рівня забезпеченості підприємств сільськогосподарською технікою потребує відповідного забезпечення інвестиційними ресурсами. Вирішення цього питання сприятиме створенню сучасної матеріально-технічної бази галузі, ефективному здійсненню соціальних перетворень на селі та підвищенню продуктивності аграрного виробництва. Крім того, спрямування значних обсягів інвестицій в сільське господарство забезпечить прискорення розвитку науково-технічного прогресу, темпи якого за останні роки в агропромисловому комплексі загальмувалися. Значних інвестицій потребує, насамперед, відновлення і подальший розвиток машино-тракторного парку сільськогосподарських підприємств.

Щодо вирішення проблеми недостатнього технічного забезпечення агропідприємства вимушені залучати до виконання основних технологічних операцій сторонні організації, у тому числі міжнародні, на послуги яких збільшується попит паралельно із зменшенням кількості основних видів техніки підприємствах та її якості.

Найбільш суттєве надбання розвинених країн за останні десятиріччя – досвід, який засвідчує, що найкращі результати на підприємстві можна досягти за ринкових умов у поєднанні із ефективною регулятивною функцією держави.

Підприємства нерідко зазнають значних збитків унаслідок таких причин:

- недостатнього техніко-економічного обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної операції;
- відсутності в ньому оцінок вибору валюти ціни;
- валюти платежу та інших валютно-фінансових умов угоди.

Згідно досліджень, наявність сільськогосподарських машин та тракторів на підприємствах, не можливо не спів ставити їх кількість із нормативною потребою. Зниження рівня технічної готовності та зменшення кількості технічних засобів призводять до збільшення навантаження на одиницю техніки. За розрахунками в Україні на один трактор припадає 112 га, а на



зернозбиральний комбайн –320 га ріллі, тоді як аналогічні показники у США складають 28 і 60 га, у Франції – 14 та 50 га, у Німеччині – 5 і 50 га. (рис. 1).

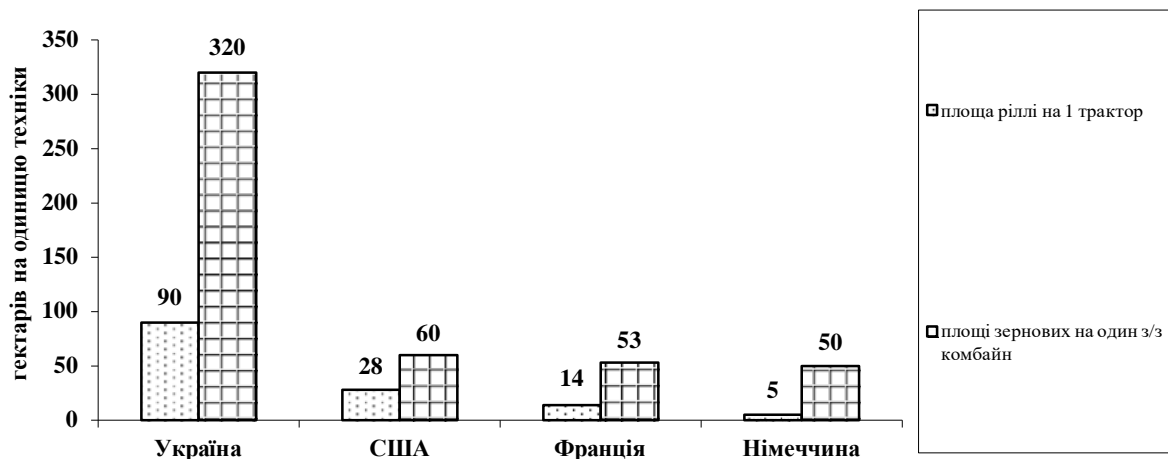


Рис. 1. Навантаження на одиницю техніки в окремих країнах

Тому стоїть гостро питання, що підприємств машинобудування, які мають технічні можливості забезпечити потребу сільгосптоваровиробників в необхідній техніці, але нарощування обсягів виробництва стримується через низьку купівельну платоспроможність споживачів і недостачу обігових коштів у підприємств-виробників.

Для виконання поставлених завдань необхідно сконцентрувати зусилля на таких напрямках:

1) здійснення заходів щодо впровадження промислової політики та координації виробничої діяльності підприємств галузі, спрямованих на збільшення обсягів виробництва і реалізації;

2) вирішення питання авансування виробництва вітчизняних зернозбиральних комбайнів в обсягах, визначених затвердженою Програмою виготовлення і реалізації комбайнів до 2020 року;

3) вжиття заходів щодо розробки і виготовлення сучасної елементної бази дизельних двигунів, гідравлічних систем, робочих органів техніки для обробітку ґрунту і на цій основі підвищити якість та надійність сільськогосподарських машин;

4) впровадження механізму централізованого забезпечення підприємств галузі основними видами металопрокату;

5) у межах повноважень, визначених законодавством, вжиття заходів щодо фінансового оздоровлення підприємств галузі та запровадження їх адресної державної підтримки, удосконалення механізму виконання податкових та митних зобов'язань при реалізації сільськогосподарської техніки на внутрішньому та зовнішньому ринках і внесення відповідних змін до проекту Податкового кодексу України.

### **Список використаних джерел**

1. Артиш В.І. Світове сільське господарство та продовольчі ресурси : Навч. посібник. К.: ТОВ «ЦП «Компринт». 2017. 427 с.
2. Голомша Н.Є., Шелест Н.А. Економічна ефективність запровадження систем управління якістю в підприємстві. Економіка АПК. 2013. №2. С.71–76.
3. Кваша С. М., Власов В.І., Кривенко Н.В. та ін. Формування зони вільної торгівлі між Україною та країнами-членами ЄС і можливі наслідки для аграрного сектору. ред.: С. М. Кваша; ННЦ «Ін-т аграр. економіки». Київ : ННЦ "ІАЕ". 2014. 56 с.
4. Шпонька Т. О., Нікітін Ю.О. Практичний досвід використання методів управління підприємством в умовах динамічності зовнішнього середовища. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 3. С. 248–255.

**УДК 338.43.01/01 (075.8)**

### **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПО НАДАННЮ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ**

*Денисов О.М., Артиш Н.В. студенти,  
Артиш В.І., кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Кожне підприємство, що працює в умовах ринкової економіки, прагне забезпечити собі конкурентну перевагу, як заставу отримання постійного прибутку. Компанія зможе завоювати споживача, тільки розробивши стратегічний план розвитку, покаже місце та роль компанії в кон'юктурі ринку, цілі, якої необхідно досягнути, а також свої ресурсні можливості. Для підприємства основним завданням, буде не тільки отримання максимального прибутку, а й досягнення стійких збалансованих взаємовідносин між всіма учасниками цього бізнесу.

Транспорт є основною ланкою, що зв'язує відносини між продавцем і покупцем. Отже для транспортування використовують такі основні види транспорту: залізничний; морський; внутрішній водний (річковий); автомобільний; повітряний; змішаний та трубопровідний.

Для вибору транспорту для міжнародної торгівлі потрібно відстежувати з різних пристроїв вибір кількох (багатьох) користувачів для відправлення товарів (продукції), а це стало надзвичайно просто. Щоб заощадити час і кошти потрібно вивчити та вибрати правильні тарифи, а також вирахувати маршрут перевезення. Для цього необхідно:

- вибрати найдешевші тарифи (можливі знижки);
- проглянути декілька користувачів і вибрати найвигіднішого;
- доступність та спілкування кількома мовами зрозумілих для двох сторін;
- використання внутрішнього транспорту, а також міжнародного як для експортного так і для імпортного відправлення.

Також потрібний повний контроль та прозорість міжнародних перевезень. Відсутність критично важливої інформації про відправлення вантажу може призвести до простоїв у вашому бізнесі. Тепер можна контролювати статус усіх вхідних і вихідних відправлень у будь-якій точці світу за допомогою персонального комп'ютера., планшета чи мобільного телефона. Із вбудованою функцією можна буде відстежувати можливість отримувати оновлення статусу в режимі реального часу, а для цього потрібно:

- простежувати відправлення у своєму особистому кабінеті;
- відправлення, як експортних так і імпортних товарів проводити в одному місці;
- контролювати функцію відстеження;
- інформація повинна бути доступна на всіх пристроях.

В країнах світу сформувалася система показників, що оцінюють ефективність і результативність міжнародних перевезень, а саме:

- 1) економія всіх транспортних витрат;

- 2) вибір міжнародних перевезень за якісними критеріями;
- 3) перевезення в найкоротші строки;
- 4) підвищення продуктивності праці в системі міжнародних перевезень.

Функціонування ринку транспортних послуг, вартості вантажоперевезень та їх якості зображено на рис. 1.

Логічно стверджувати, що покупець транспортних послуг зацікавлений:

- щоб товар був доставлений від дверей продавця до дверей покупця у необхідний термін;
- у мінімальній ціні транспортних послуг;
- щоб система організації доставки вантажів відповідала критеріям надійності та зручності взаємодії з нею;
- в ефективному правовому захисті його взаємин з транспортними підприємствами.

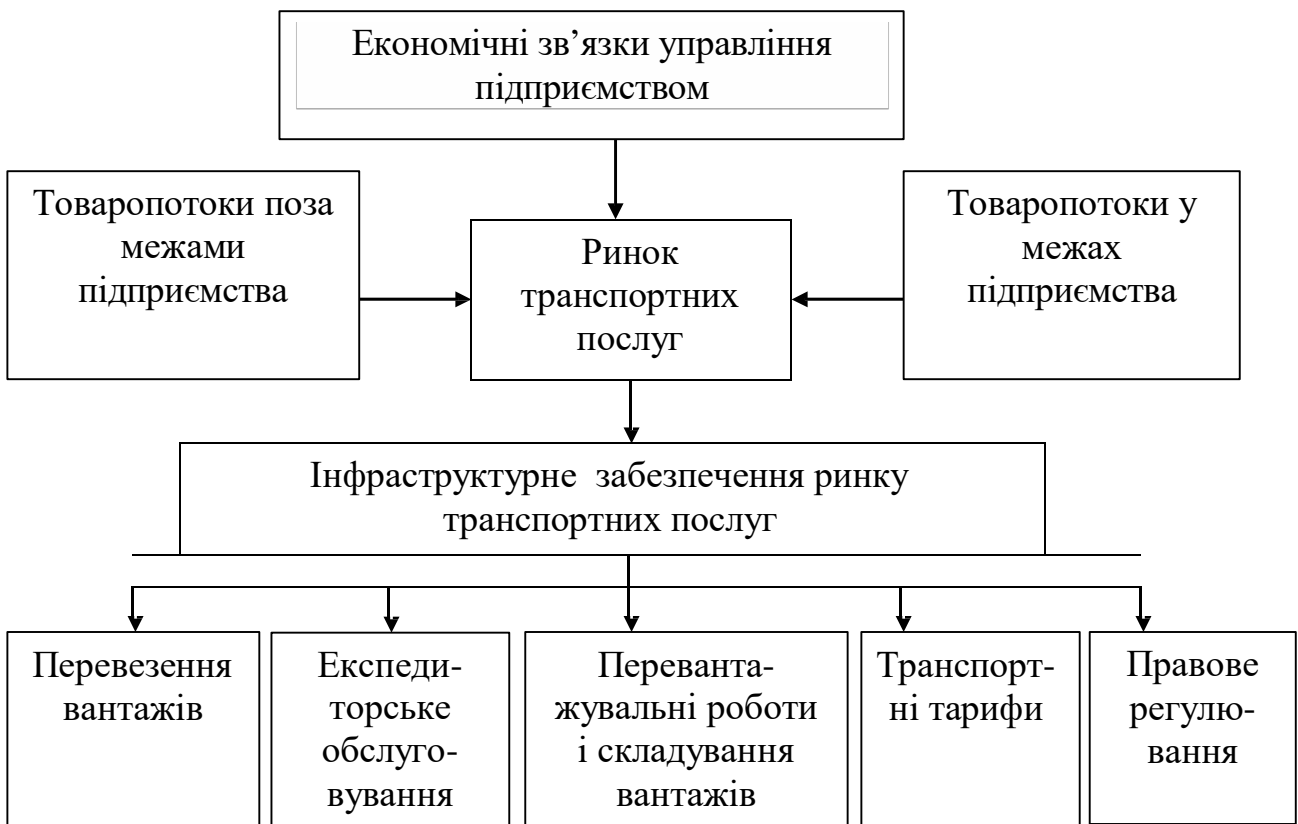


Рис. 1. Ринок управління транспортних послуг на підприємстві

Транспортні процеси займають вагоме місце не тільки в агропромисловому комплексі в цілому, але й в сільському господарстві, як головної складової цього комплексу. А технологічний процес на автомобільному транспорті передбачає організацію узгодженої роботи учасників транспортного процесу, оперативного планування перевезень, виконання замовлень та контролю перевезень.

Проте цілком очевидним є підвищення рівня ефективності використання транспорту підприємств. Для цього необхідно застосовувати раціональні варіанти організації вантажопотоків. Важливо оптимізувати сировинні зони переробних підприємств з огляду на транспортний фактор, скорочувати транспортні витрати в агропромисловому виробництві.

### **Список використаних джерел**

1. Захарчук О.В. Проблеми матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств України. Економіка АПК. 2014. №7. С.92–99.
2. Іванишин В.В. Організаційно-економічні засади відтворення і ефективного використання технічного потенціалу аграрного виробництва: [монограф.]К.: ННЦ ІАЕ. 2011. 350 с.
3. Макаров Р.Р. Удосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення сільського господарства технічними засобами. Економіка АПК. 2019. № 5. С. 115–124.

**УДК: 331.58:331.445:331.108.2**

## **СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ПОБУДОВИ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ В АГРОСЕКТОРІ**

Джулай М.В., студентка,  
Федулова І.В., доктор економічних наук, професор,  
*Київський торговельно-економічний  
університет, м.Київ, Україна.*

Сьогодні кожна компанія, яка прагне знайти кандидатів та працевлаштувати їх у довгостроковій перспективі, має можливість використовувати Employee Value Proposition (EVP). EVP – це стратегія

побудови бренду роботодавця на ринку праці із зазначенням цінностей та переваг роботи для працівників [1].

За результатами дослідження Міжнародного кадрового порталу HeadHunter Україна у 2018 році, у 20-ку лідерів-роботодавців увійшла лише одна аграрна компанія «Агротек» за критеріями: стабільність компанії, корпоративна культура, соціальна відповідальність, розташування офісу, іноземні інвестиції, відгуки у відкритих джерелах, галузь бізнесу, популярність бренду, рекомендації знайомих, місце в бізнес-рейтингах тощо [2]. Це зумовлено кризою у підборі персоналу в агросекторі, а саме: лише 10% учасників дослідження прагнуть працювати в аграрних компаніях. Для порівняння: в ІТ хотіло б працювати 41% респондентів, у медіа — 21%, а у фінансовій галузі — 17%.

Аграрні компанії зіштовхуються з проблемою вікового дисбалансу, що підтверджується аналізом резюме на порталі hh.ua. Серед представників покоління «бемі-бумерів» у сфері «Виробництво, АПК» готові працювати лише 13%, покоління «Х» та «У», відповідно, 7% та 3% (рис. 1) [3].

Отже, молоді спеціалісти більше, ніж інші аналізовані категорії пошукачів, цінують можливість кар'єрного зростання, зручний графік роботи та умови роботи в колективі (цінності, які відносять до пріоритетних для представників покоління «У» та «Z»). При цьому критерії, що переважають для респондентів, які вказали, що хотіли б працювати в агросекторі, більшою мірою відповідають мотивам покоління «бемі-бумерів». Однак переваги роботи в аграрних компаніях, які асоціюються із роботою в даній сфері, не повною мірою відповідають цінностям та мотивам поколінь У та Z. Саме тому компаніям-роботодавцям аграрної сфери необхідно змінити власний EVP.



Рис. 1. Співвідношення потреби кандидатів у певній сфері щодо кожного з видів поколінь за дослідженням Міжнародного кадрового порталу HeadHunter Україна у 2019 році [3]

У 2018 році агроіндустріального холдингу «Миронівський хлібопродукт» виникла криза у залученні молодого покоління для роботи в регіонах, оскільки покоління «Z» та «Y» прагне працювати у великих містах України або за кордоном. Саме тому компанія успішно оновила EVP та реалізовує нову стратегію.

Перш за все, актуальний лозунг «Стань тим, хто живить світ» створює додаткову цінність для працівників, що покращує їх мотивацію та підвищує ефективність роботи.

По-друге, компанією восени 2019 року вже вдруге проведено захід Всеукраїнського масштабу «MHPACCELERATOR», що охоплює молодь України усіх міст. Як результат, 8 проектів буде реалізовано в компанії упродовж 2019-2020 років. У такий спосіб компанії вдалося оновити її сприйняття кандидатами, впровадити інновації та збільшити кількість кандидатів на 20 осіб серед представників «Y» на одну вакансію в регіонах [4].

По-третє, для представників покоління «Z» починаючи з 2018 року щороку проводиться «StudentAgroTechHackathon». Це онлайн-кейс з агроінженерії або біотехнології (тематика обирається в залежності від потреб бізнесу), який має вирішити команда та розмістити рішення на платформі. Фіналісти запрошуються до компанії для презентації власних пропозицій. Як

результат, компанії вдалося збільшити на 6,8% кількість представників покоління «Z» з технічних напрямків у регіонах [5].

Таким чином, основними завданнями, які мають вирішити компанії агросфери для побудови бренду роботодавця є:

1. Аналіз працівників у відповідності до представників поколінь та прогноз кількості необхідних представників відповідного покоління.
2. Аналіз та виявлення відмінностей їх EVP від потреб та цінностей представників бажаного покоління серед потенційних кандидатів.
3. Виявлення унікальності компанії-роботодавця серед конкурентів і створення необхідних умов праці для їх відображення.

### Список використаних джерел

1. WhatisEmployeeValueProposition (EVP)? [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.talentlyft.com/en/resources/what-is-employee-value-proposition-evp>.
2. Оголошено Переможців «Рейтингу Роботодавців України» 2018 [Електронний ресурс] // Міжнародний кадровий портал HeadHunter Україна. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://kiev.hh.ua/article/23981>.
3. Теорія поколінь та український агросектор [Електронний ресурс] // Міжнародний кадровий портал HeadHunter Україна. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://kiev.hh.ua/article/24836>.
4. Блог агроіндустріального холдингу "Миронівський хлібопродукт" [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mhp.com.ua/uk/media/news/details/radar-tech-agrohub-i-mkhp-ogolosili-rezuljtati-mhp-accelerator-2-0>.
5. StudentAgroTechHackathon [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://casers.org/cases/student-agrotech-hackathon?utm\\_mediummhpstartsite&utm\\_campaign=mhp2019](https://casers.org/cases/student-agrotech-hackathon?utm_mediummhpstartsite&utm_campaign=mhp2019).

**УДК 338.68**

### **ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА БЮГАЗУ**

Дмитрієв В., студент,  
Галушко В.П., доктор економічних наук, професор,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Основним фізичним методом отримання біогазу є спалювання органічних відходів. Основним хімічним методом – використання процесу гідролізу рослинної сировини.



Одним із видів джерел альтернативної енергії є використання біогазових установок. Важливий аргумент на користь цього джерела енергії – необхідність вирішення на сучасному рівні екологічних проблем, пов'язаних з утилізацією відходів.

Однією із основних тенденцій у розгортанні екологічно безпечної переробки органічних відходів є розвиток комплексних технологій утилізації біомаси за рахунок метанового зброджування, в результаті якого утворюється біогаз.

Сировина для виробництва біогазу – насамперед різноманітні органічні відходи агропромислового комплексу, які багаті на целюлозу та інші полісахариди. Перетворення органічних решток на біогаз відбувається внаслідок цілого комплексу складних біохімічних перетворень. Цей процес отримав назву ферментації біомаси.

Форма біомаси, для використання її як біопалива може бути досить різноманітною. Біомасу в енергетичних цілях можна використовувати у процесі безпосереднього спалювання деревини, соломи, гною, силосу. Конверсія біомаси у носії енергії може відбуватися фізичними, хімічними та біологічними методами, останні є найбільш перспективними.

Біогаз можна використовувати в якості палива для виробництва тепла та електроенергії. Альтернативно, біогаз може бути модернізований і введений в газову суміш (біометан).

Доступність сировини визначає територіальну гнучкість: біогазові установки можуть бути розміщені в будь-якому районі і не вимагають будівництва дорогих газопроводів і мережевої інфраструктури, а також дозволяють новому підприємству заощадити на вартості підключення до мереж і виділення потужності.

Біогаз, вироблений на звалищі, можна транспортувати на певну відстань. Це здійснюється, зазвичай, за допомогою пластикових труб. За оцінками

вітчизняних експертів, біогаз, вироблений на звалищах, доцільно транспортувати на відстань близько 3 км від звалища.

Іще одним напрямом виробництва біогазу є використання в якості сировини сільськогосподарських культур. Розвиток вирощування сільськогосподарських культур є, перш за все, питанням управлінським і лише опосередковано залежить від географічних факторів.

З природоохоронної точки зору, розвиток використання біопалива є безумовно позитивним моментом, бо під час його спалювання утворюється значно менше шкідливих викидів. Даний вид ресурсу являє собою альтернативу викопним джерелам отримання пального. Як результат, в Україні площі, засіяні ріпаком, розширюються з кожним роком.

Метан, що входить до складу біогазу, практично не отруйний. Але він легший за повітря, легко запалюється і утворює з повітрям вибухову суміш. У разі витoku при наявності відповідної вентиляції газ випаровується без будь-яких наслідків.

Висновки. Існують наступні напрями використання біогазу, а саме спалювання в котельних агрегатах для нагрівання води та подачі її споживачам, підготовка біогазу й подача його в газорозподільні мережі місцевих споживачів природного газу, очищення, осушення, стиснення і заправка біогазом газобалонних автомобілів, тракторів та інших сільгоспмашин, вироблення електроенергії тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Перспективи виробництва біогазу та використання біогазу в Україні.  
<http://www.uabio.org/img/files/docs/position-paper-uabio-4-ua.pdf>
2. <https://www.agravery.com/uk/posts/show/elektrika-z-biogazu-ci-e-v-ukraini-obladnanna-dla-takih-generacij> Енергетика з розумом для АПК
3. Потенціал біогазу в Україні  
<http://www.biowatt.com.ua/analitika/potentsial-proizvodstva-biogaza-v-ukraine/>

## ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Дранко І.С., студентка,  
Кудінова І.П., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Найважливішою тенденцією в розвитку національної і світової економіки останніми роками стало безпрецедентне зростання впливу і ролі туризму, який сьогодні є однією з галузей, що найдинамічніше розвивається. Унікальність туризму на сучасному етапі розвитку суспільства полягає в тому, що жодна інша галузь не володіє таким величезним потенціалом зростання, генерування прибутку і залучення населення до виробництва. Це галузь, що сприяє розвитку і стабілізації господарств багатьох регіонів, дозволяє вже сьогодні деяким країнам фактично жити за рахунок туризму. Експерти оцінюють вклад туризму у ВВП розвинених країн приблизно на рівні 5,5% [3].

Економічна та соціальна значущість туризму в сучасних умовах визначається тим, що туристичний бізнес сприяє розвитку економіки, розвиваючи такі галузі промисловості як сільське господарство, торгівля, будівництво, зв'язок, виробництво товарів широкого попиту, сприяє зайнятості населення, зростанню потенційного та реального валового внутрішнього продукту країни, є вагомим джерелом валютних надходжень і засобом забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу країни [4].

За прогнозом Всесвітньої туристичної організації до 2020 року число міжнародних туристичних поїздок зросте з 564 млн. до 1,6 млрд. в рік, тобто майже в 3 рази; доходи від туризму, у свою чергу, зростуть з 399 млрд. дол. до 2 трлн. дол. в рік, тобто в 5 разів. За останні роки у загальному обсязі зовнішньоекономічної діяльності країни збільшилася частка країн-імпортерів, мешканці яких прибувають до України із службовими та діловими візитами. Це, першою чергою, фахівці з Росії, Німеччини, Фінляндії, Швейцарії, Ізраїлю, Греції, Хорватії, Болгарії, Туреччини, Іспанії та Японії. Потрібно враховувати,

що ці показники характеризують лише об'єми міжнародного туризму, який більшою мірою є об'єктом дослідження учених, політиків і громадських організацій. Що ж до внутрішнього туризму, то на його долю доводиться до 80% загального числа туристів в світі. На думку більшості дослідників, туристична галузь є такою ж крупною галуззю суспільного виробництва (а в багатьох країнах навіть більше), як сільське господарство або основні галузі промисловості (автомобільна, електронна, сталеливарна та інші) більшості дослідників, туристична галузь є такою ж крупною галуззю суспільного виробництва (а в багатьох країнах навіть більше), як сільське господарство або основні галузі промисловості (автомобільна, електронна, сталеливарна та інші) [5, с.60].

Проте слід констатувати, що туризм і санаторно-курортна сфера не отримали в Україні належного розвитку ні в умовах централізованої економіки, ні в роки реформ [2, с.94]. По існуючих експертних оцінках, туристичний потенціал України використовується не більш, ніж на 8-10%. Вклад внутрішнього ринку туристичних послуг в національний дохід країни складає лише близько 1%. При здійсненні ж продуманої державної політики в області планування і управління туризмом ці цифри можуть зрости в багато разів. Враховуючи різноманіття природних і антропогенних туристично-рекреаційних ресурсів, які має в своєму розпорядженні Україна, у наявності істотний розрив між розвитком туристично-рекреаційної галузі в регіоні і в світі в цілому. В той же час, розвиток туризму може істотно вплинути на вихід країни з глибокої соціально-економічної кризи, згладити наслідки соціальної напруженості шляхом створення нових робочих місць і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створювати-меться 2500 нових робочих місць щодня, а також необхідних умов для відновлення моральних і фізичних сил населення, що визначає основу для підвищення продуктивності праці і економічного зростання.

Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім

того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші [1, с.59].

В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти [6, с.31]. Отже галузь туризму не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично-розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною і безсумнівно може стати одним з головних джерел надходжень до держбюджету інших країн.

Туризм як галузь економіки характеризується як позитивними, так і негативними тенденціями розвитку. Проте існує багато проблем, які необхідно вирішити за допомогою перегляду принципів і пріоритетів регулювання, вдосконалення системи механізмів управління туристичним сектором. Актуальними залишаються питання створення нормативно-правової бази державного регулювання у сфері туризму, податкової політики, приватизації й акціонування, створення сприятливих інвестиційних умов, а також удосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду інших країн.

### **Список використаних джерел**

1. Професійно-технічна освіта Львівщини/ Інформаційні матеріали. – Львів, 2008. – 59 с.
2. Макаренко С.Н., Саак А.Э. История туризма. -Таганрог: Изд. ТРТУ, 2003. - 94 с.
3. Рейтинг туристических стран мира. Режим доступа: <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2006/09/27/31152123>.
4. Офіційний сайт ЮНВТО. Режим доступу: [http://www.unwto.org/index\\_r.php](http://www.unwto.org/index_r.php).
5. Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма. учеб. пособ. - М.: Изд. МНЭПУ, 2001. - 60 с.
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кияк – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.

**УДК 338.43.01/.01 (075.8)**

## **ІНВЕСТИВАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЙОГО ОЦІНКА**

*Євдакова Д.В., студентка,  
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

В сучасних умовах національної економіки, структура основного капіталу виступає тим факторним впливом, який спричиняє безпосередній вплив на фінансовий стан підприємства, довгострокову платоспроможність, розмір дохідності та рентабельну діяльність. Внаслідок чого значно підвищується роль фінансування з одночасним формуванням оптимальної структури капіталовкладень, нарощення виробничої потужності підприємств у виконанні завдань виробничої програми зокрема, та господарської діяльності в цілому. Від вкладень в основний капітал також простежується і залежність рівня результативної діяльності підприємства, що дозволяє визначати оцінку ефективного його використання, і перш за все засобів виробництва.

Проте на сьогодні структурне формування основного капіталу переважної більшості вітчизняних підприємств відбувається під дією стохастичного впливу, не використовуючи прийоми аналітико-математичного обґрунтування оцінки економічної ефективності інвестиційних ресурсів. Така ситуація потребує нагальності управлінського впливу на інвестиційні процеси

підприємства щодо доцільності залучення і ефективного використання інвестованого капіталу із своєчасними заходами коригування його структурної складової.

Як правило джерелами інвестування основного капіталу може бути самофінансування на основі власних коштів, як внутрішньогосподарські резерви підприємства, а також залучені кошти, в тому числі і від іноземних інвесторів. Звідси ефективність інвестування основного капіталу має під собою певне підґрунтя — механізм фінансування як сукупність процедур із залучення, розміщення та використання вкладених коштів, що відповідає інструментам фінансового забезпечення інвестиційних процесів підприємства щодо залучення ресурсів у зміцнення його виробничо-технічного потенціалу.

Підходячи комплексно до інвестування підприємств, необхідно врахувати такі етапи як планування, організація, мотивація та оцінка, що спонукає вирішенню певних завдань.

Особливого значення тут набуває оцінка — оцінка економічної ефективності інвестиційних проектів, яка має визначати спрацювання механізму фінансування, під яким розуміється сукупність методичних підходів та інструментарію фінансового забезпечення інвестиційного процесу та досягнутий при цьому результат інвестування. Результатами такої оцінки буде проведений фінансовий аналіз кожного з інвестиційних проектів, де на основі зіставлення ефекту і витрат від його впровадження, визначається рівень інвестиційних ризиків та узгодженість величини інвестиційних проектів з потребами підприємства. [1]

При цьому має існування значної кількості певних показників і методів у визначенні ефективності і витрат за різновидами проектного інвестування. Це передбачення процесної розробки необхідних технологічних, маркетингових, організаційних та інших досліджень у складанні капітального бюджету за проектним інвестуванням, який зосереджує всі інвестиційні витрати у часовому їх інтервалі, де показники результативності (доходи, витрати) повинні

розглядатися в площині проведеного фінансового аналізу інвестиційних проектів і безпосередньо відноситись до інвестиційних процесів підприємства.

Теорія фінансового аналізу проектів інвестування є базовою концепцією оцінки вартісної категорії грошей у часі, це означає, що певна сума грошей за вартісною їх величиною в інвестиційному проекті, функціонально спонукає виникненню певного грошового доходу і витрат за часовим лагом. Прикладом цьому є те, що теперішня вартість грошової одиниці (будь-якої) на сьогодні буде більше, ніж та яка може бути отримана інвестором у майбутньому періоді. Така концепція фінансового аналізу потребує проведення дисконтування (визначення теперішньої вартості грошей) інвестиційних проект, як визначення певного інвестиційного доходу і витрат. [2]

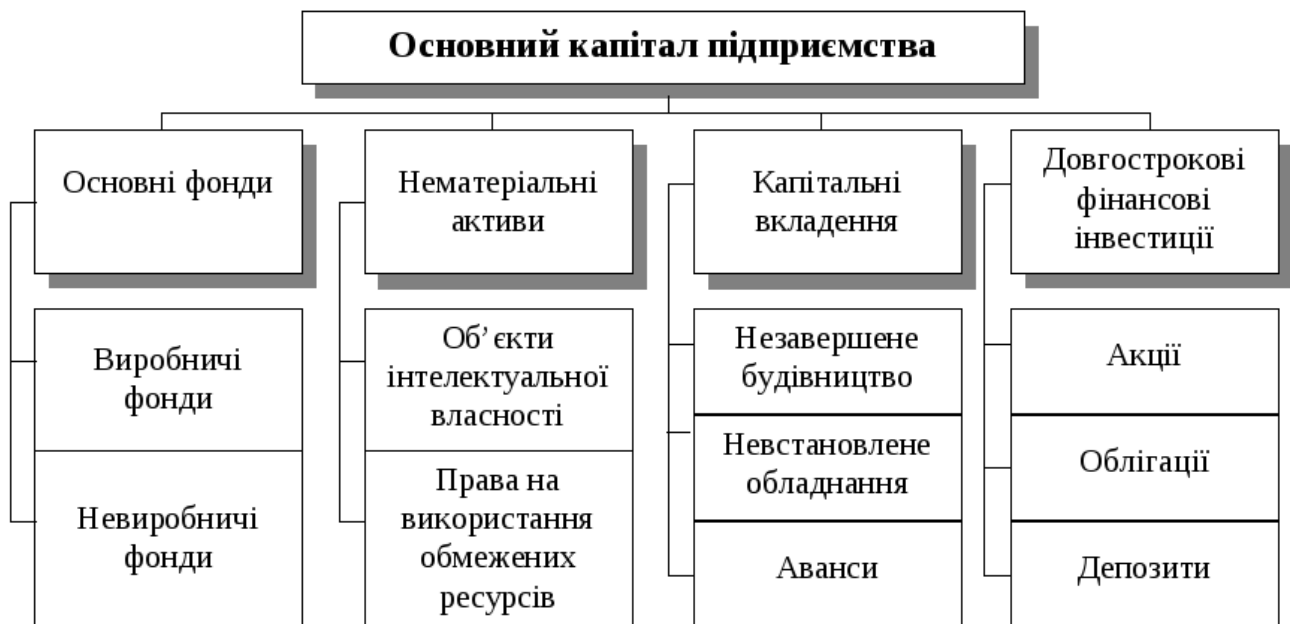


Рис. 1. Основний капітал підприємства

Таким чином інвестиційний вплив на обсяг і структуру основного капіталу підприємства передбачає формування джерел фінансування, як стратегічну ціль підвищення ефекту від його використання. За такого підходу це відповідатиме налагодженому інвестиційному механізму з чітко поставленими цілями і завданнями та контролю за ним, що сприятиме удосконаленню методики визначення та проведення оцінки економічної ефективності використання основного капіталу підприємства із розробкою напрямів впровадження процесу управління його оптимізації.



Активізація інвестиційної діяльності підприємств повинна бути спрямована на оновлення їх матеріально-технічної бази із впровадженням новітніх технологій виробництва продукції, поліпшення інфраструктури виробництва, як одного із факторів капіталізації основних засобів — отримання необхідних грошових і матеріальних ресурсів. Причому традиційна довгостроковість інвестицій являє собою вкладення у придбання засобів праці для забезпечення неперервності виробничого циклу господарської діяльності, і виправдовує себе коли отримана економічна користь від її дії. [3]

Отже, економічна природа інвестиційного ресурсу основних засобів підприємств прямо пов'язана з отриманням і використанням прибутку, де прибуток є головним, власним джерелом фінансування (мікроекономічний ефект), і виступає як один із факторів капіталізації основного капіталу.

### **Список використаних джерел**

1. Олійник Т. І. Державний інструмент інвестиційного впливу на процес відтворення основних засобів аграрних підприємств / Т. І. Олійник // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет конференції «Проблеми та перспективи фінансового забезпечення аграрного сектору: вітчизняний та зарубіжний досвід», 25 квітня 2017 р., м. Київ, 2017. — С. 107-109.
2. Пересада А. А. [Інвестиційний аналіз: навч.-метод. посібник / А. А. Пересада, С. В. Онікієнко, Ю. М. Коваленко. - К.: КНЕУ, 2013. - 134 с.
3. Колесник В. О. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності в Україні // В. О. Колесник, І. В. Тімар // Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі» (8 грудня 2017 р.). Т. 1. — Вінниця: ТОВ «Нлан-ЛТД», 2017. — С. 117-119.

**УДК 339.9:664.1**

### **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦУКРУ В УКРАЇНІ**

*Журенко Д.В., студент,  
Кузьменко С.В., кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Стратегічний курс України на інтеграцію у європейське співтовариство вимагає ефективних управлінських рішень на загальнодержавному і секторальному рівнях, використання вітчизняного, в тому числі аграрного

потенціалу задля отримання конкурентних переваг та підвищення добробут. Зважаючи на те, що цукровиробництво відноситься до традиційних видів діяльності в Україні, враховуючи сприятливі природні умови, що дозволяють розвивати власну ефективну сировинну базу і сприяти економічному зростанню суміжних галузей, формування та реалізація унікальної стратегії розвитку цукрової промисловості України в сучасних умовах набуває особливої актуальності. Побудова абсолютно нової, надсучасної, технічно досконалої галузі, яка не тільки б задовольнила потреби внутрішнього ринку, але і достойно змогла б представити нашу державу на світовому ринку [1].

Вітчизняне цукрове виробництво залишається одним зі стратегічно важливих напрямів АПК та зберігає перспективи стабілізації попри певні проблемні аспекти у розвитку галузі. Виробництво цукру останніми роками стабілізувалося на рівні 2 млн. т, що не в останню чергу є результатом цілеспрямованого підвищення середньої урожайності цукрових буряків (фабричних) за рахунок впровадження нових високопродуктивних гібридів та інноваційних технологій його вирощування [3].

За останній рік цукрова галузь зарекомендувала себе в якості провідного світового експортера бурякового цукру і показала, що ми можемо бути конкурентними на ринку. Цього вдалось досягнути за рахунок збільшення посівних площ, запуску додаткових виробничих потужностей та підвищення врожайності цукрових буряків. Окрім того, виробництво цукру I-ої категорії в цьому році досягнуло рекордних 50% в загальній структурі, що свідчить про те, що виробники активно модернізують виробництво та інвестують в розвиток сектору [4].

Нарощування обсягів і підвищення конкурентоспроможності виробництва цукру й цукросировини є одним з головних завдань, що стоять перед аграрним сектором України, вирішити яке можна лише на основі інтенсифікації галузі на енергозберігаючій основі. Як свідчить досвід економічно розвинених країн, цукробурякова галузь вимагає зростаючих витрат енергії невідновлюваних природних ресурсів, обсяги яких обмежені, а вартість

постійно зростає. Тому нарощування виробництва цукросировини на одиницю спожитих енергоносіїв є важливим господарським завданням.

Одним зі стратегічних напрямів розвитку цукрової галузі за умов скорочення внутрішнього попиту є переорієнтація продукції на експорт та пошук нових каналів збуту. У 2018 р. впродовж січня-серпня експорт за товарною позицією «Цукор із цукрової тростини або з цукрових буряків у твердому стані» становив 386,5 тис. т. Середньозважена ціна експорту 1 т цукру сягала 384,38 доларів США проти 467,39 доларів США у 2017 р. та 494,52 доларів США у 2016 р. [4].

За даними НАЦУ «Укрцукор», Україна вичерпала квоти на безмитні поставки цукру в ЄС за перший календарний місяць. Вже станом на 30 січня 2019 року була вичерпана квота на безмитні поставки цукру в ЄС в обсязі 20 тис. т. Це свідчить про те, що цей напрямок залишається пріоритетним для українських виробників, особливо з огляду на логістичну близькість та загальносвітовий дефіцит, який очікується наступного маркетингового року [4].

Україна має досить непогані перспективи для виробництва та споживання біологічних видів палива. Біопаливо, особливо в сьогоdnішніх складних економічних умовах, має дуже велике значення у забезпеченні стійкого розвитку вітчизняного аграрного сектора. Вітчизняна індустрія біопалива пропонує нам біогаз, біоетанол і «зелену» електроенергію. Кожен із цих видів біологічного палива більш-менш розвинений [2]. Однак, той величезний потенціал альтернативної енергетики, яким володіє Україна, не використовується повною мірою. Якщо порівнювати з країнами Євросоюзу, то наша країна ще тільки на шляху до повноцінного використання власних ресурсів [2]. Україна, в основному, імпортує нафтопродукти, а ціни на них залежать від курсових коливань долара та сезонності. Тому провідні фахівці рекомендують Україні переорієнтуватися на виготовлення біопалива. Найближчим часом вітчизняний біопаливний ринок істотно зміниться. У минулому році почав діяти закон про виготовлення біопалива та його

використання. Таке паливо має містити біокомпоненти. Крім того, у цьому році відсоток біоетанолу в бензині має відповідати 7%-й нормі [2].

У нашій країні виробництво біоетанолу за новими технологіями буде набагато конкурентнішим саме на цукрових заводах, порівняно зі старими існуючими біоетанольними заводами. З 1000 кг буряків виробляється 130 кг цукру, 40 кг меляси, 800 кг жому (або 238 кг пресованого), 68 кг (83 л) біоетанолу. Всі побічні продукти цукрового виробництва, а також буряки є сировиною для одержання біоетанолу і біогазу. Зокрема, з 1 т меляси бурякової при різному вмісті цукрози в ній виробляється біоетанолу: при вмісті 46,0% – 229 кг (290 л), при вмісті 48,0% – 237 кг (300 л), при вмісті 52% – 259 кг (328 л) [55], з 1 т пресованого жому можна одержати 100 м<sup>3</sup> біогазу [5].

На зменшення сукупного попиту цукру на внутрішньому ринку перш за все сприяє зменшення чисельності населення України, в тому числі за рахунок втрати частини території з її населенням (тимчасово окупована територія АР Крим, частина зони проведення антитерористичної операції в Донецькій та Луганській областях), та варіативна зміна експорту, що характеризується загальною тенденцією до зменшення і вказує на суттєвий вплив глобалізаційних процесів на стабільність попиту на ринку цукру України.

Прогнозування обсягів виробництва цукрової промисловості базується на умові реалізації комплексу заходів щодо реструктуризації галузі, її модернізації та диверсифікації виробництва. З урахуванням необхідності задоволення внутрішнього попиту на цукор, забезпечення стабільного експорту, освоєння і розширення виробництва біопалива прогнозується збільшити обсяги переробки цукрових буряків на 3,3% порівняно із 2018 р., що забезпечить виробництво цукру на рівні 1950 тис. т у 2020 р., біоетанолу – на рівні 310 тис. т.

### **Список використаних джерел**

1. Буряк Р. І., Кузьменко С.В. Дослідження кон'юнктури ринків агропродовольчої продукції: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2017. 685 с.
2. Діброва А. Д., Чебан І. В. Теоретичні і практичні засади формування ринку біоенергії в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія:

Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 25(2). С. 8-11.

3. Фурса А. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності бурякоцукрового виробництва. Економіка АПК. 2016. № 11. С. 30-39.

4. Офіційний сайт Науково-інформаційного вісника «Цукрова галузь»// [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://sugar-journal.com.ua/> (дата звернення: 14.10.2019).

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.10.2019).

**УДК 338.43.01/01 (075.8)**

## **СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Іванчук Я.О., студентка,  
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності сучасних підприємств залежить від їхньої здатності до успішного управління експортним потенціалом. В умовах поглиблення глобалізаційних і євроінтеграційних процесів доцільним є формування своєчасного й цілісного підходу до реалізації всіх складових експортного потенціалу, в тому числі використання високоякісної сировини, впровадження новітніх технологій у систему виробництва й просування товару, максимальна адаптивність стратегії підприємства до вимог мінливого зовнішнього середовища, гнучкість у реалізації експортної політики та створення умов для співпраці «підприємство – держава». Особливої актуальності набувають питання формування та ефективного використання експортного потенціалу виноробної галузі України.

Експортний потенціал є однією з важливих складових економічного потенціалу та є однією з найбільш досконалих та розвинутих його складових, яка є своєрідним показником розвитку та конкурентоспроможності як окремих суб'єктів, так і країни в цілому та ефективності її участі у міжнародному поділі праці.[1]

Експортний потенціал притаманний суб'єктам різних ієрархічних рівнів: підприємству, галузі, регіону, країні. Відповідно між ними існує тісний взаємозв'язок: експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів регіонів та експортних потенціалів окремих галузей. Вони в свою чергу складаються з експортних потенціалів підприємств, які є основою цього ланцюга, адже саме підприємства здійснюють експортну діяльність, тобто забезпечують реалізацію експортного потенціалу, як суб'єкти ЗЕД.

Таблиця 1

Структура експорту винограду з України у 2017р

Показник	Кількість, кг	Вартість, тис. дол. США	Ціна, дол. США/т
Виноград свіжий та сушений			
Усього	104557,0	105,3	1006,7
У тому числі:			
Білорусь	79865,0	43,1	539,6
Молдова	15114,0	38,5	2544,6
Нідерланди	4875,0	9,3	1911,9
Виноград свіжий столовий			
Усього	81890,0	49,9	609,8
У тому числі:			
Білорусь	79865,0	43,1	539,6
Виноград сушений			
Усього	22668,00	55,3	2440,60
У тому числі:			
Молдова	15114,0	38,5	2544,57
Нідерланди	4871,0	9,3	1910,45

Джерело: Заданими Державної служби статистики України [3]

Вітчизняний виноград має низьку конкурентоспроможність на світовому ринку, де однією з причин виступає його якість.

Підтвердженням цього може бути дослідження експорту українського винограду. Так, у 2017 р. з України було експортовано 104,5 тис. т винограду на 105,3 тис. дол. США (табл. 1.). Основними країнами-експортерами були Білорусь, Молдова та Нідерланди. Серед них на Білорусь припадало 86,4% усього реалізованого свіжого столового винограду. Тобто основним покупцем свіжого вітчизняного винограду стала саме країна. Інші гравці ринку не виявляють зацікавленості до його закупівлі в Україні.

Необхідні тенденції простежуються на ринку сушеного винограду. У загальній структурі його експорту 69,6% становить Молдова. Хоча тут слід відзначити зростання зацікавленості інших покупців. Так, у 2017 р. 16,8% виручки від експорту сушеного винограду припадало на Нідерланди. Звідси, на міжнародному ринку зростає інтерес до такої української продукції. Проте, основною причиною тут швидше за все є ціна, що пропонується.[2]

Основними викликами для подальшого розвитку виноробної галузі України в контексті нарощування експорту продукції виноробства є:

- необхідність гарантування безпечності продукції (санітарні та фітосанітарні заходи, розвиток системи державного контролю);  
- стимулювання пропозиції (нарощування виробництва) в умовах обмеженого внутрішнього попиту;

- недостатній рівень розвитку інфраструктури аграрного ринку і каналів реалізації продукції;  
- необхідність поліпшення умов доступу до зовнішнього ринку для вітчизняних експортерів;  
- невідповідність обсягів виробництва винограду потребам населення та виноробству;  
- проблеми організаційно правового характеру.

З метою вирішення цих проблем наведемо модель стратегії розвитку виноградарства і виноробства України (табл.2).

Таблиця 2

Модель стратегії розвитку виноградарства та виноробства України

Стратегічні напрями	Механізм реалізації стратегічних задач та напрямів
Доведення обсягів виробництва винограду до обсягів потреб населення та виноробів	Проектування й закладання нових насаджень на основі комплексного аналізу агроекологічних умов з метою оптимального розміщення виноградників, підвищення врожайності та обсягів виробництва. Проведення виваженої сортової політики. Нарощування обсягів виробництва садивного матеріалу винограду вищих селекційних категорій. Впровадження інтенсивних, ресурсозберігаючих технологій закладання та догляду за виноградниками
Підвищення рівня якості продукції та її доведення до відповідності світовим стандартам	Матеріально-технічне переоснащення виноградарських, розсадницьких і виноробних підприємств. Складання та ведення кадастру виноградників. Налаштування системи контролю якості продукції. Розвиток середнього і малого підприємництва в галузі виноградарства. Створення ефективної системи забезпечення кадрами. Поглиблення науково-методичного та інформаційного забезпечення галузі.
Розвиток інфраструктури аграрного ринку та каналів реалізації продукції	Створення ринкової інфраструктури, форм і механізмів організованої оптової торгівлі та напрямки товаропотоків сільськогосподарської продукції через прозорі процедури аграрного ринку. Розвиток продовольчих оптових ринків, виставок, ярмарків, агроторгових домів, мережі сільськогосподарських обслуговуючих фірм, моніторинг ринку.

Вирішення інших проблем організаційно-правового характеру	Впровадження зваженої цінової політики на ринку винограду і матеріально-технічних ресурсів. Налаштування паритетних економічних відносин між суб'єктами інтеграційної структури «виробник винограду – виробник вина». Удосконалення страхової, податкової та кредитної політики у сфері виноградарсько-виноробного виробництва
---	--

Джерело: [3]

### Список використаних джерел

1. Аметова Е. І. Теоретичні положення визначення експортного потенціалу за умов глобалізації / Е.І. Аметова // Україна і світові товариства: теорія і практика господарювання : міжнарод. наук.-практ. конф., 31 жовт.–1 лист. 2008 г. : тези. — Сімферополь : ЧП «Підприємство Фенікс», 2011. — С. 31–32. — (0,2 друк. арк.).
2. Лупенко Ю. О. Сучасні тенденції розвитку ринку продукції виноградарства в Україні. *Виноградарство і виноробство : міжвідомчий тематичний науковий збірник*. Одеса, 2015. Вип. 52. С.119–122.
3. Площі, валові збори та урожайність сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду у 2012-2016 рр. Статистичний бюлетень. Київ : Державна служба статистики України, 2017 р. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Про затвердження нормативів, у межах яких проводиться компенсація у виноградарстві, садівництві і хмелярстві, форм звітності та переліку обладнання, механізмів і техніки : Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 20.03.2018 р. № 151. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0373-18#>.
5. 5 питань та відповідей про виробництво та експорт вина в Україні <http://www.bakertilly.ua/news/id1239>
6. Гаркуша О. Ю. Науковий підхід до обґрунтування стратегії розвитку виноробних підприємств / О. Ю. Гаркуша // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. - Вип. 37. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2014. - С. 248-260.
7. Лазарева Н.О. Про тенденції розвитку ринку вина в Україні та світі / Н.О. Лазарева, А.Г. Гончарук // Проблеми та перспективи розвитку національних економік: від мікро- до макрорівня: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 8 квітня 2016 р.). – Одеса: МГУ, 2016. – С. 156-159.
8. Горкавий В.К. Державна підтримка формування аграрного ринку за умов глобалізації. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Економічні науки. 2013. № 7. С.49-54.
9. Матвеев В. В. Шляхи підвищення конкурентного потенціалу виноробних підприємств України [Електронний ресурс] / В. В. Матвеев // Інтелект ХХІ. - 2015. - № 1. - С. 35-41.
10. Єрмаков О. Ю., Удахін В. В. Інтенсифікація виробництва винограду на інноваційній основі. *Агросвіт*. 2009. № 8. С.37-40.



## EXPORT POTENTIAL OF GRAIN INDUSTRIES OF UKRAINE

Ivanyuta Y.Y., student,  
Mishchenko I.A., Phd, Associate Professor,  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

The most important component of the agro-industrial complex is the grain industry, which determines the basis of the country's economic security. Grain production occupies a leading position in the structure of the agrarian sector of the Ukrainian economy. The level of efficiency of its development depends on the well-being of the population, the guarantee of national food security, the export potential of the country. To maintain a position in the international arena for the sale of grain, domestic producers need to constantly invest in improving the efficiency of the industry, to introduce innovative technologies for the production of competitive products.

Grain production is one of the most important areas of the agrarian sector of Ukraine. In today's reality, when almost all segments of the national economy are affected by crisis factors, the grain subcomplex, with a record gross output of 66 million tons, remains a profitable and currency-providing budget of Ukraine. Cereal crops account for up to 50% of the total grain harvest and have certain advantages over other crops of grain wedges, namely the ability to grow winter and spring forms, which reduces the risk of crop failure. Maintaining positive trends in the development of the grain subcomplex and increasing the gross production of grain is possible both through the use of high-quality seeds of high-yielding cereals, and through the introduction of modern innovative approaches to the production of cereals with compliance with world quality standards.

Grain production provides over 25% of the gross output of the agricultural sector of Ukraine. Cereal crops account for a large share (over 60%), in particular, wheat is almost 40% and barley is 20%. Grain production of cereals is dominated by agrarian enterprises that grow more than 70% of the total grain volume.

Investment in the efficient functioning of agricultural enterprises in the grain market is a pressing problem today. This is due to the importance of grain on the following factors: first, as a strategic product that provides national food security and

determines the export potential of the agricultural sector of the economy; second, as raw materials for the grain processing industry and an important energy feed for animals; third, as an affordable energy source by processing grain into bioethanol; fourth, its production is the main source of income needed for the reproduction of agricultural production and the like. The state of the grain industry determines the standard of living of the population.

In today's conditions, the grain economy of Ukraine is developing unstable, there are significant fluctuations in crop yields, and there is a noticeable difference between the gross grain harvest of advanced and lagging agricultural enterprises. The main problems of its operation include insufficient investment support.

In the conditions of limitation of availability of financial and credit resources for grain producers, reduction of its production cost and increase of productivity are of top priority. Over the last year, the cost of agricultural machinery, raw materials and materials used to grow the grain group has increased significantly. The problems of increasing the volume and efficiency of grain production are one of the key issues in agricultural policy. The solution to this problem is clearly regional in nature, driven by the growing responsibility of the regions for providing food to the population.

The development of theoretical issues of ensuring the efficient production of grain crops and the formation of an organized agrarian market are devoted to the work of domestic scientists. Their efforts created a solid theoretical and methodological foundation for the study of the problem, and many of its methodological and applied aspects were solved. However, some issues of this multifaceted problem have not been sufficiently investigated. The processes of pricing of agricultural production in an imperfect market, as well as the question of quantitative and qualitative assessment of the impact of macroeconomic factors on the competitiveness of the industry have not been comprehensively studied.

The purpose of the master's thesis is to substantiate theoretical and methodological foundations and practical recommendations for improving the efficiency of grain production in agrarian enterprise.

To achieve this goal, we have defined the following tasks:

- to substantiate the methodology for the study of efficiency in grain production;
- to carry out organizational and economic characteristics of the enterprise;

- to analyze the development of technologies and organization of grain production in the enterprise;
- determine the efficiency of grain production in the enterprise
- to substantiate the strategic plan for increasing the competitiveness of grain production in the enterprise;
- propose a strategy for improving grain quality as a reserve for increasing the economic efficiency of the production process;
- to determine organizational and economic measures to improve the efficiency of the grain industry.
- to summarize the theoretical nature of the economic efficiency of production in agriculture;
- to determine the current state and trends in the development of grain production;

The object of the study is the production process of growing cereals in the enterprise.

The subject of the study is a set of theoretical, methodological and practical aspects to improve the efficiency of grain production.

In-depth research was carried out on the materials of JSC “Dawn” of Yagotinsky district of Kyiv region.

The following methods were used in the course of the research: dialectical and abstract-logical methods, by means of which substantiation of theoretical bases of master's work and formation of conclusions were made. In the course of the research, a systematic approach to the analysis of social processes and forms of management, methods of economic and statistical analysis were used to study the main economic and financial indicators of the current state and efficiency of grain production.

The information base of the study was the legislative and regulatory acts of Ukraine on the development of the grain market, information and analytical collections of the State Statistics Service of Ukraine, regulatory reference and scientific literature on the topic of research, annual financial reports of the enterprise, information from the Internet, the results of its own observations and studies, etc. .

## **References**

1. Boyko V.I. Grain and the market: a monograph. - K .: Institute of Agricultural Economics, 2007. - 312 p.
2. USDA Official Website [Electronic resource]. - Access mode <https://www.usda.gov/>

3. WorldBank. URL: [https://lpi.worldbank.org/international/global? Sort = asc & order = Logistics% 20competence # datatable](https://lpi.worldbank.org/international/global?Sort=asc&order=Logistics%20competence#datatable).

**УДК 331.101.3:658**

## **УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Італьянцева Р., студентка,  
Кузьменко С.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Головною умовою сталого і ефективного функціонування економіки країни є постійне вдосконалення діючих систем управління підприємствами на базі використання сучасних досягнень менеджменту і підприємництва. Особливу роль в менеджменті відіграють принципи, методи та способи мотивування праці, які виступають ведучим організаційно-економічним інструментом управління трудовою діяльністю працівників підприємств. У зв'язку з цим важливого значення набуває вирішення як теоретичних, так і практичних проблем управління трудовою діяльністю персоналу шляхом застосування нових соціально-економічних методів мотивації праці, що надали б змогу підвищити зацікавленість робітників продуктивно і якісно працювати на підприємствах різних галузей економіки.

На сучасному етапі розвитку економіки України основним ресурсом підприємства стає персонал. Мотивація є головним елементом активізації людського фактора, який не тільки створює матеріальні передумови виробництва, але і забезпечує їх ефективне використання. Ні одна система управління не функціонуватиме досконало, якщо в масштабі країни, регіону або окремого підприємства не буде розроблена ефективна система мотивації праці персоналу, яка би спонукала кожного працювати продуктивно для досягнення особистісних цілей та цілей підприємства [4].

Мотивація широко досліджується впродовж багатьох років вітчизняними та іноземними вченими, які розглядають її з позиції психології, менеджменту, маркетингу та економіки. Мотивацію можна вважати одним із методів

управління, складовою частиною процесу управління, спрямованою на досягнення конкретної мети менеджменту – змусити людей ефективно працювати [3].

Мотивація праці – найважливіший фактор результативності роботи, що становить основу трудового потенціалу працівника, тобто всієї сукупності властивостей, які впливають на виробничу діяльність. Трудовий потенціал складається із психофізіологічного потенціалу (здібностей і схильностей людини, її здоров'я, працездатності, витривалості, типу нервової системи) і особистісного (мотиваційного) потенціалу. Мотиваційний потенціал відіграє роль пускового механізму, що визначає, які здібності і якою мірою працівник буде розвивати і використовувати у процесі трудової діяльності [2].

У формуванні мотивації працівників, підвищенні їхнього самовираження в роботі особливе місце займає соціальна політика підприємства.

По-перше, на підприємстві реалізуються пільги і гарантії в рамках соціального захисту працівників (соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю, безробіттям та ін.), встановлені на державному або регіональному рівні.

По-друге, підприємства надають своїм працівникам і членам їхніх сімей додаткові пільги, які стосуються елементів матеріального стимулювання, за рахунок виділених на ці цілі коштів із фондів соціального розвитку підприємства. Надання додаткових пільг і послуг соціального характеру проводиться або за ініціативою адміністрації, що дійсно втілює в життя принципи соціальної кадрової політики, або в результаті тарифних угод між адміністрацією і радою трудового колективу (профкомом) як виразником інтересів працівників. Ці виплати стають такими ж обов'язковими для виконання, як і ті, що надаються відповідно до трудового законодавства [1].

Таким чином, соціальна політика підприємства (організації) як складова частина менеджменту являє собою заходи, пов'язані з наданням працівникам додаткових пільг, послуг і виплат соціального характеру.

Досвід формування системи мотивації в зарубіжних фірмах різних країн, аналіз існуючої системи стимулювання на українських підприємствах, що зводиться тільки до регулювання оплати праці, дає змогу розробити та впровадити у практику нові підходи до управління мотиваційними процесами на українських підприємствах за такими напрямками, як застосування як матеріальних, так і нематеріальних форм стимулювання працівників, що передбачає оплату праці, різні системи участі в прибутках, системи колективного преміювання, індивідуалізацію заробітної плати, моральні стимули, стимулювання працівників, які займаються творчою працею, шляхом застосування вільного графіка роботи, гуманізації праці; кар'єрний та професійний ріст; соціальні пільги для співробітників.

Отже, система стимулювання праці персоналу на українських підприємствах повинна чітко визначати цілі, встановлювати види стимулювання відповідно до результатів, що досягаються, визначати систему оцінки, період і терміни виплат винагороди.

### **Список використаних джерел**

1. Акименко Н. В., Мамонтенко Н. С. Системна мотивація управлінського персоналу підприємства. БІЗНЕС ІНФОРМ №1-2019 С. 364-370.
2. Климчук А. О., Михайлов А. М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2018, № 1. С. 218-234.
3. Коваленко В. С., Маркова С. В., Олійник О. М. Розвиток та оцінка персоналу як системоутворюючий елемент поліпшення результатів діяльності підприємства в нестабільних умовах. Економіка та управління підприємствами. Вип. 1(12). С. 82-89.
4. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва. Ефективна економіка. 2016. № 4. С. 25-30.

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Кальченко Н., студентка,  
Кузьменко С.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Сприятливі кліматичні умови і якісні земельні ресурси, створили країну з потужним агропромисловим потенціалом та величезними перспективами розвитку сільського господарства. Це надає Україні можливість ефективного розвитку виробництва сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів.

В умовах глобалізації ринку та нестабільного зовнішнього середовища у сільськогосподарських підприємств виникає необхідність застосування ефективного механізму стратегічного управління для забезпечення конкурентоспроможності власної продукції. Динамічний розвиток сучасного ринку та стрімкий вплив науково-технічного прогресу посилюють необхідність стратегічного управління розвитком аграрних підприємств.

Нині в умовах жорсткої конкуренції, яка посилюється на вітчизняному ринку агропродовольчої продукції, коли непрофесійні дії керівництва можуть коштувати великих утрат, а іноді й банкрутства підприємства, поволі проходять часи інтуїтивного ухвалення рішень на основі суб'єктивного вибору напрямів і шляхів розвитку учасників ринку. Все частіше жорстко ставиться проблема вибору чіткої та погодженої стратегії, політики стратегічного управління і планування як для кожного підприємства окремо, так і для галузі у цілому [4].

У світовій практиці виокремлюють три основних види стратегій розвитку підприємства, кожний з яких повністю обґрунтований специфікою виробництва:

1) стратегія зростання (розвитку) відображає намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капіталовкладень;

2) стратегія стабілізації (сталості) характеризує прагнення підприємства зберегти досягнуті обсяги виробництва в умовах суттєвої нестабільності обсягів продажу і прибутку;

3) стратегія виживання – оборонна стратегія в умовах глибокої кризи діяльності підприємства [2].

Аналіз досягнутого стану розвитку підприємства та його потенціалу за допомогою SWOT-аналізу дає змогу визначити загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей: адаптації або формування впливу на середовище [1]. Попереднє визначення проблем розвитку передбачає аналіз сильних та слабких сторін підприємства, зовнішніх позитивних та негативних зовнішніх чинників. Після цього будуть сформульовані основні проекти розвитку підприємства. Аналіз сильних і слабких сторін виявив, що підприємство має значний потенціал для розвитку і нарощування виробництва сільськогосподарської продукції. Проведений SWOT-аналіз дає нам змогу визначити, що в сільськогосподарському підприємстві переважають слабкі сторони, проте є й сприятливі ринкові можливості [1].

Вітчизняним сільськогосподарським підприємствам останні роки критичну ситуацію створюють динаміка ринку, що важко прогнозується, безліч нових директивних рішень і законодавчих актів, «танучі» внутрішні ресурси і зростання агресивності зовнішнього середовища, особливо у фінансовій сфері. У цих умовах велика роль відводиться вдалому застосуванню в практиці підприємств ідей і технологій стратегічного управління господарською діяльністю. Тому стратегія управління господарською діяльністю підприємства передбачає комплексний розвиток та збільшення економічної ефективності підприємства в комплексі з підвищенням конкурентоспроможності [4].

Для того, щоб обрати стратегію подальшого розвитку сільськогосподарського товаровиробника, обрати шляхів її реалізації, необхідно розглядати перераховані фактори, які визначають особливі вимоги до аналізу середовища що є основою стратегічного управління. В сучасних умовах кожному сільськогосподарському підприємству необхідно виявляти істотні



можливості й небезпеки зовнішнього середовища, які будуть впливати на діяльність підприємства в довгостроковій перспективі [3].

Для успішного функціонування сільського господарства України в майбутньому, необхідно створення системи стратегічного управління на всіх рівнях управління сільським господарством у якій обов'язково враховують особливості сільськогосподарського виробництва, специфіку і обумовлені ними труднощі при виборі і реалізації стратегії

### **Список використаних джерел**

1. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2015. 195 с.
2. Бортнік С. М. Практичне застосування збалансованої системи показників як інструмента стратегічного планування діяльності підприємства. Вісник Волинського інституту економіки і менеджменту : наук. журн. 2017. Т. 1. № 10. С. 40-51.
3. Галушко В. П. Ефективність залучення інвестицій в агроформуваннях в умовах ринкової трансформації. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 1. С. 5-10.
4. Лупенко Ю. О. Інноваційно-технологічне забезпечення ефективності функціонування аграрної сфери. Економіка АПК. 2017. № 1. С. 103-109.

**УДК 650.18**

## **ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

Кірієнко К.С., магістр  
Мостенська Т.Л., доктор економічних наук, професор  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, Київ, Україна*

Конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, визначає необхідність підвищення його технічного рівня, необхідний рівень якості продукції, її асортимент, виступає реакцією на виклики ринку.

Загострення конкурентної боротьби на ринку викликає необхідність шукати нові засоби впливу на процес прийняття рішень покупцями.

Результатом конкурентної боротьби є постійне намагання запропонувати споживачеві кращий продукт, поліпшеної якості, за кращою ціною.

Питання конкуренції, конкурентних переваг розглядали в своїх роботах відомі вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких роботи Ф. Котлера, М.Портера, А.А. Томпсона, І. Ансоффа, Г. Асселя, В.І. Герасимчука, І.Л. Решетникової, С.М. Кваші, В.П. Галушка, Е.М. Азаряна, А.Є. Воронкової, Ю.Ф. Ярошенка.

Кожний продукт або послуга цінні настільки, наскільки вони можуть задовольняти потреби споживача, тому в усіх показниках, що характеризують той чи інший продукт або послугу, будуть використовуватися об'єктивні та суб'єктивні, кількісні та якісні параметри й показники, які більшою чи меншою мірою відбивають рівень задоволення потреб. Чим вищий цей рівень, тим більш конкурентоспроможний продукт випускає підприємство.

В умовах загострення конкурентної боротьби одним із важливих завдань для підприємств є оцінювання конкурентоспроможності продукції і підприємства, його конкурентної позиції на ринку та на основі цього визначення напрямів удосконалення продукції, підвищення ефективності взаємодії за споживачами.

Якщо розглядати показники конкурентоспроможності як сукупність системних критеріїв, що використовуються для кількісного оцінювання рівня конкурентоспроможності товару, що побудовані на визначених параметрах конкурентоспроможності, то для кожного підприємства набір цих показників буде різнитись. Перелік таких показників буде залежати від товару, що пропонується, від обраної методики оцінювання конкурентоспроможності та ін.

Власне процес оцінювання конкурентоспроможності продукції можна представити наступним чином (рис.1).

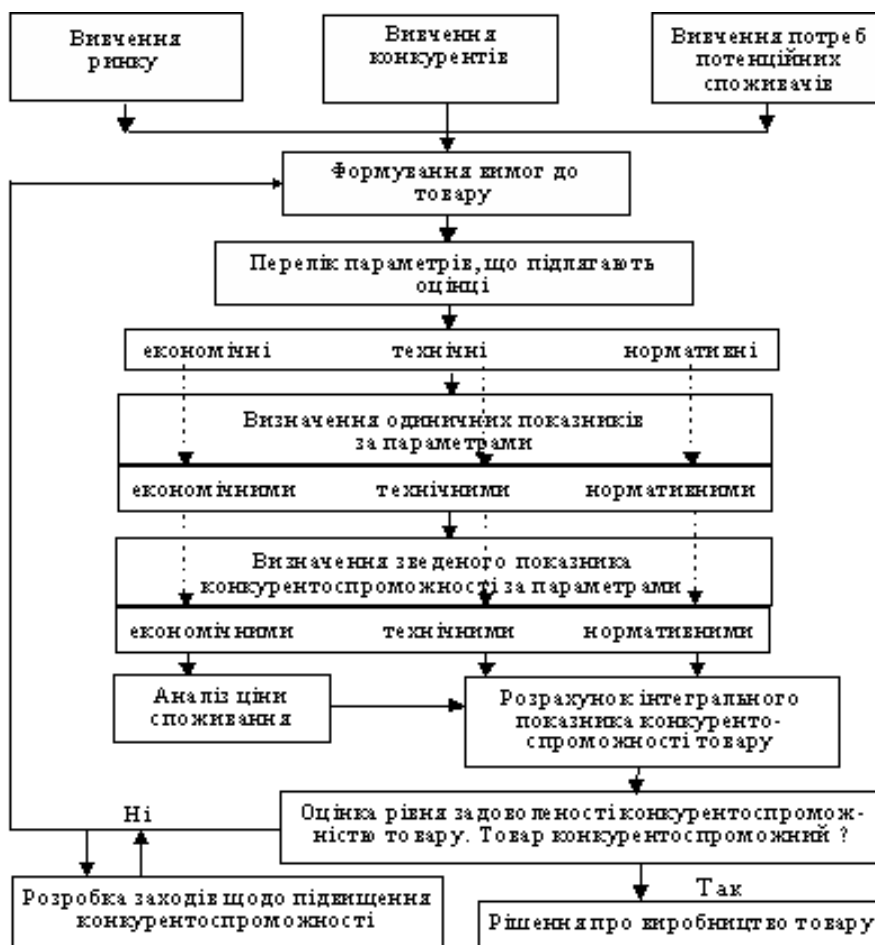


Рис.1. Оцінка конкурентоспроможності товару

Джерело: сформовано на основі [1].

Проведення аналізу конкурентоспроможності підприємства передбачає необхідність визначення чинників впливу на конкурентоспроможність продукції, її сприйняття споживачем.

Крім того, при формуванні асортименту продукції (товарів), враховуються деякі особливості попиту. Попит на непродовольчі товари менш стійкий ніж на продовольчі товари, яким притаманна висока ступінь стійкості, а в окремих випадках – консервативність. Споживач звикає до конкретних видів продукції, тому важливо досягнути стабільності в формуванні асортименту таких товарів, забезпечуючи їх безперервний продаж [2].

Крім того, оцінюючи конкурентоспроможність продукції поряд з оцінюванням споживчих характеристик необхідно враховувати всі рівні витрат на кожному етапі ланцюга створення вартості. Це дозволить виявити можливості зменшення собівартості та резервів одержання додаткового

прибутку та інших економічних, соціальних, інженерно-технічних ефектів тощо [3, с. 201].

Висновки. Конкурентоспроможність товару формує конкурентоспроможність підприємства. Основними характеристиками конкурентоспроможності товарів є відповідність вимогам і уподобанням споживача, характеристики товару повинні відповідати очікуванням споживачів, якість товару та його технічні характеристики повинні формувати у споживачів відчуття ексклюзивності, а співвідношення ціна – якість забезпечувати відповідність аналогічним показникам товарів, що пропонують конкуренти.

Товари, що володіють конкурентними перевагами забезпечують ринкову та комерційну стійкість підприємства та формують стратегічну ринкову стійкість підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк: Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 294 с.
2. Заріцька Н.М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Ефективна економіка. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647>
3. Фарат О.В., Красілич І.О. Ознаки конкурентоспроможності продукції промислових підприємств. *Actual Problems of Economics* №1(163), 2015. С. 193-201.

УДК 631.1

### РОЛЬ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ФУНКЦІОНУВАННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Кизим Н.С., студентка,  
Балановська Т.І., кандидат економічних наук, професор,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Успішне функціонування сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах передбачає ефективну їх діяльність та можливості пристосовування до змінних зовнішніх умов, що є можливим, як показує світовий досвід, за умов раціонального управління маркетинговою діяльністю.

Старостіна А. О. під маркетинговою діяльністю розуміє таку систему управління підприємством, яка спрямована на вивчення та врахування попиту і вимог ринку для обґрунтованої орієнтації виробничої діяльності підприємств на випуск конкурентоспроможних видів продукції [6].

Маркетингова діяльність підприємства спрямована на те, щоб досить обґрунтовано, враховуючи запити ринку, встановлювати поточні і, головне, довгострокові (стратегічні) цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент і якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток [2].

В свою чергу, процес управління маркетинговою діяльністю – це аналіз, планування, реалізація та контроль маркетингових заходів, розрахованих на встановлення і закріплення вигідних обмінів з цільовою аудиторією для досягнення поставлених цілей [5].

На сьогодні керівництво переважної більшості сільськогосподарських підприємств не виділяє маркетинг як окремий напрям діяльності та вважає недоцільним створювати спеціалізовані маркетингові служби. Досвід провідних зарубіжних та вітчизняних підприємств підтверджує, що маркетинг – успішний інструмент досягнення бажаних результатів і підвищення ефективності підприємницької діяльності. Тому особливої актуальності набуває процес розробки дієвої маркетингової структури у конкретних суб'єктах господарювання аграрної сфери, що сприятиме забезпеченню підприємствам бажаного рівня прибутковості та високого рівня конкурентоспроможності в умовах розвитку ринкових відносин в Україні.

За результатами аналізу літературних джерел запропоновано алгоритм формування структури управління маркетинговою діяльністю у сільськогосподарських підприємствах України (рис. 1).

Створення маркетингових структурних одиниць має базуватися на засадах комплексності, системності та раціоналізації організаційних підходів. На практиці формування дієвої маркетингової служби сільськогосподарського підприємства залежить від багатьох факторів, зокрема, і від його розмірів.

Так, у великих за розмірами підприємствах доцільно створювати маркетингові служби, у середніх – маркетингові відділи, а у малих ці функції

може виконувати безпосередньо керівник суб'єкта господарювання або фахівець, якому він це делегує.



Рис. 1. Алгоритм побудови структури управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарського підприємства України  
Джерело: розроблено на основі літературних джерел [1; 3; 4]

Крім того, маркетингова діяльність повинна бути максимально інтегрована у загальну діяльність сільськогосподарського підприємства.

### Список використаних джерел

1. Балановська Т. І., Степенко О. В. Формування дієвої структури управління маркетингом в сільськогосподарському підприємстві. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2010. №4 (54). С. 213–214.
2. Гаркавенко С. С. *Маркетинг: підручник*. Київ: Лібра, 2008. 276 с.
3. Гоголя О. П. Формування системи управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 168. Ч. 1. С. 185–193.
4. Меленчук Ю. Т. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Технологічний аудит і резерви виробництва*. 2015. № 1/6(21). С. 18–21.
5. Примак Т. О. *Маркетинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.; вид. 2-ге, випр. та доп.* К.: МАУП, 2007. 228 с.
6. Старостіна А. О. *Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник*. Київ: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.

## ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ З ЄС

Клименко Є.В., студент,  
Коваленко Н.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Нинішній етап розвитку агрохарчового сектора економіки характеризується, з однієї сторони, потенційно широким спектром напрямів експорту сільськогосподарської та харчової продукції, а з другої, – обмеженими можливостями її реальної продажі за межами України унаслідок впливу низки різнопланових обставин. Одна із найважливіших серед них - традиційна орієнтація на продовольчі ринки пострадянських країн, серед яких найбільшим імпортером виступала Російська Федерація. Така ситуація була сприятлива для України до початку 2010 років. Але зміна політики РФ по відношенню до України, її постійне погіршення знайшло продовження в розгортанні торговельно-економічних відносин загалом, а особливо у сфері експорту-імпорту харчової та сільськогосподарської продукції.

Основними ринками експорту вітчизняної агропродовольчої продукції є такі країни, як Іспанія, Нідерланди, Італія, Польща та Франція. Саме до цих країн Україна спрямовує понад 66% власного експорту до країн ЄС. Основними статтями експорту протягом останніх років стали кукурудза (1,6 млрд дол. США), ріпак (0,9 млрд дол. США), шрот і макуха (0,5 млрд дол. США) та соняшникова олія (0,4 млрд дол. США) (Рис. 1).

З-поміж всієї номенклатури агропродовольчої продукції, що експортується з України, найбільшу частку займають групи зернових культур, насіння рослин, тваринні та рослинні жири і деякі відходи харчової промисловості, до яких і належать вищезазначені товари [1].

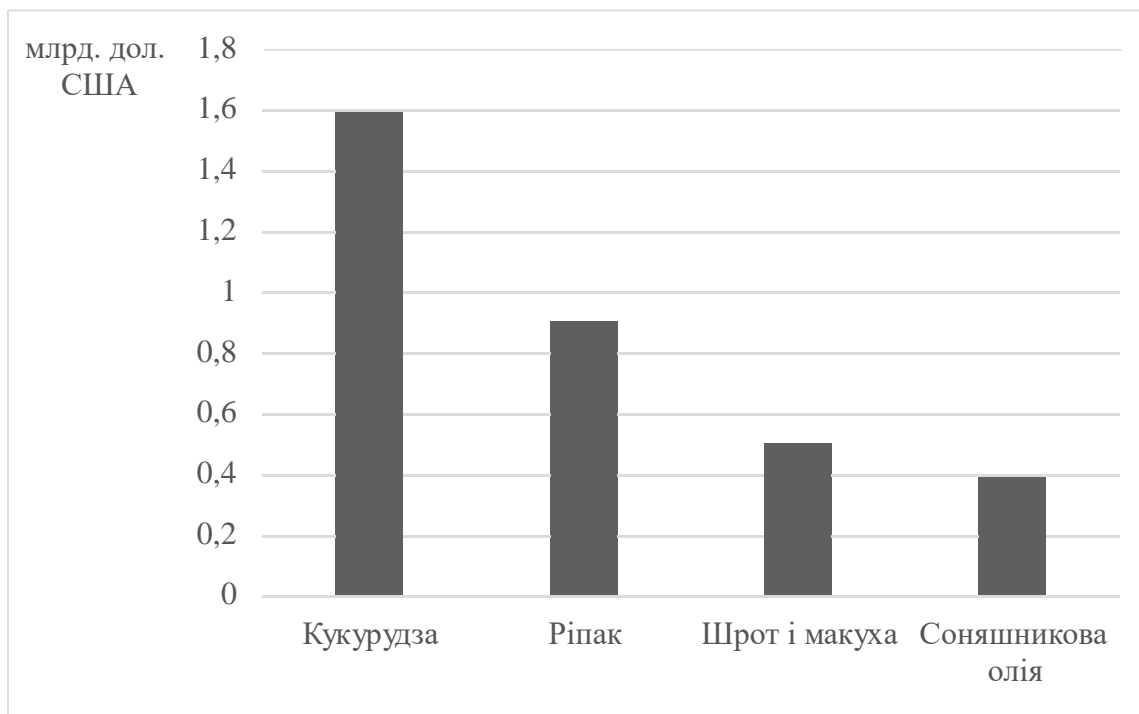


Рис. 2.3. Структура експорту з України до ЄС продукції рослинного походження

Джерело: побудовано автором за даними Держстату України [1], з наведенням коду товарної структури зовнішньої торгівлі згідно класифікації УКТЗЕД

Загалом у 2018 році Україна експортувала до країн Європейського Союзу товарів рослинного походження на суму в 9,9 млрд дол. США. Найпомітніший внесок, близько 1,7 млрд дол. США, належить кукурудзі (32% експортується до Іспанії, 18% до Італії, 16% – до Нідерландів). З-поміж даної групи, решта припадає на пшеницю (1,6%) та сорго (1,7%). Експорт насіння і плодів олійних культур в 2018 році склав 1,3 млрд дол. США, де лише ріпаку експортовано на 918 млн дол. США. Товари, що відносяться до даної групи, найактивніше купуються Францією, Нідерландами та Італією [2].

За даними міністерства АПК, станом на 9 жовтня 2019 року вже вичерпані на 100 % імпорتنі тарифні квоти ЄС на такі українські товари, як мед, цукор, крупи і борошно, оброблений крохмаль, оброблені томати, виноградний і яблучний соки, пшениця, кукурудза, м'ясо птиці та вершкове масло [3].

Отже, для того, щоб прискорити розвиток європейського вектору експорту української агропродукції необхідно здійснити такі кроки:

- 1) адаптація національного законодавства до європейського;



2) верифікація (перевірка) спеціалізованими органами ЄС на відповідність та визнання конкретного виробництва і його продукції Європейською Комісією;

3) повна інтеграція вітчизняного агрохарчового виробництва з аграрним сектором ЄС.

### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Trade Map, List of exporters for the selected product. [Electronic resource]. - Mode of access: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx)
3. [Офіційний сайт](#) об'єднання провідних агропромислових компаній України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ucab.ua/ua/pres\\_sluzhba/novosti/ukraina\\_zakrila\\_10\\_kvot\\_na\\_bezmitniy\\_eksport\\_do\\_es](http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/ukraina_zakrila_10_kvot_na_bezmitniy_eksport_do_es)

**УДК 338.43.01/01 (075.8)**

## **HOW UKRAINE CAN FEED A HUNGRY PLANET: THE CHALLENGES AND CONTRIBUTION**

Kobyzskyi Pavlo, student  
Dibrova Larysa, PhD in Economics, Associate Professor of  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

World has faced with some of the big challenges in global agricultural systems. It means a continuation of negative current trends in food consumption and production: growing urban population, increasing food intakes, wasting quite a bit of food, etc. The same on production side, it strives into an intensive agriculture that continues to apply a lot of fertilizer, pesticides and water. Therefore, agriculture is really at the center of sustainable development.

In this research, the author determined the central role of Ukrainian agriculture in achieving the Sustainable Development Goals, as well as the contribution, which Ukraine has given solving those problems.

The first big challenge is that the world still suffers widely from malnutrition problems. Malnutrition is a condition when essentially means people either eating a

diet that contains too few or too many nutrients. According to FAO, globally 800 million people suffer from chronic hunger, but there also are 2 billion people who have micronutrient deficiencies and another 2 billion - overweight or obese [1, p. xii-xiii].

Malnutrition is no serious problem in Ukraine, comparing to global situation in general. However, the Ukrainian diet is unbalanced because of local purchasing power. At the same time, domestic products can satisfy almost 90 percent of the population's food needs [2, p. 16]. The Ukraine makes a huge contribution to solve undernutrition problems, whereas agricultural products are known in almost 200 countries worldwide. In global markets, Ukraine is the largest exporter of sunflower oil, the third largest exporter of maize and oil seeds, the fourth largest exporter of barley and the sixth largest exporter of wheat.

The second big challenge is that the world population is growing. The median scenario of the United Nations predicts 9.7 billion people by 2050 [3]. Most of the growth is happening actually in Africa, where the population in that period may double. Urbanization happening in all parts of the world. Humankind have to produce 60% more food if people continue to do a business-as-usual scenario up to that future.

The growth in the agricultural sector will result in both increasing the presence of Ukrainian agricultural products in foreign markets and, above all, stimulating the development of the domestic food industry. Ukraine should ensure growth of at least 3 percent annually. That, in turn, will help significantly improve the export structure of agricultural products, increasing exports of processed agricultural products and food by almost 20 percentage points in the next 15 years [2, p. 21].

At this point in time, 700 million people is living below the poverty line that is the third big problem. Moreover, agriculture is very important in that context because about 70% of the world's poor live in rural areas [1, p. 90]. Particularly productivity growth continues to be one of the most poverty reducing factors and intervention that Ukraine can suggest for the world. It is accepted that Ukrainian agricultural machinery is uncompetitive on the foreign market. However, it is cheaper and easier to maintain. Ukraine may take market share in developing countries where farmers do



not have the money to buy the best technology, but this will clearly increase their profits.

There is another big issue. It's estimated about a third of food that's produced for human consumption is lost or wasted along the chain, either in the processing or post-processing stages. An economic loss is about one trillion dollars every year because of this problem. In Ukraine there is no official data on the problem, but it is believed to be of similar proportions. There is ineffective production management, not so good storage facilities and inadequate infrastructure mean that large losses occur during and after harvest – between farm and market in one side. And other side, there are substantial losses in the processing, packing, and distribution stages, compounded by legislated 'due date' restrictions, and also waste in the home and restaurants.

And lastly, agriculture has the huge environmental impact, both positive as well as negative impacts on many ecosystem services. It contributes about a quarter of the world's greenhouse gas emissions. Agriculture occupies more than a third of the world's land surface and it uses 70% of the world's fresh water for agricultural purposes [4]. The environmental impact is worsening in Ukraine. It would be wise to accept the European experience of how to freeze agriculture's footprint for the sake of future.

So, that is a pivotal moment when world faces unprecedented challenges to food security and the preservation of global environment. Addressing these general problems demands agriculture in Ukraine to be, as part of the overall global sustainable development. One of the key conclusion is that Ukraine makes a significant contribution to economic and social development in world. The future based on a balance between producing more food and sustaining the planet for new generations requires also Ukraine to make the changes.

## References

1. FAO. The State of Food Security and Nutrition (2018). *Key Messages & Executive summary*. URL: <http://www.fao.org/3/I9553EN/i9553en.pdf>
2. MINISTRY OF ECONOMIC DEVELOPMENT AND TRADE OF UKRAINE. Sustainable Development Goals: Ukraine. *End hunger, promote sustainable agriculture*. URL: [https://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/poland/files/Sustainable\\_Development\\_Goals\\_Ukraine.pdf](https://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/poland/files/Sustainable_Development_Goals_Ukraine.pdf)

3. United Nations. Department of Economic and Social Affairs. *World population prospects 2019*. URL:<https://www.un.org/development/desa/en/news/population/world-population-prospects-2019.html>

4. World Bank. Freshwater is Used for Agriculture. URL:<https://blogs.worldbank.org/opendata/chart-globally-70-freshwater-used-agriculture>

**УДК 338.439.4:635**

## **УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ТЕПЛИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ**

Ковтун К.В., студент,  
Кузьменко С.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

За останні роки споживчі вимоги істотно зросли: підвищився попит на якісну недорогу продукцію, а також її різноманітність будь-якої пори року. Саме таку продукцію цілий рік може генерувати рослинництво закритого ґрунту, причому підходить він не тільки для вирощування овочів і фруктів, а й розсади та квітів.

Нові купівельні настрої дали основний поштовх розвитку тепличного бізнесу, який незабаром став високотехнологічної галуззю. Інноваційні рішення також почали розробляти з огляду на дорожнечу обладнання та комплектуючих, а також для того, щоб заощадити на поточних витратах і максимально збільшити врожайність.

В Україні тепличний бізнес починав розвиватися з одноосібних господарств і з часом переріс у масштабну виробничу лінію. Якщо понад 30 років тому невеликі виробники займалися вирощуванням усього декількох видів томатів і огірків, то сьогодні багато що кардинально змінилося.

Ринок диктує нові правила: вимагає більш оригінальну продукцію, різноманітність форм, видів, сортів. Це овочі, фрукти, салатіві і навіть гриби. Крім того, сьогодні на ринку затребувана якісна квіткова продукція, яка ще пару років тому імпортувалася з-за кордону. Ринок теплиць в Україні

становить не більше 10% від потреб внутрішнього покупця. Ті, хто зараз на ньому працює – це професіонали галузі, які безпосередньо співпрацюють з постачальниками обладнання та іноземними колегами. В основному це тепличні комбінати, які ведуть свою діяльність понад 10-15 років. Але такий розрив дає можливість закриття ніші господарствами невеликих розмірів. Сьогодні в країні більше імпортерів і дистриб'юторів, тому приватний бізнес зацікавлений в будівництві власних теплиць для виробництва.

Насправді, навіть якщо використовувати в теплицях нові технології і дороге устаткування, термін їх окупності буде не таким вже й великим. Стартовий відлік вартості промислової теплиці починається від 100 євро/м<sup>2</sup>. Все залежить від рівня автоматизації процесу, а також компанії-виробника обладнання. Орієнтовна загальна сума спорудження теплиці становить \$35 тис., включаючи витрати на встановлення нових водопровідних і електричних ліній.

Нині затребувані теплиці площею до 0,5 га. Дрібним виробникам починати краще з простих теплиць з достатнім автономним рівнем механізації. Вони підходять для вирощування масово поширених овочевих і садових культур. У тому числі це стосується салатів і розсади.

Тепличне господарство є одним з найбільш високорентабельних виробництв в аграрному секторі та садівництві. Окупність при вирощуванні квітів становить сьогодні 5-6 років, а овочів – на 20-30% більше. Але цей відсоток буде поступово знижуватися через поступове поліпшення економічної ситуації за умов заходу іноземних інвестицій в український АПК в цілому [1].

В аграрному секторі розрізняють виробництво овочів відкритого і закритого ґрунту. При цьому 98,7% усієї зібраної площі припадає на овочі відкритого ґрунту, тоді як закритого – лише 1,3%. Проте питома вага площ овочів закритого ґрунту в загальній структурі усіх вказаних культур за останні роки зростає майже вдвічі. Тобто інтерес до розвитку тепличного овочівництва підвищується щороку [3].

Овочівництво закритого ґрунту, або тепличне здебільшого зосереджене на вирощуванні двох основних культур – помідорів та огірків. У загальному виробництві частка овочів закритого ґрунту щороку зростає і минулого року вже досягла 6,1%. При цьому 30,1% усього обсягу, або майже кожен 3 кг огірків із 10 було вироблено в теплицях, тоді як частка помідорів становила близько 11,7%. Однак нинішні обсяги виробництва овочів у тепличних господарствах є недостатніми для задоволення зростального сезонного попиту на цю продукцію, про що свідчить аналіз імпорту окремих їх видів [2].

Ринок тепличних овочів є одним із важливих сегментів вітчизняної агропродовольчої системи та потенційно має значні перспективи в частині забезпечення раціональних потреб споживачів і розвитку експорто-орієнтованого його напрямку.

Овочівництво закритого ґрунту є одним із важливих та економічно вигідних напрямів сучасного інноваційного розвитку аграрного підприємництва для господарств будь-яких розмірів та організаційно-правових форм його ведення. Впродовж останніх років інтерес до цього виду економічної діяльності істотно зріс, що зумовлено як стійкими трендами зростання споживчого попиту на внутрішньому ринку, так і збільшенням експорту продукції [4].

Таким чином, підвищення ефективності і вдосконалення на цій основі ринку овочів закритого ґрунту переважно за рахунок внутрішнього виробництва. Велике значення при цьому має державна підтримка, спрямована на збільшення обсягів споживання овочів населенням відповідно до рекомендованих норм.

### **Список використаних джерел**

1. Хареба О.В., Рибак Я.Я. Підвищення економічної ефективності виробництва малопоширених овочевих культур // Економіка АПК. 2018. №12. С. 31-41.
2. Козак Г. Тепличні господарства мають право на життя. Овочівництво. 2019. №2. С. 142-146.
3. Лишенко М.О Основні тенденції збуту та формування цін на овочі в Україні.

Економіка і суспільство. 2016. Вип. 5. С. 207-215.

4. Сич З. Об'єднання заради успіху: нові вимоги споживачів до овочівництва. Овочівництво. 2018. № 1 (153). С. 20-25.

**УДК 338.46: 339**

## **PROVISION OF EFFECTIVE FUNCTIONING OF THE DAIRY PRODUCTS MARKET UNDER FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES**

Kozyar Y.D. student  
Mishchenko IA PhD in Economics, Associate Professor of  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

The agricultural sector of Ukraine is now trying to work closely with the countries of the European Union, so the issues related to the adaptation of the Ukrainian agricultural sector to European requirements are of great relevance. However, the insufficient level of development of the domestic branches of the agro-industrial complex in general and the dairy sub-complex in particular does not contribute to a competitive positioning in the domestic, European and world markets of milk and dairy products, causing a number of problems in the context of European integration processes. It is very important now that Ukraine's agricultural policy takes into account the processes of changes taking place on an international scale, and especially the evolutionary and structural changes of the EU Common Agricultural Policy in recent years, with the aim of defining them and setting the framework conditions for the development of the domestic agrarian sector competitive.

Ukraine is one of the largest suppliers of agricultural products to the EU, ranking first in many positions, but there are a number of problems with dairy products. The main one is the lack of conformity of the quality of Ukrainian products with European requirements, which is primarily due to the fact that 73.1% of milk is produced in households. Accordingly, in 2017 only 19 Ukrainian dairy producers gained access to the European market. Therefore, the study of the main conditions for the exit and position of Ukrainian dairy products in the EU market is becoming increasingly relevant.

According to the EU-Ukraine DCFTA, the rate of import duty for part of



Group 04 dairy products (including cheeses of all kinds and fermented milk, whey) has been reduced to 0%. During 2017-2018, Ukrainian exporters most actively used duty-free tariff quotas for butter, milk paste and milk powder. In 2017, the tariff quota for butter and milk paste was used by 46% and for milk powder by 30%. The main importers of Ukrainian dairy products in 2016 were Poland, Finland and the Netherlands.

The duty-free quota for milk, cream, condensed milk and yoghurts also began in 2017. In addition, deliveries of whey and cheese were started (tariff quotas do not apply to them).

As a result, in 2018 the tariff quota for butter and milk paste was used in full. Partially used quota for milk powder, milk, cream, condensed milk and yoghurts and processed milk products. The quotas for processed milk and processed butter were not used at all in 2018.

It should be noted that in the process of adaptation of domestic dairy producers to European technological norms of production and quality control of products, as well as the active penetration of products of European producers in the domestic market of Ukraine, the quality of dairy products in general, leading, and everyone to the rise in prices, increases. because the VAT rate on dairy products in Ukraine is 15% higher than the European one and is 20%, while in Germany - 7%, in France - 5.5%, in Poland - 5%. Accordingly, if Ukraine wants to increase the profitability of the dairy business in the country, it is necessary to create identical rules of the game in the domestic market.

Dairy companies are experiencing a lack of raw materials, losing suppliers as a result of the collapse of the raw material zones and the entire milk procurement system. The underutilisation of production capacity leads to a decline in dairy production. The reason for the non-equivalent exchange is the monopoly position of the processing enterprises. However, dairies do not have the opportunity to increase purchase prices, as this will lead to higher prices for the sale of dairy products. The social importance of dairy products does not allow for such an increase: their consumption is already below physiological norms, and low plateau capable demand will lead to an even greater reduction in consumption. In view of the above, improving the economic and industrial relations with milk producers is the main task of the dairy industry. The dairy industry in Ukraine still needs significant reform, improvement of the system of standardization and certification of dairy products, state support and stimulation of development of production of quality and organic

products, which will be able to meet European requirements and be competitive.

### **References:**

1. Maslyayeva O. Competitiveness of dairy enterprises in the context of European integration processes. *Agro-world*. 2016. № 4. P. 59-64.
2. Association Agreement between Ukraine and the European Union [Electronic resource] - Access mode: <http://zakon3.rada.gov.ua>
3. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. [Electronic resource] - Access mode: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
4. Official site of the Union of Dairy Enterprises of Ukraine. [Electronic resource] - Access mode: <http://molsouz.org.ua>.
5. Official site of the State Fiscal Service of Ukraine. [Electronic resource] - Access mode: <http://sfs.gov.ua>

**УДК 338.43.01/.01 (075.8)**

## **THE IMPACT OF CLIMATE CHANGE ON FOOD SECURITY AND NUTRITION**

Kosheva Anzhelika, student,  
Faichuk Oleksandr, PhD in Economics, Associate professor,  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Climate change has been one of the most discussion and debated topic of this decade. It is evident to have intensive effect on human health, living conditions, agriculture and biodiversity. The strong linkages between food production, human health, and the economic outlook for all communities mean that these areas should be understood as one integrated entity.

Three major challenges threaten current and future energies to overpass food insecurity and undernourishment: climate and global environmental change, the outcome loss of ecosystems' services, the increasing use of food crops as a source of fuel and the food and financial crises [1].

The World Food Summit took place in 1996 adopted the following definition: "Food security exists when all people, at all times, have physical and economic access to sufficient, safe and nutritious food that meets their dietary needs and food

preferences for an active and healthy life” [2]. This definition is established on some dimensions of food security: food availability, economical and physical access to food, utilization to reach a state of nutritional wellbeing, and the stability of these dimensions. These dimensions of food security are affected by numerous factors – environmental, social, economic, political. All those are in turn quite often consolidated by climate change and its consequences.

Climate change provoke line reactions. These changes are passed on to the economy, agricultural systems, ecological systems and livelihoods of people. As a result, they influence every measurement of nutrition and food security: the availability of food, physical and economic access to it, the utilization of food and the stability of these dimensions. These impacts, which are already being felt and which are threatening food security, nutrition and health here and elsewhere, are evidence of the urgent need to take action.

The single powerful pry to optimize human health and environmental sustainability on Earth is Food. For example in the field of agriculture, it will have to patch adaptation, using various ways to achieve this: production, conservation, processing - that are in line with an ever increasing demand for sustainable production, legal instruments that provide food diversification and security, local and regional markets that are adapted to the diversity of food systems [3].

Local networks of agricultural, food, and service companies that combine local resources while taking sustainable development criteria can play an important role in relieving the adaptability of systems and small producers.

A fundamental transformation of the global food system is critically needed because the population will increasingly suffer from malnutrition and preventable disease. Climate-smart nutrition taps synergies between nutrition, climate change adaptation and mitigation outcomes to fulfil the Sustainable Development Goals (SDG) for Zero Hunger (SDG 2) and Climate Change (SDG 13). Climate-smart nutrition is the result of interventions at the production, as well as the consumption end. Food is the single strongest lever to optimize human health and environmental sustainability on Earth.

Achieving a sustainable food system that can deliver healthy diets for a growing population presents formidable challenges. Finding solutions to these challenges requires an understanding of the environmental impacts of various actions.

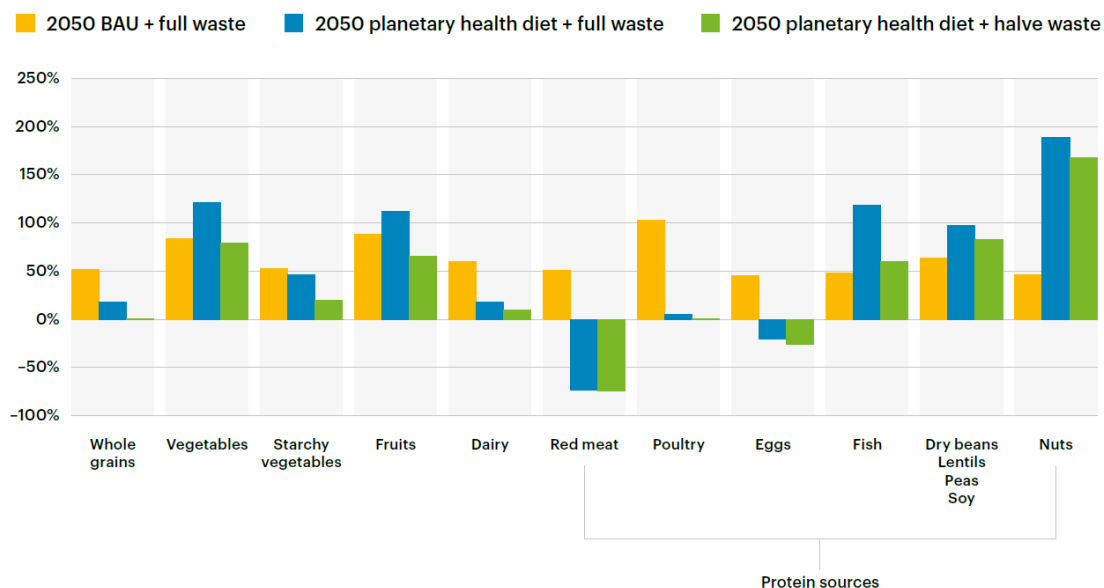


Fig. 1. Predicted change in food production from 2010 to 2050 (percent from 2010 scenario)  
Source:[4]

If we compare costs with respect to monthly income, the rating for Europe will be as follows: Czech Republic - 15.9%; Italy - 14.4%; Belgium - 12.9%; Denmark - 11.1%; Austria - 9.9%; Switzerland - 8.7%. Most Ukrainians actually make a lot of money for food a month - more than 50% of the budget [3].

The EAT-Lancet Commission on Healthy Diets from Sustainable Food Systems recommending increased consumption of plant-based foods – including fruits, vegetables, nuts, seeds and whole grains – while in many settings substantially limiting animal source foods (Table 1).

The EAT-Lancet Commission say that this concerted commitment can be achieved by making healthy foods more available, accessible and affordable in place of healthier alternatives, improving information and food marketing, investing in public health information and sustainability education, implementing food-based

dietary guidelines, and using health care services to deliver dietary advice and interventions [4].

Until today, humanity has never set itself the goal of consciously changing the global food system in scale and timing. It is obvious that the great food revolution cannot become a reality without political decisions and the introduction of large-scale, multi-level and industry-specific strategies, supported by scientifically sound targets.

#### REFERENCES

1. FAO, Food Security and Nutrition in the Age of Climate Change, 2017. URL: <http://www.fao.org/3/CA1334EN/ca1334en.pdf>
2. FAO, Food Security, 2016. URL: [http://www.fao.org/fileadmin/templates/faoitaly/documents/pdf/pdf\\_Food\\_Security\\_Cocept\\_Note.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/faoitaly/documents/pdf/pdf_Food_Security_Cocept_Note.pdf)
3. WFP, Climate impacts on food security and nutrition. URL: <https://documents.wfp.org/stellent/groups/public/documents/communications/wfp258981.pdf>
4. FAO, Summary Report of the EAT-Lancet Commission. URL: <https://eatforum.org/eat-lancet-commission/eat-lancet-commission-summary-report/>

**UDC338.43:006.03:339.923:006**

### **HARMONIZATION OF UKRAINIAN STANDARDS FOR INTERNATIONAL REQUIREMENTS**

Kostiuk Yana

*University of Foggia, Italy,*

Kostiuk Olga

*National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

The problem of ensuring and improving the quality of products is urgent for all countries. It is long lasting and continuous. Scientific and technological progress necessitates the constant replacement of existing goods with more sophisticated, more convenient and modern ones. But at any time, the quality of products must be optimal, that is, to satisfy the needs of consumers as much as possible, with relatively minimal cost to achieve it. The quality level is a reliable indicator of the overall state of the economy [ 1 ].

Addressing the challenge of improving quality and safety should be a priority for each business unit. It is possible to achieve the set goals by planning

development, modernization of production based on the use of low-waste and non-waste technologies, which provide resource and energy saving.

Quality, safety and environmental management systems in enterprises require continuous improvement, regulation and revision of goals and objectives, which requires defining the structure of processes and documentation, improving the working conditions of employees and motivating them to improve.

In order to improve the quality and competitiveness of the food industry products, it is necessary to introduce advanced quality systems, in particular, a food safety system, so that Ukrainian products can compete with the products of the European Union.

Expansion of markets in the domestic and global economic space, increasing the authority of enterprises and the image of Ukraine require the acceleration of the process of harmonization of national legislation in accordance with European and world requirements.

Harmonization of national standards for international requirements will facilitate the free movement of goods in both national and world markets, sustainable economic growth, fair competition, protection of life and health of people and the environment.

Priority of implementation of international and European standards will allow to use the experience and achievements of developed countries in the national economy and will facilitate the entry of domestic goods into the foreign market.

In order to solve these tasks, it is necessary to coordinate the definition of quality and safety categories with the preservation of Ukrainian taste and technological traditions; ensure international recognition of the HACCP domestic system and develop methodological recommendations for its implementation in enterprises; to establish full financial and legal responsibility of the manufacturer for the quality and safety of its products; to provide state support to enterprises that actively implement quality management, product safety and environmental management systems; practice seminars on quality control and food safety; involve all stakeholders, their scientific, technical and financial potential; to step up

participation in the work of international standardization organizations.

Regulatory documents developed internationally help to disseminate best manufacturing practices and state-of-the-art technologies, and avoid creating barriers to trade caused by national safety and quality requirements.

Due to the difficult ecological situation, so-called organic products are gaining popularity: public organizations are created to support the "organic movement" and the association of organic producers [ 2 ].

Environmental requirements and norms are today one of the most important instruments in the relations between the countries, aggravation of the struggle for the markets of production, environmental barriers to restrict the import of many types of products into the country.

Organic agricultural production will allow to harmonize the economic, social and environmental aspects of society. Producers of organic products are losing dependence on industrial chemicals, energy consumption of agricultural production is decreasing. In addition, the negative impact on the environment is minimized and the population receives healthy, environmentally friendly and complete foods [ 3 ].

### **References**

1. Buryak R.I. Vitchyznyanydosvid rozvytku system pravlinnya yakistyu diyal'nostinapidpryyemstvi. Ekonomika. Problemyekonomichnohostanovlennya. 2011. №3. pp. 38-43.
2. VovkV.I. Sertyfikatsiyaorhanichnohosil's'kohohosподarstvavUkrayini: suchasnyystan, perspektyvy, stratehiyanamaybutnye .MaterialyMizhnarodnohoseminaru „Orhanichni produktykharchuvannya. Suchasnitendentsiyivyrobnystvaimarketynhu”. L'viv. 2014. pp. 3-7.
3. Research Institute of Organic Agriculture . – Available from: <http://www.fibl.org/en/homepage.html>

**УДК 005.21:631.11**

## **РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Лагута А.В., студентка,  
Балановська Т.І., кандидат економічних наук, професор,  
*Національний університет біоресурсів і*

В сучасних умовах інтеграції країни до європейської економічної спільноти кожному сільськогосподарському підприємству слід виявляти ймовірні загрози та можливості зовнішнього середовища, які в довгостроковій перспективі будуть впливати на загальну ефективність його діяльності. На результати господарювання сільськогосподарського підприємства здійснюють вплив ряд чинників, серед яких природно-кліматичні умови, політична нестабільність і недосконалість нормативно-правової бази діяльності підприємств аграрного сектора економіки, циклічність змін в галузі сільського господарства, необхідність в залученні сезонної робочої сили та інші.

У сільському господарстві у 2017 р. функціонувало 45558 суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм, у загальній структурі яких 74,9 % – фермерські господарства. Варто зазначити, що значна кількість вітчизняних сільськогосподарських підприємств – збиткові (їх питома вага у загальній кількості підприємств у 2017 р. становила понад 13 %) [1].

З метою підвищення ефективності господарської діяльності сільськогосподарського підприємства важливим є застосування стратегічного управління, суть якого полягає у формуванні і реалізації стратегії розвитку організації на основі безперервного контролю і оцінки змін, що відбуваються в її діяльності, з метою підтримки здібності до виживання і ефективного функціонування в умовах нестабільного зовнішнього середовища [2].

Застосування стратегічного управління допомагає створити єдність загальної мети усередині підприємств, підвищити організаційно-управлінський рівень сільськогосподарського виробництва, що сприяє покращенню



показників виробничо-господарської діяльності підприємств, а отже й загальному скороченню частки таких, що мають збиткові результати діяльності.

Ступінь розвитку стратегічного управління впливає на результативність функціонування сільськогосподарських підприємств, їх доступ до міжнародних ринків, здатність конкурувати з іноземними виробниками та задовольняти потреби споживачів у якісній продовольчій продукції за доступною ціною[3].

Погоджуємося з думкою А. А. Постолпро те, що основним завданням стратегічного управління у сільськогосподарських підприємствах є досягнення цілей шляхом оптимального використання внутрішнього потенціалу з урахуванням факторів їх зовнішнього середовища й зміни майнового й виробничого потенціалу відповідно до вимог зовнішнього середовища, яке змінюється під час забезпечення конкурентоспроможності й ефективного функціонування на продовольчому ринку. При цьому підприємства і зовнішнє середовище перебувають у постійній взаємозалежності [3].

За допомогою грамотного стратегічного управління сільськогосподарські підприємства здатні вирішувати й екологічні питання у процесі своєї діяльності, а саме отримувати максимальний врожай при найменшому впливі на навколишнє середовище, забезпечувати населення екологічно чистими продуктами харчування, створювати сільськогосподарські екологічні системи тощо.

При формуванні конкурентних стратегій у сільському господарстві необхідно враховувати варіанти практичної реалізації управлінських рішень для досягнення цілей, що дозволяють підприємству оптимально використовувати існуючий конкурентний стратегічний потенціал і залишатися у конкурентному середовищі [4]. Пошук і утримання конкурентних переваг розглядаються як спосіб досягнення таких стратегічних результатів у діяльності сільськогосподарського підприємства, як забезпечення високої прибутковості, сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Стратегічне управління є необхідною складовою успішної діяльності сільськогосподарського підприємства, що дає змогу зменшити наслідки від



негативних змін у навколишньому середовищі, удосконалити керованість підприємством, створити виробничий потенціал і систему зовнішніх зв'язків, що допомагатимуть швидше пристосовуватися до діяльності в умовах нестабільності зовнішнього середовища і досягати у майбутньому поставлених цілей.

### Список використаних джерел

1. Сільське господарство України : статистичний збірник за 2017 рік / Державна служба статистики України. Київ. 2018. 245 с. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/09/zb\\_sg2017\\_pdf.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_sg2017_pdf.pdf).
2. Толстова С.А., Свірдова С.С. Сучасні інструменти стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С.109-114.
3. Постол А.А. Удосконалення стратегічного управління аграрних підприємств на засадах планування, маркетингу та конкурентних переваг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 2(07). С.135-139.
4. Східницька Г.В. Теоретичні основи формування системи стратегічного управління у діяльності сільськогосподарських підприємств. *Молодий вчений*. № 3 (30). 2016. С.212-216.

УДК 330:502:339.9(477)

## BIOECONOMY OF UKRAINE IN GLOBAL CONDITIONS

Ly E., student,  
Koval O., PhD in Economics, Associate Professor of,  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Bioeconomy has reconstructive power in modern conditions of economic development in Ukraine. The European Commission defines the bioeconomy as "the production of renewable biological resources and the conversion of these resources and waste streams into value added products, such as food, feed, bio-based products and bioenergy. Its sectors and industries have strong innovation potential due to their use of a wide range of sciences, enabling and industrial technologies, along with local and tacit knowledge." [1]

Availability of natural resources is bound to become a major challenge for our societies in the years to come. In particular, sufficient food supply for the growing

population is globally challenging the existing systems to renew themselves and the industries to produce significantly. Thus, bioeconomy give an opportunity to agree on contradiction between limited resources and unlimited desires.

As the human population continues to grow, we are starting to feel a significant strain on the available natural resources the planet offers. Analysis is showing that everything from food to oil to raw materials is not produced at the level required to sustain the population as it is, or if it were to grow any more (as predicted). The problems this will cause are obvious: lives and livelihoods will be adversely affected the world over – to put it delicately. However, resource levels are not past the point of no-return, and so the problem is not unsolvable [2].

Further development of bioeconomy has some opportunities. The bioeconomy provides us with alternative methods of producing useful chemicals that otherwise would be sourced unsustainably from fossil fuels or living organisms. The chief method behind this has been the development of microbial technology, wherein genetically modified microbes produce the desired chemicals, ranging from platform chemicals to pharmaceuticals to vitamin supplements [3].

A comprehensive approach to bioeconomy spreading includes the government support and distribution. So the first step is to work out the bioeconomy strategy. The new bioeconomy strategy is a part of European Commission's drive to boost jobs, growth and investment in the EU. The Bioeconomy aims to strengthen the connection between economy, society and the environment. It aims to improve and scale up the sustainable use of renewable resources to address global and local challenges such as climate change and sustainable development [4].

Bioeconomy Strategy of Ukraine is developed in National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Educational and Scientific Laboratory of Economic theory and Bioeconomy. The investigations are oriented on the effective use of resources in the agricultural sector and the national economy as a whole [5 **Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Bioeconomy's contribution to EU gross value added is already estimated at 4.2% and lawmakers are attempting to communicate better on the topic in order to

make it less vague, considering its vast area of application. A greater role in the new strategy is assigned to the whole agri-food chain, which represents 75% of the employment of the EU Bioeconomy, and two-thirds of its turnover and value added. The agricultural sector has increased its productivity by nearly 9% since 2005 while cutting greenhouse gas emissions by 21% since 1990 and reducing fertilizer use, but it still remains the largest source of the greenhouse gases, methane and nitrous oxide. [5] Such results of the Strategy implementation are useful for Ukraine.

The future opportunities of bioeconomy development contributes to the social, organizational, technical economic relations and productive forces. It could solve the serious challenges such as climate change, resource depletion and environmental degradation. These problems are mainly due to our current fossil-based [6]. Bioeconomy can offer a better, more sustainable future; it is not per se sustainable. It has to work for both people and the environment. Now, more than ever, a societal debate about bioeconomy is needed.

### Resources

1. BioSTEP: Promoting Stakeholder Engagement and Public Awareness for a Participative Governance of the European Bioeconomy / URL: <http://www.bio-step.eu/background/what-is-bioeconomy/>
2. The bioeconomy consults NNFCC / <https://www.nnfcc.co.uk/news-big-bioeconomy-challenges-2>
3. New bioeconomy strategy for Europe / <https://biooekonomie.de/en/nachrichten/new-bioeconomy-strategy-europe>
4. The bioeconomy strategy for Ukraine (Project) / [https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u327/strategiya\\_ukr\\_bioekonomiki.pdf](https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u327/strategiya_ukr_bioekonomiki.pdf)
5. New EU bioeconomy strategy widens scope to solve more cycle problems <https://www.euractiv.com/section/agriculture-food/news/new-eu-bioeconomy-strategy-widens-scope-to-solve-more-cycle-problems/>
6. The bioeconomy conversation / <https://bioeconomy-conversation.com/about/>

**УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Лужанський А.В., студент,  
Коваленко Н. О., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

Діяльність будь-якого підприємства пов'язана з витратами, які виступають головним обмежувальним фактором під час формування прибутку. Розвиток ринкових відносин потребує від підприємств оновлення їх системи управління витратами, зокрема виробничими, з урахуванням особливостей ринкової економіки. Адже на сьогодні процеси управління виробничими витратами на більшості вітчизняних підприємств не мають необхідного рівня системності, гнучкості, динамічності. Це пояснюють насамперед тим, що управління витратами – це складний процес, що означає у своїй суті управління всією діяльністю підприємства, оскільки охоплює усі сторони виробничих процесів, які на ньому відбуваються [1, с. 134].

В основі ефективної системи управління виробничими витратами закладено узгоджений вплив на витрати та якість продукції на кожній стадії її життєвого циклу. Насамперед ця система повинна відповідати таким вимогам, як: орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства, системний підхід до управління виробничими витратами, інтегрованість із загальною системою управління підприємством, комплексний характер управлінських рішень[2, с. 125-127].

Симтема управління витратами на підприємстві спрямована на:

- ✓ здійснення контролю за ходом господарської діяльності підприємства;
- ✓ виявлення тенденцій змін рівня, обсягу та структури витрат на обсяг виробництва та одиницю продукції;
- ✓ збір, аналіз інформації про витрати;

- ✓ нормування, планування витрат у розрізі елементів, виробничих підрозділів і видів продукції;
- ✓ пошуку резервів економії ресурсів і оптимізації витрат.

Необхідність удосконалення систем управління виробничими витратами на вітчизняних підприємствах зумовлена такими факторами, як посилення конкуренції на ринках матеріалів та сировини, зміною та нестабільністю цін на ресурси виробництва тощо. Оскільки система управління виробничими витратами передбачає виконання всіх функцій, властивих управлінню будь-яким об'єктом, то напрями вдосконалення управління виробничими витратами підприємства доцільно розглядати стосовно кожної із загальних функцій управління.

На етапі планування доцільним є розроблення методики управління витратами виробництва, яка включатиме: побудову єдиної для всіх структурних підрозділів класифікації статей витрат; визначення методики формування витрат виробництва; створення методики розрахунку собівартості продукції на підприємстві; розроблення шляхів мінімізації витрат виробництва.

Наступним кроком у плануванні виробничих витрат має бути розроблення норм та нормативів витрачання ресурсів, виходячи з планових завдань виробництва. Функція організування полягає у визначенні місця формування і розподілу витрат виробництва за центрами відповідальності з метою відстежування причин їх перевитрат або економії. При цьому повинні вводитися центри прибутку, центри витрат і центри інвестицій. Таким чином виявлятиметься зв'язок між різними видами діяльності та їх часткою в собівартості продукції.

Під час мотивування можливе преміювання працівників завдяки зменшенню певних видів витрат, проте система стимулювання повинна враховувати особливості діяльності кожного з центрів відповідальності та стимулювати не лише за кількісні показники діяльності, але й за якісні.

Контролювання повинне забезпечувати перевірку обґрунтованості встановлення норм витрат ресурсів і правильності розрахунків планових

витрат; визначення причин, що зумовили позитивні та негативні відхилення; прийняття рішень стосовно реалізації регулюючих заходів на всіх попередніх етапах управління витратами виробництва залежно від причин відхилень.

Управління виробничими витратами потрібно розглядати як комплексну систему, що забезпечує розроблення управлінських рішень, оскільки всі управлінські рішення щодо ефективного використання ресурсів взаємопов'язані та впливають на кінцеві результати діяльності підприємства. Процес управління виробничими витратами є конкретною функцією управління, яка реалізується шляхом послідовного перебігу загальних функцій. Управління виробничими витратами повинно здійснюватись з метою досягнення підприємством поставлених цілей: зниження або оптимізування витрат на одиницю виробленої продукції, підвищення рентабельності господарських процесів чи видів діяльності, раціоналізації структури та розміру витрат і рівня ризику господарської діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Грещак М.Г., Гордієнко В.М., Коцюба О.С. та ін. Управління витратами : Навч. посіб. / За заг. ред. Грещака М.Г. – К.: КНЕУ, 2008
2. Крушельницька О. В. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах / О. В. Крушельницька // Вісник ЖДТУ.– 2010

**УДК 338.43.01/.01 (075.8)**

### **ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Мангасарян С.А., студентка,  
Сидоренко С.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

Підприємства аграрної промисловості чинять суттєвий вплив на довкілля, збільшується енерго та ресурсоемність виробництва продукції, також зростає кількість відходів. Одним з ефективних методів впливу на екологічну ситуацію підприємств галузі є екологічний менеджмент. Впровадження системи



екологічного менеджменту (СЕМ) стає першочерговим завданням, адже міжнародні стандарти серії ISO 14000 допомагають використати природоруйнівний тип господарювання та зменшити негативний вплив на навколишнє середовище .

Головною метою є розроблення науково-практичних рекомендацій щодо розвитку і оцінювання екологічного менеджменту, а також адаптування СЕМ до умов сучасних аграрних підприємств .

Екологічний менеджмент досліджує проблематику комплексного управління екологічною діяльністю на підприємствах і спрямований на вирішення екологічних питань [1]. Тенденція до зниження фактичного забруднення навколишнього середовища можлива лише за ефективного функціонування СЕМ, система управління при цьому має бути спрямована на зменшення впливу екологічних аспектів підприємства на зовнішнє природне середовище [2].

Вимоги до екологічного менеджменту на підприємствах встановлює стандарт ISO 14001 «Системи екологічного керування» [3]. Вказані вимоги надають змогу підприємству сформувавши екологічну політику, завдання та екологічну програму у відповідності з вимогами природоохоронного законодавства України. В основі цього стандарту – методологія, відома як «Плануй-Виконуй-Перевірай-Дій» (англійською мовою «Plan-Do-Check-Act» (PDCA)) [3].

План впровадження СЕМ на аграрному підприємстві :

1) діагностика і дослідження (виявлення екологічних аспектів діяльності та визначення законодавчих природоохоронних вимог, що застосовуються до конкретного підприємства);

2) підготовка та організація (розробка задекларованих принципів та зобов'язань щодо еко-аспектів діяльності підприємства – екологічної політики, яка забезпечить основу для встановлення екологічних цілей і завдань);

3) розробка і впровадження (розробка системи конкретних заходів і дій);

4) аудит і оцінка ефективності;

5) підготовка і сертифікація [1].

Можна зробити висновок, що впровадження СЕМ допоможе підприємствам підійти до вирішення екологічних проблем системно, адже дозволяє знижувати витрати, підвищувати продуктивність праці, зменшувати кількість аварій, зменшувати кількість браку, підвищувати якість продукції, розширювати ринки збуту.

### **Список використаних джерел**

1. Кожушко Л.Ф.СкрипчукП.М. Екологічний менеджмент: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2007. 432 с.
2. Онищенко В.О., Брижань І.А.,ЧевгановаВ.Я.Екологоорієнтований розвиток України: Актуальні проблеми економіки. 2014. №5, С. 261-270.
3. ДСТУ ISO 14001: 2015.Системиекологічногоуправління. Вимоги та настанови щодо застосування. [Чинний від 2016-07-01]. Київ, 2016. 9 с.

**УДК 633.34:339.13(477)**

### **МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ СОЇ**

Марченко Ю.П., студент,  
Голомша Н.Є. кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

На вітчизняному аграрному ринку соя вже багато років поряд із зерновими культурами займає провідні позиції в експорті і переробці на харчові та кормові цілі, а також має стратегічно важливе значення у забезпеченні продовольчої і економічної безпеки країни. Основними передумовами, які зумовили зміну становища цієї культури в світі за останні 20 років, стали зрушення у структурі харчування населення розвинених країн, що пов'язані із переходом від використання тваринних жирів на рослинні та олію; а також збільшення його чисельності в країнах Азії і стрімкий розвиток галузі тваринництва у ЄС. У сукупності це зумовило зростання глобального попиту на

сою та переорієнтацію багатьох країн на її вирощування, серед яких опинилася і наша країна [3]. Розглянемо місце України на світовому ринку сої (табл.1).

Провівши відповідні розрахунки (табл.1), можна зробити висновок, що виробництво сої в світі у 2017/2018 МР становило 341,6 млн.т, що на 8,9 млн.т менше у порівнянні з попереднім роком. Проте, вже у 2018/2019 МР виробництво сої зросло до 358,7 млн. т, тобто на 2,3 %.

Таблиця 1

Місце України на світовому ринку сої

Показник	2016/2017 МР	2017/2018 МР	2018/2019 МР	2018/2019 до 2016/2017 МР
Виробництво сої, млн. т.:				
- в світі	350,5	341,6	358,7	2,3
- в Україні	4,2	3,8	4,4	4,7
Частка України в світовому виробництві сої, %	1,1	1,1	1,2	X
Експорт сої, млн. т.:				
- в світі	147,5	153	148,6	0,7
- в Україні	2,9	2,7	2,5	-13,8
Частка України в світовому експорті сої, %	1,9	1,7	1,6	X

*Джерело: розраховано автором на основі даних [1]*

В Україні у 2016/2017 МР було вироблено 4,2 млн.т сої, проте у 2017/2018 МР цей показник зменшився до 3,8 млн. т. Вже у 2018/2019 МР відмічаємо зростання показника до 4,4 млн. т, тобто на 4,7 % більше ніж у 2016/2017 МР. Проведений аналіз свідчить про те, що виробництво сої в Україні та світі має позитивну динаміку і щорічно зростає.

Частка України в світовому виробництві сої становила у 2016/2017 МР – 1,1%, та залишалась незмінною протягом 2017/2018 МР. Проте, у 2018/2019 МР даний показник зріс до 1,2%. Це говорить про те, що Україна впевнено зміцнює позиції на світовому ринку сої.

Протягом 2016/2017 МР в світі було експортовано 147,5 млн. т сої, та вже у наступному маркетинговому році даний показник зріс до 153 млн. т. Проте у 2018/2019 МР відбувся незначний спад до 148,6 млн. т.

Експорт сої з України у 2016/2017 МР становив 2,9 млн. т, протягом наступних років даний показник мав тенденцію до зменшення, і у 2018/2019 МР становив 2,5 млн. т, що на 13,8 % менше, ніж у 2016/2017 МР. Це говорить про те, що Україна почала експортувати не тільки сировину, але й продукти її переробки.

Відповідно зменшилась і частка України в світовому експорті сої, яка у 2016/2017 МР становила 1,9 %, даний показник зменшився до 1,7 % у 2017/2018 МР, а у 2018/2019 МР становив 1,6 %.

Виробництво та реалізація сої - це високорентабельний бізнес, що швидко окупується. Цим пояснюється більш ніж десятикратне збільшення посівів цієї культури в Україні за останні 12 років. В Європі Україна посідає перше місце за обсягами виробництва соєвих бобів, при цьому значно поступаючись іншим країнам за врожайністю. Поки існує високий експортний попит на боби, рівень інвестицій у розвиток галузі з переробки сої залишається досить низьким. І хоча обробляти соєві боби можуть близько 90 підприємств по всій країні, їхні потужності використовуються слабо.

Проте Україні слід звернути увагу на експорт не тільки самої сировини, ай продуктів її переробки, адже їх експортувати набагато вигідніше, ніж боби. Серед основних продуктів переробки - соєва олія, соєвий шрот, соєве молоко. Основна маса сировини надходить на виробництво олії та шроту і набагато менші обсяги - на виробництво соєвих молочних продуктів. Внутрішній ринок для реалізації продуктів переробки сої поки нерозвинений: соєва олія в Україні не дуже популярна, як і соєва молочна продукція. Проте на зовнішніх ринках ситуація інша - не ГМ-соє та продукти її переробки мають високий попит і досить швидко окупають вкладені у виробництво кошти. Великі агрохолдинги вже займають цю нішу, експортуючи майже всю вироблену продукцію, використовуючи відходи переробки для виробництва «зеленої» енергетики та готуючись до зростання внутрішнього попиту.[2]

### **Список використаних джерел**

1. Виробництво сої в Україні та світі. *AgroChart*: веб-сайт. URL: <https://www.agrochart.com/uk/usda/section/38/oliini/country/213/ukrana/commodity/20/soia/attribute/10/eksport/> (дата звернення: 12.10.2019).

2. Переробка сої як прибутковий бізнес. *Мій бізнес*: веб-сайт. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26230> (дата звернення 13.10.2019).
3. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Соя - стан та перспективи розвитку. URL: <http://minagro.gov.ua/node/3950> (дата звернення 13.10.2019).

**УДК 379.85**

## **СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ**

Мороз В.В., студент,  
Кудінова І.П., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Спортивний туризм на сьогоднішній день відіграє важливу роль у розвитку вітчизняного туристичного руху, тому що він є однією з найдоступніших і наймасовіших форм активного відпочинку, пізнання та вивчення навколишнього світу.

Спортивний туризм - вид спорту, в основі якого лежать змагання на маршрутах, що включають подолання категорованих перешкод у природному середовищі (перевалів, вершин (у гірському туризмі), порогів (у водному туризмі), каньйонів, печер та ін.), і на дистанціях, прокладених у природному середовищі й на штучному рельєфі [1, с. 16].

Головна особливість спортивного туризму полягає у тому, що він розвивається в навколишньому природному середовищі й капіталовкладення не надто великі. Саме тому спортивний туризм має великі перспективи розвитку в час економічної кризи. Спортивний туризм є невідомою складовою загальнодержавної системи фізичної культури і спорту та спрямований на зміцнення здоров'я, розвиток фізичних, морально-вольових та інтелектуальних здібностей людини шляхом її залучення до участі у спортивних походах різної складності та змаганнях з техніки спортивного туризму.

Крім того, спортивний туризм є важливим засобом сприяння підвищенню соціальної і трудової активності людей, задоволення їх моральних, естетичних

та творчих запитів, життєво важливої потреби взаємного спілкування, розвитку дружніх стосунків між народами і зміцнення миру. Спортивний туризм здійснює різноманітні спортивні, оздоровчі, рекреаційні, пізнавальні, виховні, економічні та інші функції, але через низку чинників рівень їх реалізації на сьогодні не відповідає потенційним можливостям туристсько-спортивного руху в Україні [2].

Зазначимо, що в рамках єдиного виду спорту спортивний туризм об'єднує такі його види, як пішохідний, водний, велосипедний, гірський, спелеологічний, вітрильний, лижний, автомобільний та мотоциклетний.

В останній час зростає популярність нових напрямів спортивного туризму — екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму походів.

Розвиваючись на межі спорту і активного дозвілля в природному середовищі, спортивний туризм сприяє розвитку внутрішнього туризму вітчизняної туристичної галузі шляхом пропаганди ефективного відпочинку, та загального розвитку туристичної галузі України, як потенційно високорентабельної галузі економіки.

Розвиток спортивного туризму в Україні потребує підтримки, узгодженого розвитку в межах усієї індустрії туризму країни.

Для забезпечення розвитку спортивного туризму в Україні необхідно вирішення таких питань:

- відпрацювати механізм створення сприятливих умов для залучення інвестицій, спрямованих на будівництво нових та реконструкцію діючих об'єктів туристської та курортної-рекреаційної сфери;

- прийняти комплексне рішення відносно виділення земельних ділянок під будівництво спортивно-оздоровчих комплексів та інших об'єктів туристичної інфраструктури;

- реалізувати комплекс заходів для розвитку масового внутрішнього туризму, насамперед спортивно-оздоровчого туризму, як чинника формування здорового способу життя та підвищення якості життя громадян України.

## Список використаних джерел

1. Теорія і методика спортивного туризму для студентів першого курсу (за кредитно-модульною системою).– Х.: ХДАФК, 2012.– С. 16.
2. Соколов В. А. Спортивний туризм на сучасному етапі / Соколов В. А., Штангей Ю. В., Петрова І.В. // Матеріали Міжнародної НПК «Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості». – Київ, 2015. – 83 с.
3. Грабовський Ю.А., Скалій О.В., Скалій Т.В. Спортивний туризм: навчальний посібник. — Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2009. — 304 с.

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

## AGRICULTURE IN PAKISTAN AND ITS IMPACT ON ECONOMY

Mudassir Shahzad, student, Pakistan  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

**Abstracts.** Agriculture is considered backbone of any economy similarly it is also the most important sector of Pakistan's economy. Analysis on the Pakistan's agriculture highlights and its impact on economy. This study also highlights the agricultural challenges There are vast gaps between the acquired and actual output of produce, which suffers due to a lack of appropriate technology, use of inputs at improper times, unavailability of water and land use and inadequate education about insect pests control which not only negatively affects the produce but also significantly reduces the amount of produce. Farmers mainly use synthetic chemicals for the control of insect pests, but these are used unwisely. To emphasize the major shortfalls and actual performance of major field crops, this study investigated the relationship between agricultural GDP and the output of major crops, including wheat, rice, sugarcane, maize and cotton, in. Time series data were collected from the Economy surveys carried out of Pakistan. Study finds that the output of wheat, rice and cotton has a positive and significant relationship with the agricultural GDP of Pakistan, while the output of sugarcane has a negative and non-significant relationship with the agricultural GDP of Pakistan.

1. Introduction. Agriculture directly supports the country's accounts & benefits the people for 26% of (GDP). The Main agricultural crops include sugarcane, wheat, rice, fruits, cotton and vegetables. The Irrigation System of

Pakistan belongs to one of the world's largest systems to support agricultural production. There are two main seasons in Pakistan for production of crops( crops such as cotton, rice and sugarcane ) start in May and are harvested in November, whereas the wheat crop extends from November to April. A key urgent need to improve agricultural production is to use resources, mainly land and water, more efficiently. However, the change is mainly dependent on large landowners, who own 40 percent of “Arable Land” and control most of the irrigation systems, making it difficult to pass wide-ranging reforms. Pakistan is a net importer of agricultural products, with total annual imports of approximately 2 billion USD, including wheat, edible oils, pulses and food.

Table 1.

Sector	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15
<b>Agriculture</b>	2.0	3.6	2.7	2.7	2.53
<b>Major crops</b>	1.5	7.0	0.2	8	-0.52
<b>Minor crops</b>	2.3	-7.5	5.6	-5.4	3.09
<b>Forestry</b>	4.8	1.8	6.6	-6.7	10.43
<b>Fishing</b>	-15.2	3.8	0.7	1.0	5.75
<b>Livestock</b>	-3.4	4	3.5	2.8	3.99

2. Agriculture and Pakistan’s Food System. Agriculture is an important factor in poverty reduction, improved country’s economy. Land and water is important resources for agriculture and food production heavily depend on these resources. Pakistan’s population increasing day by day and the demand of food increase every year. Food, fiber and shelter are important sources for economy and these resources increased in every year with increased populations. Approximately, 43% of wheat and 90% of rice is produced and consumed in Asia. Globally, the availability of food depends on population growth, climate change, natural disasters, war and civil unrest. When food prices go up due to shortage of food it is hard for poor people. According to the report, 47% of the total population is based on agriculture and 70% of foreign exchange reserves of Pakistan achieved by this sector.

3. Crops Situation. Minor crops includes Bajara, Jowaar, maash and gram etc., which accounts for 11.39% of the value added in overall agriculture and 2.25% of GDP. Livestock contributes 58.55% to agricultural value addition and 11.63% to



GDP. Forestry contributes 2.06% to the agriculture value addition and 0.42% to the GDP. Fishing adds 2.16% to overall agriculture and 0.43% to the GDP.

### (A) Major Crops

#### Wheat

Wheat is the most widely demanded food grain crop of the world. It is the largest grain crop and main country's staple food. Its contribution to GDP is 3.1% and 14.4% to the value added in agriculture.

#### Rice

Rice is a most important food staple and cash crop of Pakistan. Rice is the 2nd food staple crop of Pakistan after Wheat and major source of foreign exchange earning product after cotton.

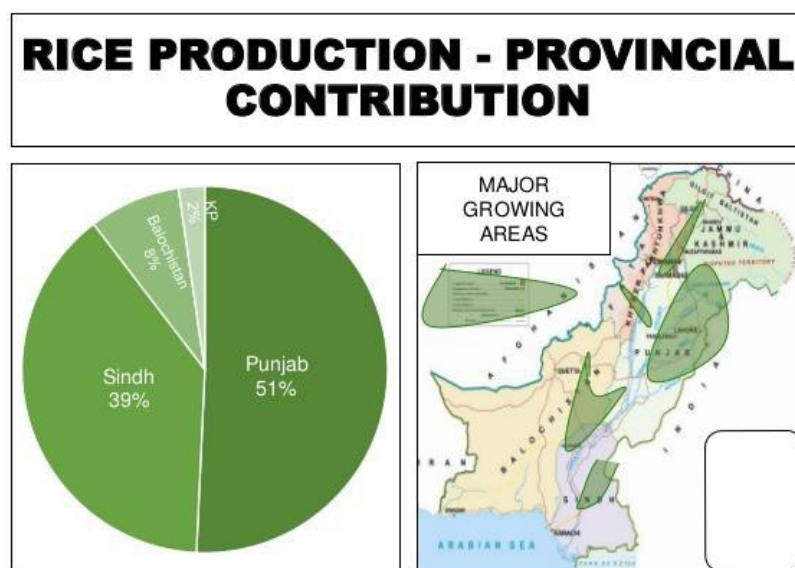


Figure 1. Pakistan's Rice Zones

Cotton is the most important cash and fiber crop of Pakistan. Pakistan is the 4th largest producer and 3rd largest consumer of cotton in the world. Pakistan's cotton industry is an important part of the economy. It plays a major role in foreign exchange earning of the country

4. Fruits. Mango is one the most enticing, hot and steamy fruit in all over the world. Mango is called “king of fruits” in worldwide and it has different varieties with different colors, shapes and size. Pakistan is the 4th largest producers of mangoes in the world. In 2011-12, Pakistan produce mango 1.78 million

Apple is generally known as the “sweet gold” and the most famous fruit around the globe. According to the statistical report, Pakistan was 25th largest producer of apple in the world. During the year of 2013-14, the cultivated area for apple was 110,000 hectares and the production of apple was 556,000 tons

Orange is a fresh fruit and utilized in a huge quantity in the world. Pakistan is counted as 6th largest producer of orange. In 2012, the area and production of orange was 160,000 hectares and 1.5 MMT per annum. During 2013-14, Pakistan exported 40,500 tons to Indonesia. Pakistan exports oranges to different countries i.e. UAE, Saudi Arabia and Sri Lanka etc.

Banana. It is famous fruit in Pakistan and the available area for banana is almost 34,800 hectares with production of 154,800 tons. Pakistan is facing problems to produce banana since post-harvest management and export to international markets due to traditional technology and lack of awareness.

Guava. It is also a popular fruit in Pakistan. Guava is produced under the area of 61.6 thousand hectares and the annual production is 549.5 thousand tons with yield of 8920kg. The production of guava increased 19,000 tons to 552,000 tons from 1958 to 2008 in Pakistan and its growth rate was 6.9% annually. Guava is exported to UAE, UK, Saudi Arabia and Qatar whereas, Pakistan exports 26% guava to Canada.

5. Live Stock and Poultry. Live stock sector plays a crucial role in agriculture because it leads towards the rural socio-economic development for rural people. Almost 8 million families are attached with livestock and earning 35% of income from livestock production activities.

Poultry is one of the booming and vibrant segments of livestock in Pakistan. It creates job opportunities (direct/indirect) for more than 1.5 million people. Recently, a huge investment is being carried out in this sector. Pakistan is the 11th largest poultry producer in the world with production of 1.02 billion broilers yearly.

Fisheries are also considered an important agriculture sector and it is the main source of livelihood for the coastal areas. Its contribution to GDP is although very small but it provides substantial part to the national income through exports earning. A total of 91,965 MT of fish and fish products were exported during 2015-16. Pakistan export fisheries to China, Middle East, Thailand, Malaysia, Sri Lanka and Japan etc. Pakistan exported 99203 MT of fisheries and earned US \$ 253,497 million during the year of 2014-15.

Forests are the main source for the Pakistan's environment and it creates socioeconomic challenges for next generations. Overall Pakistan forest resources are limited as less than 4% of land in Pakistan is covered by forests. However, forestry in Pakistan is rich in terms of biodiversity and provides a unique blend of trees, shrub, grass and animal species

Table 2

Production of Meat (mutton, beef and poultry), Milk, Fish and Forestry Production

Production ( Tones )	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2015-16
Meat Production	3094	3232	3379	3531	3873
Milk Production	37475	38617	39855	41133	43818
Fish Production	699.9	724.5	728.8	735	501.1
Forestry	352	354	354	---	---

The contribution of agriculture is important for Pakistan's development. Agriculture sector is a spine of economy and it is the main source to develop the economic growth of any country. Agriculture not only fulfils the domestic needs but also provide inputs and outputs for industries i.e., textiles etc., Food insecurity, inefficient management in agriculture sector, and their agriculture system is complex and therefore their economy is going to slowdown. The competition level in international markets is low due to less production and poor quality. Therefore, government makes some strategies to improve the agriculture system i.e., to make an investment for farmers, increase trade, and use natural resources. Pakistan should improve both public and private sector for the improvement of agriculture system.

The use of modern technology is important for agriculture therefore they should use mechanization, well-organized irrigation methods, improve packing and quality, make more dams, introduce agriculture zones and make some other policies. The government should introduce the modern technology in agriculture regions. In rural areas, large lands are more able for production rather than small lands and overcome the feudalism issues. These efficient ways will improve the Pakistan's weak economy

**УДК 338.43:631.1.027**

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Пелех М.В., студентка,  
Драмарецька К.П., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Проблема підвищення конкурентоспроможності визнається однією з важливіших в теорії і практиці економічної науки. Важливого значення вона набуває для українських сільськогосподарських підприємств, функціонуючих в умовах транзитивної економіки, конкурентні позиції яких на сучасних світових ринках залишаються недостатньо високими. Вирішення задачі підвищення конкурентоспроможності ускладнюється економічною кризою та нестабільною політичною ситуацією, високим рівнем зношування виробничих фондів, низьким рівнем якості управління та іншими причинами. Через обмежений доступ до зовнішніх ринків, сучасні вимоги до якості товарів і послуг, низьку активність та ефективність інноваційної діяльності, недосконалість бізнес-процесів та неякісний менеджмент, відсутність державної підтримки, вітчизняним підприємствам необхідна така система способів, методів та інструментів забезпечення конкурентоспроможності, яка б відповідала сучасним умовам відкритої економіки [1].

Для забезпечення економічного розвитку підприємству необхідно забезпечити не лише стабільність показників конкурентоспроможності, але й запроваджувати заходи щодо їх підвищення.

Враховуючи особливості сучасного ринку можливо сформувати систему Факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства, основними елементами якої є:

1. Управління якістю на підприємстві. Сьогодні, коли споживач може обрати з величезної кількості запропонованих товарів і послуг, однією з найважливіших детермінантів існування і розвитку підприємства на ринку є якість пропонованих їм виробів або послуг[2]. Якщо ж підприємство прагне до завоювання міжнародного ринку, тоді його продукція повинна відповідати міжнародним стандартам якості і повинна мати сертифікат відповідності системи якості міжнародних стандартів.

2. Впровадження інноваційної політики підприємства, яка визначає можливість підприємства конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках. Мета інноваційної діяльності визначає її спрямованість на створення виробництва нових або відсутніх на ринку товарів і послуг. Необхідно розуміти, що з часом змінюються потреби, споживачі висувають все більш складні вимоги до ринку товарів і послуг. Завдання інноваційної політики – це задоволення цих потреб. Для підприємства важливо заздалегідь передбачати інноваційні можливості, комплексно управляти всім інноваційним циклом, що забезпечує його конкурентоспроможність і довгострокову ефективність [3].

3. Використання людського капіталу. Трудові ресурси є одним з найважливіших складових діяльності підприємства і найважливішим фактором підвищення конкурентоспроможності в глобальній економіці. Досвід зарубіжних компаній говорить про посилення ролі управління трудовими ресурсами в системі факторів, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства.[3] Відповідно до сучасних концепцій управління люди є одним з найважливіших економічних ресурсів підприємства, що впливають на її дохід,

конкурентоспроможність і розвиток. На сьогоднішній день зазначений фактор є найслабкішою ланкою в діяльності вітчизняних підприємств. Лише деякі підприємства піклуються про поліпшення умов праці і мотивації своїх співробітників. В цьому Україна на порядок відстає від європейських держав.

4. Удосконалення реалізованої на внутрішньому ринку продукції національних виробників та розширення їх діяльності на міжнародному ринку: забезпечення пріоритетності продукції, зміна якості товару і його технічних параметрів з метою задоволення потреб і конкретних запитів споживача, визначення переваг товару в порівнянні із заміниками, визначення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти, вивчення методів конкурентів щодо вдосконалення аналогічних товарів, визначення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції, нові пріоритетні сфери використання продукції, диференціацію продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачам, яким надаються певні види взаємозамінних товарів, вплив безпосередньо на споживача шляхом обмеження появи на ринку нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту[4].

Отже, ринкова конкуренція ставить перед підприємствами завдання щодо пристосування до вимог мінливого конкурентного середовища функціонування, зокрема завдяки розв'язанню проблеми формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю[5]. Саме конкурентоспроможність підприємства забезпечує його можливість зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції чи послуги, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування.

### **Список використаних джерел**

1. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
2. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: Монографія /О.Г. Янковий. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

3. Офіційний сайт Інституту Стратегії та Конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.isc.hbs.edu/>.
4. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
5. Паршина О.А. Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств: Колективна монографія у 4 т. / О.А. Паршина і ін.; за ред. О.А. Паршиной. – Дніпропетровськ: «Герда», 2013. – Т.2. – 334 с.

**УДК 332.2/.6(477)**

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

Петров В.М, студент,  
Коваль О.М., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Мораторій на продаж землі діє в Україні майже 20 років. Такі обмеження є тільки в п'яти країнах світу: Північній Кореї, Венесуелі, на Кубі, в Таджикистані і в Україні [1]. Мораторій - заборона на продаж і відчуження сільськогосподарських земель, означає, що власники земельних паїв не можуть вільно розпоряджатися ними, а єдиним способом передачі землі в користування іншим особам є укладення договору про оренду.

Перед тим як знімати мораторій треба відповідально та розсудливо підійти до цього питання, зважено подивитися на функціонування ринку земель сільськогосподарського призначення тому що саме він дасть поштовх розвитку економіки країни, створить умови високого рівня життя селян за рахунок підвищення зайнятості населення [2].

Для того, щоб розробити максимально якісну стратегію розвитку ринку землі и запровадити у нашій країні слід подивитися на досвід інших країн. Законодавство країни щодо звернення сільськогосподарських земель повинне базуватися на принципах ринку, в якому свобода відчуження земель дещо обмежена адміністративними вимогами, покликаними забезпечити розвиток цього ринку в бажаному для суспільства напрямку. Сільськогосподарські землі повинні набуватися у власність як фізичними, так і юридичними особами.

Важливою рисою ринку сільськогосподарських земель повинна бути прозорість і проведення постійного моніторингу ринкових транзакцій і цін на земельні ділянки. Ми не повинні забувати про те, що Україна — серед лідерів у світі за кількістю претендентів на родючі ґрунти. В Україні на 1 га родючих чорноземів потенційно претендує 61 українець [3].

Разом з тим, існує ряд загроз, які передбачають вітчизняні аграрії. Активну позицію займають вчені Національного університету біоресурсів і природокористування України. У Зверненні до президента України зазначено, що важливим кроком відкриття ринкового обігу земель є проведення суцільної інвентаризації і розмежування земель приватної, комунальної та державної власності; визначення земель сільськогосподарського призначення, які підлягають продажу, а які – ні; категорична заборона права власності на землю сільськогосподарського призначення в Україні іноземцям та особам без громадянства, в т.ч. і підприємствам-резидентам з іноземним капіталом; вирішувати законодавчу проблему консолідації земель; розпоряджатися землями сільськогосподарського призначення мають місцеві громади, без жодних винятків [4].

Вітчизняна модель обігу земель сільськогосподарського призначення повинна відповісти на питання для кого [5]: чи для великих агрохолдингових компаній які займуть більшість земель та ринку чи для малих і середніх виробників з проживанням людей у селах, чи розвинутим сімейним фермерським господарствам, коли люди працюють на своїй землі, живуть в селах чи хуторах.

Для українця ринок землі може означати наступні зміни: з'являться нові робочі місця, в свою чергу - припиниться відтік молоді з села; за рахунок сплати податків покращиться інвестклімат і доходи бюджету; збільшиться врожайність і рівень кваліфікації аграріїв; жителі села зможуть продати паї та покласти гроші у банк під проценти [5]. Зазначимо, що крім економічної ефективності реформи обов'язково слід забезпечити і соціальну складову ефективності. Економічне значення земельної ренти в тому, щоб отримувати



доходи на рідкісні ресурси, а також їхній перерозподіл через бюджетно-податкову системи з метою підвищення добробуту населення.

Отже, зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення і відкриттяринку землі має значні наслідки на розвиток суспільства вцілому і аграрного сектора економіки зокрема. Розвиток сільської поселенської мережі цілком залежить від форм організації земельних відносин і правових норм. З метою економічної безпеки і соціального захисту тієї частини населення країни, яка проживає в сільській місцевості, вважаємо передчасним зняття мораторію. Земельні ресурси є невідтворювальним елементом національного багатства і повинні належати громадянам країни. Доцільним інструментом подальшого розвитку, серед інших, вважаємо стратегічне просторове планування на основі інклюзивного економічного зростання.

### **Список використаних джерел**

1. Головне управління держгеокадастру України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kirovohradska.land.gov.ua/rynok-zemli-v-ukraini-skilky-koshtuvatyme-ukrainskyi-chornozem/>
2. Ринокземлі: міжнароднийдосвід / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://latifundist.com/spetsproekt/204-rynok-zemli-mezhdunarodnyj-opyt>
3. Звернення Вченої ради Національного університету біоресурсів і природокористування України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nubip.edu.ua/node/64684>
4. Парламентські слухання. Регулювання обігу земель сільськогосподарського призначення / [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[https://static.rada.gov.ua/zakon/skl8/10session/par\\_sl/sl2112116.htm](https://static.rada.gov.ua/zakon/skl8/10session/par_sl/sl2112116.htm)
5. Мораторій, зубожіння і популізм. 5 міфів про ринок землі / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://24tv.ua/ru/moratorij\\_na\\_zemlju\\_v\\_ukraine\\_2018\\_5\\_mifov\\_o\\_rynke\\_zemli\\_n108439](https://24tv.ua/ru/moratorij_na_zemlju_v_ukraine_2018_5_mifov_o_rynke_zemli_n108439)

7

## СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА МЕДУ В УКРАЇНІ

Пиренко Т.М. студент  
Кроп П.Б. кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

Бджільництво має запилювально-медовий напрям, що забезпечує виробництво продукції та використання бджіл в якості запилювачів ентомофільних сільськогосподарських рослин. Близько 90 % пасік знаходяться у приватній власності. При цьому за організаційною формою господарювання бджільництво є найближчим до фермерства.

Сьогодні, незважаючи на світову економічну кризу, український ринок меду є одним з найбільш перспективних і динамічних не лише серед усіх агропромислових галузей держави, але й у світовому масштабі [3]. Україна посідає п'яте місце в світі за обсягом виробництва меду і є лідером його виробництва в Європі.

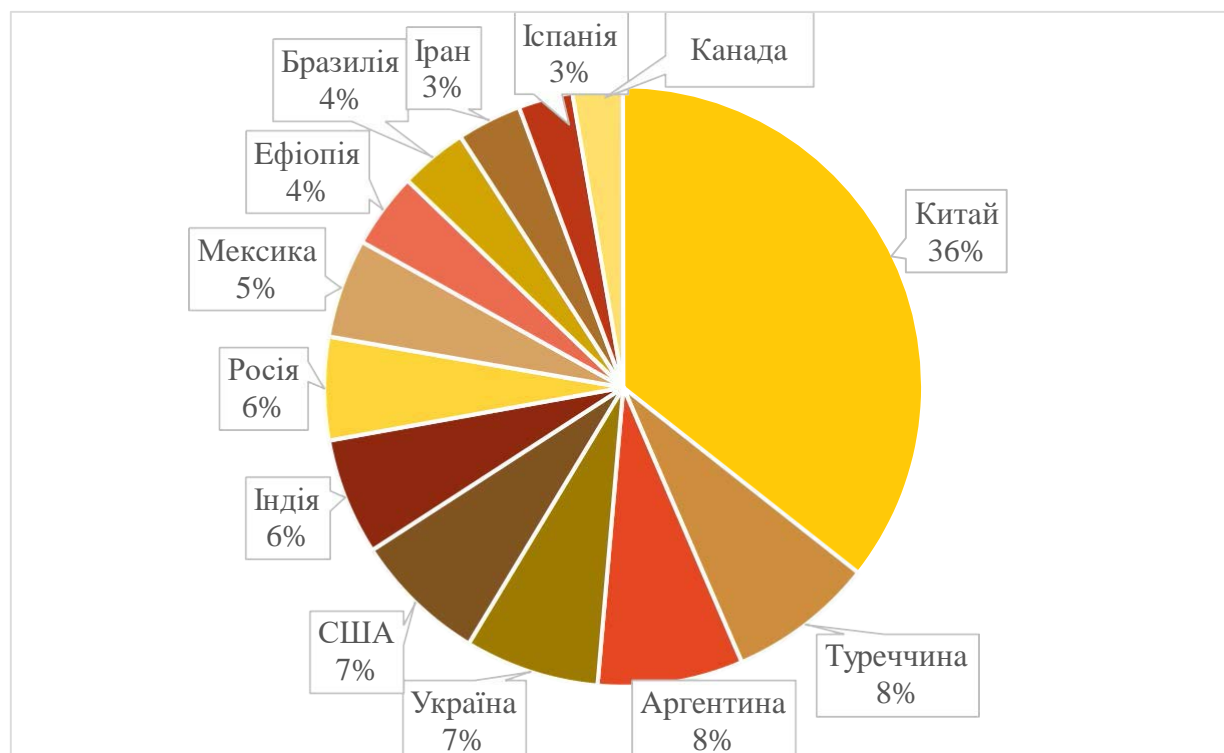


Рис.1 Світове виробництво продукції бджільництва за 2018 р.% [2]

Джерело: Державна служба статистики України.

Основними виробниками меду є Вінницька, Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Житомирська, Миколаївська, Полтавська і Кіровоградська області. Ці регіони забезпечують виробництво 70% українського меду. Наш мед поставляється в 35 країн світу. Більшість його Україна експортує в США, Німеччину, Польщу і Францію. Тільки в країни ЄС в минулому році було поставлено понад 50 тис. тонн (з них понад 5 тис. тонн за безмитною квотою) [3]

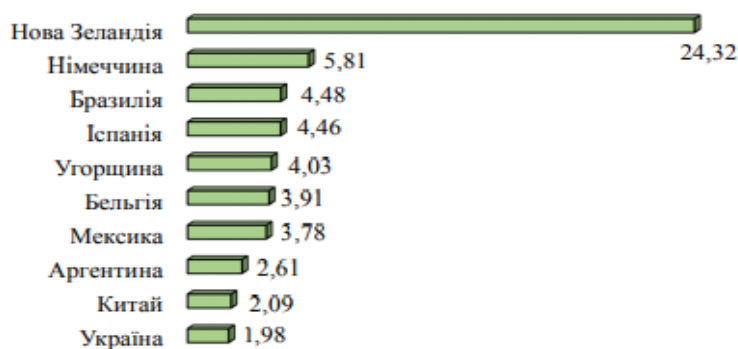


Рис.2 Середня експортна ціна за 1 кг меду найбільших експортерів світу у 2018 р., дол [1].

У 2018 році в Україні фермери протестували проти низьких закупівельних цін, які диктують медові трейдери. Тобто ціна, яку встановили на той рік - 35 грн/кг - низька, хоча в 2016-му вона була на рівні 25-27 грн/кг, в 2015 році - близько 40 грн/кг. Тоді стає зрозумілим, чому на початку того року (коли ціна була по 45 грн/кг) було експортовано рекордну кількість. Для порівняння, в сусідній Білорусі закуповують мед майже по 94 грн / кг.[4]

За умов сприятливої кон'юнктури глобального ринку бджільництва вітчизняні товаровиробники мають ряд стійких суб'єктивних і об'єктивних конкурентних переваг, таких як вигідні природно-кліматичні умови, висока якість і гарний смак продукції, що підтверджується міжнародним визнанням, висококваліфіковані спеціалісти у галузі, вигідне і зручне географічне розташування, зручне транспортне сполучення тощо, які можуть стати основою для розробки довгострокової експортоорієнтованої стратегії.

Основними проблемами на шляху інтеграції ринку меду до європейського залишаються: низька експортна ціна на мед; погіршення екологічної ситуації, вирощування генно-модифікованих сільськогосподарських рослин, вживання яких приводить до непередбачуваних наслідків; широке і неконтрольоване використання пестицидів та інших хімічних засобів в агрономії; значна частина виробленого меду знаходиться в руках домогосподарств, які й повинні забезпечувати високу якість продукції в першу чергу.

### **Список використаних джерел:**

1. Статистичні дані FAO STAT. Режим доступу: <http://www.fao.org/statistics/ru/>.
2. Статистичні дані Державна служба статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. [https://espreso.tv/news/2018/08/20/ukrayina\\_naybilshyy\\_vyrobnyk\\_medu\\_v\\_yevropi\\_info\\_grafika](https://espreso.tv/news/2018/08/20/ukrayina_naybilshyy_vyrobnyk_medu_v_yevropi_info_grafika)
4. <https://honey-ukraine.com/ru/news/prognoz-shchodo-cini-na-med-v-2019-roci>

**УДК 338.43.01/.01 (075.8)**

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬСТВОМ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄВРОСОЮЗОМ**

Прусська О.О., студентка,  
Голомша Н.Є. кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

Розвиток зовнішньої торгівлі між Україною та Євросоюзом з початку заснування їх торговельних відносин мав характер нестабільного вияву, що, у свою чергу, було пов'язано з низкою світових та вітчизняних подій, які певним чином вплинули на економічний потенціал України (світова криза 2007-2009 рр., зрив підписання Угоди про асоціацію в 2013 р., політичні та військові явища в Україні з 2014 р. тощо). Всі ці фактори були відображені і на зовнішній торгівлі агропродовольством між сторонами.

Незважаючи на ситуацію, що склалася на території України, сьогодні ми бачимо, як обсяги зовнішньої торгівлі між нею та Євросоюзом поступово зростають, й агропродовольчий комплекс не є винятком. Головним чином, на таку тенденцію наразі впливає запровадження Зони вільної торгівлі між сторонами, яка входить до основних положень Угоди про асоціацію. ЗВТ почала функціонувати у 2016 році, і саме з цього періоду спостерігається позитивний розвиток обсягів експортно-імпортних операцій. Україна почала посідати одне з провідних місць в Європі за обсягами експорту деяких видів агропродовольчої продукції, входить у число найбільших експортерів продовольства в ЄС та має величезні можливості в аграрному секторі [4].

У таблиці 1. представлені обсяги зовнішньої торгівлі продукції агропродовольства між Україною та ЄС за останні роки.

Табл. 1. Обсяги зовнішньої торгівлі України з ЄС за 2013-2018 рр.

<b>РОКИ</b>	<b>Експорт, млрд дол. США</b>	<b>Імпорт, млрд дол. США</b>	<b>Сальдо, млрд дол. США</b>	<b>Зовнішньоторг. оборот, млрд дол. США</b>	<b>% від загального зовнішньоторг. обороту України, %</b>
<b>2013</b>	4.4	3.0	1.3	7.4	5.3
<b>2014</b>	4.8	2.6	2.2	7.4	6,8
<b>2015</b>	4.1	1.6	2.5	5.7	7,6
<b>2016</b>	4.1	1.9	2.2	6.0	8
<b>2017</b>	5.8	2.3	3.3	8.1	8,4
<b>2018</b>	6,3	2.1	4.2	8.4	8

*Джерело: Побудовано на основі джерел [1, 2, 5].*

Подана таблиця дає зрозуміти, що зовнішня торгівля агропродовольчою продукцією між Україною та Євросоюзом зазнавала суттєвих змін за останні 6 років. До запровадження Зони вільної торгівлі між сторонами у 2016 році обсяг експорту не перевищував 5 \$ млрд, а імпорту – 3 \$ млрд. Відтоді, як Зона вільної торгівлі почала функціонувати, обсяги зовнішньої торгівлі України зросли на декілька \$ млрд. Цей показник є навіть кращим за обсяги експортно-імпортних

операцій до економічної кризи в країні, яка почалася у 2014 р. При цьому, сальдо зовнішньої торгівлі продукцією агропродовольчого комплексу зберігало весь час позитивне значення, і це говорить про те, що країна більше постачала сільськогосподарських і продовольчих товарів у ЄС, ніж купувала їх звідти. Така ситуація є наявною не для всіх галузей економіки України, які експортують в ЄС. Загальне ж сальдо по всім видам продукції, які продаються Україною в країни Євросоюзу, є негативним, незважаючи на дію ЗВТ. Наразі частка АПК в зовнішньоторговельному обороті України займає 8 %, що у 1.5 рази >, ніж у 2013 р.

На сьогодні Європейський Союз є головним торговельним партнером України, займаючи частку 40 % від загального обсягу торгівлі країни. Це є характерним і для агропродовольчого комплексу. Незважаючи на це, зовнішня торгівля між ними не розвивається повноцінно. Головною ж проблемою для України все ще залишається виробництво товарів із низькою доданою вартістю, і це добре спостерігається на прикладі агропродовольчого комплексу. Наразі вона експортує близько 90 % сировинної продукції і лише 10 % готової. Тому саме ця проблема повинна бути пріоритетною у вирішенні для держави у подальші часи [3].

### **Список використаних джерел**

1. Зовнішньоекономічна діяльність. *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 14.10.2019).
2. Минулоріч експорт сільгосппродукції до Європи перевершив імпорт на 20 %. *Укрінформ* : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2185241-minuloric-eksport-silgospprodukcii-do-evropi-perevisiv-import-na-20.html> (дата звернення 14.10.2019).
3. Торговельно-економічне співробітництво Україна-ЄС. *Представництво України при Європейському Союзі* : веб-сайт. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/trade-and-economic/ukraine-eu-trade> (дата звернення 14.10.2019).
4. Тохтамиш Т.О., Ягольницький О.А., Овчиннікова М.А. Теоретичні аспекти організації зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2018. № 2. URL: [http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2\\_64\\_2018\\_ukr/1.pdf](http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_64_2018_ukr/1.pdf) (дата звернення 14.10.2019).
5. У 2018 році аграрії встановили абсолютний рекорд експорту сільгосппродукції. *Агрополіт*: веб-сайт. URL: <https://agropolit.com/news/11075-u-2018-rotsi-agrariyi-vstanovili-absolyutniy-rekord-eksportu-silgospproduktsiyi> (дата звернення 14.10.2019).

## УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Резанов Е.О., студент,  
Швець Ю.О., кандидат економічних наук, доцент,  
*Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна,*

У сучасних умовах пошук шляхів ефективного використання інноваційного потенціалу на промислових підприємствах постає важливим завданням через поглиблення глобалізаційних процесів, прогресивний розвиток технологій та інтелектуалізації економіки.

Шляхом впровадження новітніх досягнень науки та техніки і модернізації засобів праці промислові підприємства зможуть вийти на відносно новий якісний рівень на світовому ринку та підвищити свою конкурентоспроможність. Проте в умовах соціально-економічної кризи, розвиток інноваційного потенціалу значно ускладнюється. Слід звернути увагу на те, що інноваційний потенціал утворюють матеріальні, фінансові, інформаційні, науково-технічні ресурси, що перебувають у постійному взаємозв'язку, створюючи необхідні умови для їх оптимального використання та досягнення цілей інноваційної діяльності [1, с. 6].

Рисами інноваційного потенціалу є визначення реальних можливостей підприємства в сфері інноваційної діяльності та наявність необхідних ресурсів, адже інноваційний потенціал залежить не лише від ресурсної забезпеченості, але й від спроможності керівництва їх раціонально використовувати в діяльності.

Отже, інноваційний потенціал – це складна, динамічна система, що складається з таких складових як кадрова, технологічно-виробнича, організаційно-управлінська, фінансова, інвестиційна та маркетингова [2].

Для ефективного використання інноваційних можливостей промисловим підприємствам необхідно визначити усі доступні шляхи нарощування

потенціалу підприємства, а також ретельно оцінювати вплив внутрішніх і зовнішніх факторів.

На процес управління інноваційним потенціалом підприємства значно впливають зовнішні фактори, адже від рівня інвестиційної привабливості країни залежить можливість промислових підприємств залучати зовнішні інвестиції. Проте фінансово-економічна та політична нестабільність у країні призводить до того, що капіталовкладення стають більш ризикованими.

Таким чином, вагоме значення для зростання частки інноваційної діяльності на промислових підприємствах має державна підтримка за рахунок фінансування інновацій, пільгового оподаткування інноваційно активних суб'єктів господарювання. Тому процес управління інноваційним потенціалом має акцентувати увагу не лише на внутрішні можливості та слабкі сторони, але й на вплив зовнішнього середовища.

Отже, управління інноваційним потенціалом підприємства полягає у плануванні, розробці та реалізації організаційних рішень, спрямованих на зростання та використання інноваційних ресурсів. До основних задач управління інноваційним потенціалом відносять ціленаправленість, оптимізація, стабілізація та виконання програми розвитку [3].

В процесі розгляду управління інноваційним потенціалом промислових підприємств необхідним є визначення його етапів. Перший етап управління полягає в оцінці внутрішнього потенціалу підприємства. Для цього необхідним є визначення рівня інноваційних ресурсів та можливостей їх швидкої реалізації. На цьому етапі проводять оцінку сприятливості ринкової кон'юнктури, адже при розробці загальної стратегії підприємства враховують загрози та можливості макросередовища.

Другий етап заключається в плануванні та прогнозуванні, тобто визначенні довго- та короткострокових цілей інноваційного розвитку шляхом формування чіткої інноваційної політики.



Для ефективного здійснення поставлених завдань на цьому етапі необхідно використовувати сучасні економіко-математичні, статистичні методи побудови точних та достовірних прогнозів [4, с.102].

Третій етап полягає в організації управління, тобто забезпечення реалізації заходів задля досягнення цілей обраної інноваційної політики. Цей етап проводиться на основі постійного корегування інноваційних процесів відповідно до змін зовнішнього середовища, що потребує моніторингу ринкової кон'юнктури. Останнім етапом управління інноваційним потенціалом є проведення постійного контролю за реалізацією інноваційної політики та здійсненням заходів задля досягнення цілей підприємства.

В результаті дослідження встановлено, що у процесі управління інноваційним потенціалом необхідно враховувати зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, адже це сприятиме уникненню ризиків та ефективному використанню інноваційних можливостей на підприємстві. Необхідність управління інноваційним потенціалом промислового підприємства зумовлена можливістю розглядати об'єкт дослідження не розрізнено, а у сукупності враховуючи функції, цілі, що дозволить своєчасно виявляти «слабкі місця» та корегувати процес реалізації та накопичення інноваційних продуктів, враховуючі зміни як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі.

Отже, реалізація інноваційного потенціалу є необхідною передумовою підвищення конкурентоспроможності підприємства, зростання прибутковості та ефективності його діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 4. С. 5–8.
2. Гурочкіна В. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту. Економіка: реалії часу. *Науковий журнал*. 2015. № 5 (21). С. 51-57. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf>
3. Спіфанова І. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 3.

4. Глушенко А.А. Структура інноваційного потенціалу підприємств сфери телекомунікацій та інформатизації. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 4 (18). С. 100-106.

**УДК 338.43.01/.01 (075.8)**

## **NEW CHALLENGES FOR AGRARIAN OF THE BANGLADESH SECTOR IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS**

Rabeya Islam, (Bangladesh)

E-mail: RABEYA [ISLAM09@yahoo.com](mailto:ISLAM09@yahoo.com)

Globalization is a process of expanding trade and commerce creating borderless market all over the world. Some view it to be the conquest of one by other increasing inequality between nations. Others view it to be benefiting for world economic development and – also inevitable and irreversible. The economic benefits of globalization – faster growth, cheaper imports, greater export and investment, and new technologies.

Like many other developing countries, Bangladesh is not in a comfortable position to cope up with the winds of globalization, as it has less access to and use of different opportunities, living at the margin in the hierarchies of global order with low technological base and weak industrial infrastructure.

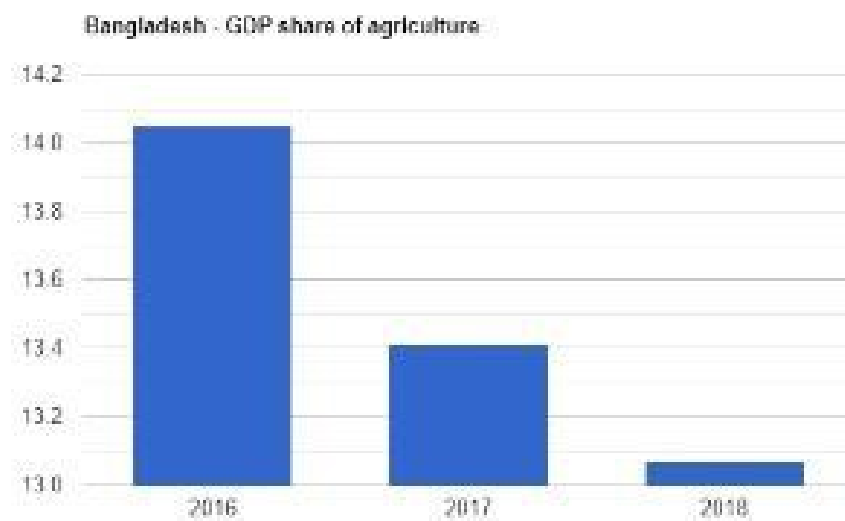
### **AGRICULTURAL PRODUCTION AND FOOD SECURITY IN BANGLADESH IN RECENT YEARS**

Agriculture is the largest sector of Bangladesh's economy employing about 65% of the current labour force and accounting for around one fourth of the total GDP. The annual rice production is estimated to be 26.53 million tons, while fish production is 2.32 million tons. In 2009- 2010, agriculture accounted for 23.5% of the country's GDP. Average share of agriculture to total GDP is 26.13% in Bangladesh since 1980 with a highest 32.77% in 1985 and a minimum of 18.29% in 2011 and is therefore considered a lifeline of the Bangladesh economy. Table 1 indicates the importance of agriculture in the economy of Bangladesh. [3]

Table 1 – Contribution of Agricultural sector in the economy

Year	1980	1990	2000	2010	2011
Agriculture, value added (% of GDP)	31.55	30.25	25.51	18.59	18.29
Agriculture, value added (annual % growth)	0.16	9.37	7.38	5.24	5.13

GDP from Agriculture in Bangladesh increased to 10739.10 BDT Million in 2019 from 10468.80 BDT Million in 2018. GDP From Agriculture in Bangladesh averaged 9012.60 BDT Million from 2006 until 2019, reaching an all-time high of 10739.10 BDT Million in 2019 and a record low of 7017.10 BDT Million in 2006.



Source: TheGlobalEconomy.com, The World Bank

## THE CHALLENGES OF GLOBALIZATION FACED BY BANGLADESH

Technology has made the whole world a global family. Sharing of culture, behaviour and experiences have overcome the territorial boundaries. The challenges faced by Bangladesh in terms of globalization in social, political, cultural, economic fields are enumerated in the subsequent paragraphs. [1]

**LACK OF QUALITY EDUCATION** - The learning materials are pedantic and rather formal and do not impart practical knowledge to the students. The teaching methods are archaic and irrelevant. The overall interest in education is limited because female education was not emphasized in the past.

**LOW AGRICULTURAL PRODUCTION** - Unbalanced Application of chemical fertilizers can be attributed for degrading soil fertility. Croplands are also

depleting fast. The amount of land lost for urbanization every year is not supplemented by the increased productivity.

**THE ENVIRONMENTAL REALITY** - The environment of Bangladesh is extremely fragile. The people-resource ratio is very adverse. The pressure of population on the natural resources of the country is very great and on the top of it are constraints of poverty and illiteracy. The needs of poor do not allow for conservation of the environment and lack of education stands in the way of ecological consciousness.

**POVERTY IN BANGLADESH** - Bangladesh has been experiencing with a mix of macroeconomic, sectoral, institutional and target oriented strategies to combat the problems of poverty.

#### **WAYS TO REAP BEST BENEFIT IN THE 21ST CENTURY**

The globalization process offers both opportunities and poses challenge for Bangladesh. It has both positive as well as negative impacts. The positive impacts include influence on parliamentary democracy and adult franchise, a global outlook and modern mind-set of the people, the positive effect on education, environment and women emancipation, access to IT, the entrance into global trade, marketing and joint-venture entrepreneurship and the availability of high quality and low cost products. The negative impacts include the downfall of local industries and products and competitiveness resulting in local unemployment, the threats to the survival of culture, community norms, ethics and values, the widening of the gap between the rich and poor; and the foreign dominance and dependency on investors. Bangladesh, although poor in most respect, is not entirely without resources. It has manpower (cheap labour), water resources and mineral resources (coal, gas and oil), if mobilized effectively, its vast but homogeneous and resilient population can take advantage of the information technology that is now available and in the process create a pool of skilled labour force. [2]

**COUNTRY SECURITY AND FOREIGN POLICIES-** In the era of globalization, Bangladesh, like other developing countries, is confronted with threats emanating from both external and internal sources: terrorism, drug trafficking, circulation of light weapons, poverty, political instability, environmental degradation and so on. The main purpose of Bangladesh's foreign policy in the present era should be minimizing the degree of vulnerabilities and reducing threats to its security, as well as possessing the ability to shape its security environment through an effective

and realistic assessment of its national interest, and the promotion thereof through pragmatic and active diplomacy.

**FOREIGN INVESTMENT**-Foreign investment is definitely essential for economic development of Bangladesh. For attracting foreign investment to come to Bangladesh without going to China, Vietnam or to other Asian countries, it is essential to make the investment climate much more attractive than that prevailing in those countries. Bangladesh can take up the following four measures to make the investment climate attractive: a. Firstly, the costs comparatively higher than other countries should be lowered, as an enterprise will always invest in a country where the return of investment is high.

b. The second suggestion is for continuity of policy matter. An investment is always made in long-term considerations and therefore, it is never desirable that a policy is changed thoughtlessly or a project in progress is suddenly cancelled due to policy change, especially due to change of the power from one political party to another.

c. The third one is improvement of infrastructure facilities. For example, ensuring a steady supply of electricity, gas at a reduced cost.

d. The fourth recommendation is for instituting fairness and speed in approvals given by different government departments.

**FRAMING OF DEVELOPMENT STRATEGY**- Trade policy should not form the basis of an overall growth and development strategy in the policy of Bangladesh. The development strategy must be constructed around country specific characteristics in a manner that efficaciously manages trade associated with globalization. This does not necessarily dictate greater economic integration through increased trade and capital flows. Two shining example of countries that benefited from conscious efforts are Chile (Following the stabilization plan in the 1970s) and Malaysia (following the Asian Financial Crisis). Globalization is an inescapable reality that offers choices for national economic policies. Hence, the policies of Bangladesh must be made consistent within a framework of principles that appreciate individual country characteristics. If policy makers are able to maintain their perspectives, the best of times are indeed ahead of us.

## ENHANCING THE MODERN TECHNOLOGICAL BASE

Globalization is now largely based on a strong technological foundation. The electronic transfer of information via Internet has now created an instantaneous and interconnected world of information resulting in a 24 hour trading network. The advancement in information and technology will help disseminate knowledge in the field of study and technology. Globalization is now only what technology makes possible.

## INCREASING THE PRODUCTIVITY IN AGRICULTURAL SECTOR

Unbalanced application of chemical fertilizers can be attributed for degrading soil fertility. Now the soaring process of TSP and MP act as a disincentive to applying balanced doses of fertilizer. Croplands are also depleting fast and rice is grown on 75 percent of arable land, which does not augur well for other crops. Seizing the opportunity of globalization, newer technologies should be evolved so that per unit productivity sees a phenomenal growth. The wide gap between rice yields at breeders' plots and farmer's fields needs to be bridged.

## CREATING A CONGENIAL INVESTMENT CLIMATE

For a dynamic investment climate, Bangladesh should confront the following pre conditions considered conducive for investment:

- a. Primacy of political pluralism;
- b. Establishment of the rule of law;
- c. Dominant role for local government and community initiatives;
- d. Rapid spread of education;
- e. Widespread dynamism in agriculture sector;
- f. The environment of an open and competitive economy.

Like many other countries Bangladesh faces the challenges of globalization. It deserves mention that technically deficient developing and least developed countries are at a very disadvantageous position to reap the potential benefit from globalization. Bangladesh has to be engaged with all its development partners in a healthy and constructive process of interaction on our stabilization and reform programme and other critical issues.

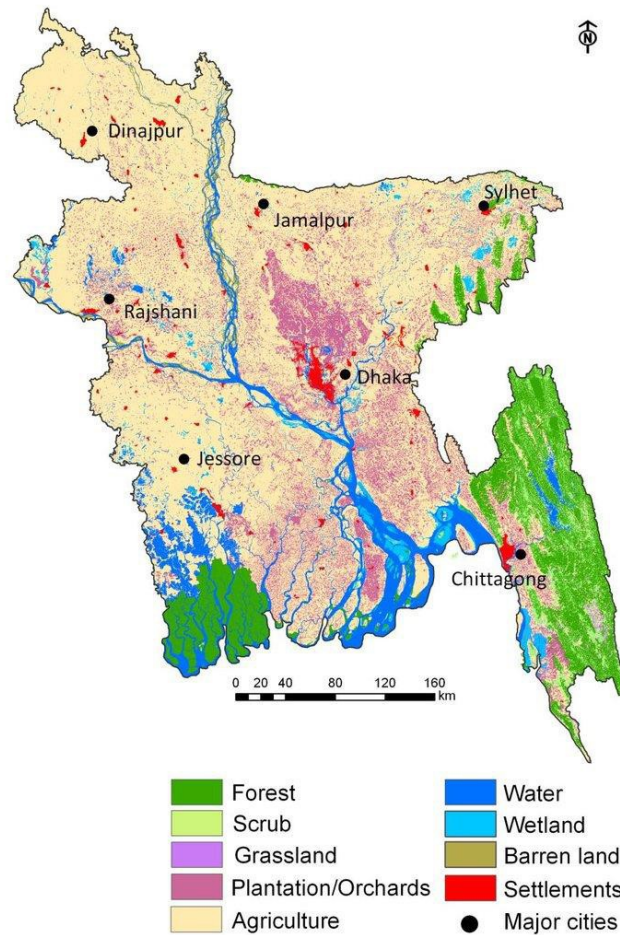


Fig: Map of BANGLADESH with rivers and agricultural areas

#### REFERENCES:

1. BazlulHaque and et el, “The Era of Globalization and Emerging Issue: Challenges and Ploicy Options for Bangladesh”, Volume XIV, Number II, p 107 (Science Review), December, 1998.
2. “Globalization and Engineers of Developing Countries”, The Daily Star, January 16, 2003.
3. Bangladesh: Economy Indicators (2012). World Bank.  
<http://www.theglobaleconomy.com/Bangladesh/indicator-NV.AGR.TOTL.ZS/>

## ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБРОБІТКУ ЗЕМЛІ ВЛАСНИКАМИ І ОРЕНДАРЯМИ

Рябцун Г.І. , студент,  
Ковтун О.А., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Мораторій на продаж землі з призначення обмежує право власності (розпорядження) на даний ресурс, що в свою чергу впливає на виробничий та експортний потенціал АПК України, неможливістю повноцінної економічної оцінки з землі. Ця ситуація створює умови недокапіталізації з землі (ціна землі - капіталізована ціна оренди), що надає значні вигоди виробникам-орендарям і спотворює економічні стимули посилюючи сигнал у вигляді додаткових прибутків (не беручи до уваги трансакційні витрати і обмеженість ресурсу землі).

Так основні дослідження були присвячені втратам які несуть власники землі, економіка в цілому від дії мораторію, обмеженням і регулюванню які застосовуються в інших країнах щодо ринку землі, а також можливим обсягам пропозиції і попиту на землю після відкриття ринку землі[1].

Проте не розглянутим залишається питання щодо можливих наслідків відкриття ринку землі на виробничий та експортний потенціал АПК України.

В літературі немає однозначної відповіді на питання чи є власник землі за будь-яких умов обов'язковим ефективнішим в використанні власної землі за орендаря.

Умовно всі дослідження можна поділити на три групи :

- а) дослідження які виявили позитивний вплив значної частки власної землі в обробітку на ефективність виробництва, наприкладі Пакистану [2], Англії та Уельсу [3];
- б) дослідження які виявили негативний вплив частки землі у власності на ефективність – Філіппіни [4];



с) дослідження які виявили різний ефект в залежності від часових інтервалів, негативний в короткостроковому періоді і нейтральний в довгостроковому – Фіджі [5].

Одним з головних пояснень наявних відмінностей, крім інституційних особливостей певних країн, може слугувати проблема “принципала-агента” тобто власника-орендаря, що може проявлятися через розбіжні інтереси цих двох гравців щодо оренди землі. Так Gavian, Ehui[6] відмітили, що необхідність першочергового внеску орендної плати за землю (іноді досягає 50% від загальної суми контракту) стимулює орендаря швидше відшкодовувати такі витрати шляхом більш виснажливого використання землі. Однак цю проблему можливо нівелювати за допомогою договорів довгострокової оренди, моніторингу власником стану власної землі, заставних зобов'язань.

Для проведення аналізу була сформована вибірка в 17 тис. спостережень, за 2005-2016 роки, для підприємств частка рослинництва в валовій продукції яких складає більше 60%.

Далі були розраховані два показники – вартість продукції рослинництва на 1 га сільськогосподарських угідь і частка землі у власності від загального обсягу землі, що обробляється.

Дані розрахунків представлені на графіку (див. Рис.1).

Проведений аналіз демонструє, що кількість спостережень в яких підприємства мають значну частку землі у власності є незначною, лише 8,5% спостережень мають більше ніж 10% землі у власності від загального земельного банку. Крім того концентрація спостережень з низькою часткою землі у власності з вартістю продукції/га вищою за 5 тис. грн. є 4,9% тоді як для підприємств з часткою більшою 10% - 4,1%.

Таким чином ми бачимо, що за даних умов частка землі у власності від загального земельного банку негативно впливає на вартість виробленої продукції рослинництва/га сг угідь. Це може бути зумовлено і особливостями вибірки оскільки сьогодні основними власниками землі є держані

підприємства, а також певними негативними стимулами оскільки за власну землю в обробітку не треба сплачувати орендну плату.

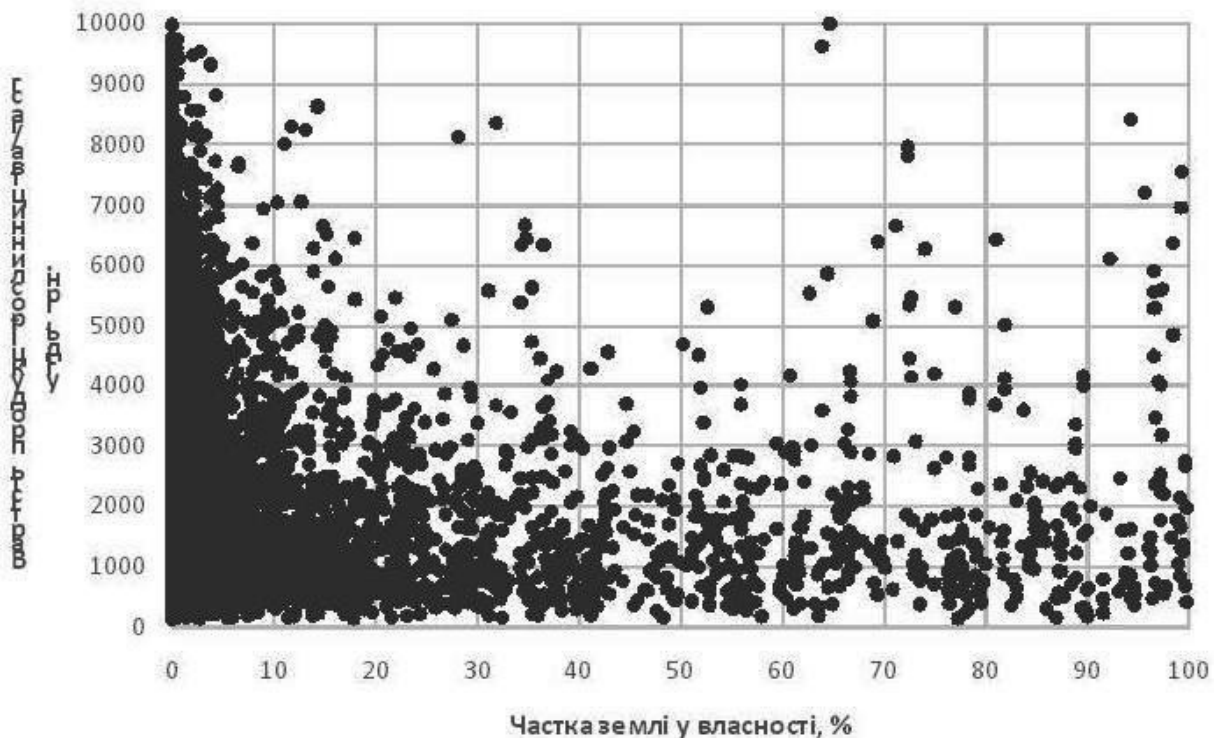


Рис.1. Співвідношення вартості продукції рослинництва та с.-г угідь і частки землі у власності

### Список використаних джерел

1. Nivievskiy, Oleg, Denys Nizalov and Sergei Kubakh (2016). Restrictions on farm landsalesmarkets: a surveyofinternational experienceand lessonsforUkraine, CapacityDevelopmentforEvidence-BasedLand&AgriculturalPolicyMakinginUkraine Project (availableat<http://land.kse.org.ua>)
2. Ali, A., Abdulai, A. andGoetz, R. (2012). Impactsoftenancyarrangements oninvestmentandefficiency: evidencefromPakistan, *AgriculturalEconomics* 43(1), 85–97.
3. Hadley, D. ‘Patternsintechicalefficiencyandtechnicalchangeatthefarm-levelinEnglandandWales, 1982–2002’, *JournalofAgriculturalEconomics*, Vol. 57, (2006) pp. 81–100.
4. Michler, J.D., Shively, G.E., (2015). Landtenure, tenuresecurityandfarmefficiency: panel evidencefromthePhilippines. *J.Agric.Econ.* 66(1), 155–169.
5. Kumari, R., & Nakano, Y. (2016). Doeslandleasetenureinsecuritycausedecreasedproductivityandinvestmentinthesugarindustry? EvidencefromFiji. *AustralianJournalofAgriculturalandResourceEconomics*, 60(3), 406-421.
6. Gavian, S. andEhui, S. (1999). Measuringtheproductionefficiencyofalternativelandtenurecontractsin a mixed-croplivestocksysteminEthiopia, *AgriculturalEconomics* 20(1), 37–49.

## МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сивун К.О., студентка,  
Голомша Н.Є. кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

Вибір методів державного регулювання, їхнє поєднання і використання – об'єктивно обумовлений процес. Він пов'язаний з цілями, стратегією, шляхами розвитку економіки. Набір цих методів може бути однаковим у різних країнах, але їхнє поєднання, пріоритетність, спрямованість використання залежать від соціально-економічної специфіки періоду розвитку країни.

В загальному метод – це спосіб досягнення мети, певним чином упорядкована діяльність з реалізації вибраних цільових установок. У науковому розумінні метод є сукупністю однорідних засобів, прийомів, які застосовуються систематично під час реалізації функцій державного регулювання [2].

Більшість науковців до методів державного регулювання експорту агропромислової продукції відносять економічні, організаційні та адміністративно-правові методи. Економічні методи являють собою сукупність амортизаційної, податкової, кредитної, інноваційної, цінової політики та політики у сфері формування людського капіталу [3, с. 73].

Враховуючи результати досліджень багатьох вчених економістів, пропонуємо класифікувати методи державного регулювання експорту агропромислової продукції наступним чином (рис. 1).

При використанні методів економічного впливу держава не втручається в процес прийняття рішень суб'єктами економіки. Вона створює лише передумови для того, щоб при самостійному виборі суб'єкти економіки віддавали перевагу тим варіантам, які відповідають цілям економічної політики держави. При цьому ринкова ситуація не порушується. До економічних методів регулювання економіки відносяться: кредити, податки, дотації, регулювання цін, пільги для виробників, інвестиції, механізм прискореної амортизації та ін.



Рис. 1. Методи державного регулювання експорту агропромислової продукції

Джерело: розроблено на основі літературного джерела [4, с. 49]

Економічними методами можна вважати таку сукупність засобів впливу, яка ґрунтується на застосуванні системи економічних стимулів (оплата праці, преміювання, ціна, собівартість, госпрозрахунок, прибуток, рентабельність, кредит тощо), які сприяють матеріальній зацікавленості й передбачають матеріальну відповідальність управлінських працівників і колективів.

Організаційні методи державного регулювання експорту агропромислової продукції передбачають організацію діяльності суб'єктів регулювання шляхом створення державою умов, виконання яких робить таку діяльність економічно вигідною.

Адміністративно-правові методи широко використовуються у регулюванні національної економіки (ліміти, ліцензії, квоти, санкції, розподіл ринків, заморожування цін чи заробітної плати, державні замовлення і т. д.), а

також у захисті національних інтересів у системі світових господарських зв'язків (ліцензування експорту чи державний контроль за імпортом робочої сили і капіталу).

Як зауважує Бабашкіна А. М., в країнах з розвинутою ринковою економікою сфера адміністративних засобів обмежується головним чином охороною довкілля, забезпеченням мінімально допустимих умов життя малозабезпечених верств населення, а також припиненням розвитку тіньового бізнесу [1, с. 12].

Таким чином, державне регулювання експорту агропромислової продукції супроводжується необхідністю вибору методів, що дають змогу досягти необхідного рівня розвитку його експортного потенціалу.

### **Список використаних джерел**

1. Бабашкіна А. М. Государственное регулирование национальной экономики. – М.: Финансы и статистика, 2003. 480 с.
2. Завражних М. Л. Методи і форми державного регулювання сільського господарства та управління агропромисловим комплексом. URL: <http://be5.biz/pravo/azml/54.htm>.
3. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери. Ужгород: ІВА, 2005. 400 с.
4. Павлова Г. Є. Методи державного регулювання аграрного сектора економіки України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 9. С. 47–49.

**УДК: 336.221:334.722.012.64(477)**

## **ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Синьоока Д.В., студент,  
Швець Ю.О., кандидат економічних наук, доцент,  
*Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

Мале підприємництво за своєю суттю є специфічним суб'єктом господарювання, яке відрізняється такими кількісними і якісними характеристиками: невеликими розмірами, незначною кількістю найманих

працівників, вразливістю до чинників зовнішнього середовища, високим ступенем гнучкості, інноваційністю, простотою організаційної структури тощо.

Наразі українські малі підприємства визначаються за кількісними критеріями, які подано у Господарському кодексі України. Так, це суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [3].

Як самостійна одиниця, мале підприємство користується правами юридичної особи, тобто має право розпоряджатися майном, одержувати кредит, укладати господарські договори з іншими підприємствами за бажанням власника. Мале підприємство самостійно несе відповідальність за результати своєї діяльності.

Малий бізнес робить економіку більш гнучкою, залучає значну кількість фінансових та виробничих ресурсів, формує повноцінне конкурентне середовище, що свідчить про економічне зростання та демократизацію країни.

Щодо України, то станом на 01.01.2018 р. кількість малих підприємств складає 373,8 тис., що становить 95% у загальній кількості підприємств, проте вона забезпечує лише 21% ВВП країни та займає 12% всіх зайнятих працівників. Дана статистика свідчить про велику кількість зареєстрованих, але не діючих, або, діючих нелегально суб'єктів малого бізнесу.

Для підняття рівня легалізації оформлення малого бізнесу потрібно встановлювати більш лояльні умови існування та ведення бізнесу на території своєї країни, впроваджувати пільгову та законодавчу підтримки, з урахуванням досвіду більш розвинених країн стосовно цієї проблеми.

За сучасних умов мале підприємництво в Україні потребує стимулювання його розвитку з боку держави, а саме неперервну дію спрощеної системи оподаткування. Навіть враховуючи всі недоліки та аргументи проти спрощеної системи оподаткування, її знищення не дасть позитивного ефекту, адже вона

має важливе соціально-економічне значення в нашій країні. Також варто враховувати, що ліквідація даної системи оподаткування може активувати ризик переходу в «тінь» більшої кількості суб'єктів малого бізнесу, що, як наслідок, може призвести до гіршого рівня розвитку цієї ланки економіки та скорочення податкових надходжень від єдиного податку до бюджету країни. Спрощена система оподаткування є способом так званої «компромісної детінізації»: завдяки наявності такої системи офіційна реєстрація стає відносно більш привабливою, порівняно з роботою у цілковитій «тіні», оскільки забезпечує легальність та мінімальний правовий захист, не вимагаючи при цьому ведення обліку та дозволяючи сплачувати помірні податки [1].

Основними кроками держави на шляху підтримки розвитку малого бізнесу у світовій практиці вважають:

- створення раціональної нормативно-правової бази;
- вдосконалення спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності малих підприємств;
- організація фінансової підтримки малого бізнесу;
- забезпечення малих підприємств інформацією та підготовленими кадрами.

Таким чином, держава повинна створювати сприятливі умови для розвитку та функціонування малого підприємництва, що дозволить їм вийти з «тіні», збільшити надходження до державного бюджету, підвищити рівень конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

### **Список використаних джерел**

1. Дубровський В., Черкашин В. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні. Інститут соціально-економічної трансформації. URL: <https://rpr.org.ua/wp-content/uploads/2018/02/Instrumenty-uhylannyavid-splaty-podatki-2017-1.pdf>.
2. Поліщук О., Цимбал В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2011. № 32. С. 82–85.
3. Законодавство України. Господарський Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ  
УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПРІОРИТЕТІВ СПІЛЬНОЇ АГРАРНОЇ  
ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Ситніченко В.С., студент,  
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України м.Київ, Україна*

Економічні відносини між країнами світу розвивалися завжди, але з поглибленням міжнародного поділу праці вони держав стають все більш важливим фактором процесу відтворення, задоволення суспільних потреб та розвитку світового господарства. На сьогодні обсяг міжнародної зовнішньої торгівлі перевищує 11 трлн дол. — понад третину сумарного ВВП країн світу. Експорт сільськогосподарських товарів протягом минулого року перевищував 39% від загального обсягу експорту товарів та послуг України. Тому слід докладати значних зусиль, щоб і надалі його нарощувати, оскільки із збільшенням обсягу експорту продукції збільшується кількість валютних надходжень до державного бюджету, а в такий складний період для нашої країни це є дуже важливим фактором розвитку економіки..

Метою роботи є вивчення впливу євроінтеграції на розвиток сільського господарства України та визначення стратегічних напрямів його розвитку.

Недостатній рівень виваженості у вітчизняній аграрній політиці став причиною спаду виробництва на сільських територіях, погіршення їх екологічного стану, демографічної ситуації та практичної відсутності впровадження інновацій всіма суб'єктами. Виключенням є аграрні корпорації, але відсутність для них мотивації щодо відновлення деградуючих ґрунтів, запровадження біодинамічного, безвідходного та енергозберігаючого землеробства сприяла виникненню низки проблем – зниження вмісту гумусу у ґрунті, його забруднення хімічними речовинами, поширення генетично модифікованих культур та ін.



Серед пріоритетних механізмів державної аграрної політики України окремі вчені обґрунтовують впровадження ринкових механізмів функціонування аграрного сектору, інші – надають провідного значення державному регулюванню економіки. На нашу думку, має бути оптимальне поєднання ролі держави з ринковими регуляторами, що за сучасних умов, які склалися в аграрній сфері, що зможе забезпечити найбільш прискорений вихід аграрного сектору з кризи. Український АПК стабільно зростає навіть в умовах постійного продовження мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення.

Спільна аграрна політика (САП ЄС) - це комплекс норм і правил, що регулює сферу виробництва та торгівлі сільськогосподарською продукцією[1].

Економічна інтеграція України та ЄС передбачає наближення завдань щодо розвитку українського сільськогосподарського виробництва до європейських стандартів [2]. Так, серед провідних позицій САП виділено наступні: скасування виплат фермерам задля підтримки їхніх доходів, натомість видається необхідною концентрація ресурсів на інтенсивному розвитку сільських територій та сумісних із природними умовами видів агровиробництва; поступове скорочення прямих виплат і інструментів регулювання ринку; бюджет, призначений на прямі виплати, перенаправляти на фінансування заходів по розвитку сільських територій і популяризацію якісної агропродукції, стимулювання споживання здорових продуктів на території ЄС і за її межами [1].

Пріоритетність основних цільових орієнтирів САП залишається незмінною, зокрема: гарантування виробництва сільськогосподарської продукції в необхідних обсягах, надання виробникам сільськогосподарської продукції переваг на ринках ЄС та світу, забезпечення гідного рівня життя. Країни-члени ЄС вважають, що САП і надалі повинна залишатися єдиною політикою Співтовариства, фінансованою із спільного бюджету ЄС, та забезпечувати вирівнювання регіональних відмінностей, що зумовлюють різні

можливості країн-членів ЄС щодо фінансування розвитку агропромислового комплексу на належному рівні.

Отже, сільське господарство України має значний природно-ресурсний потенціал і має можливості поступового наближення до досягнень ЄС. З огляду на чинники, завдяки яким державам Заходу вдалося забезпечити своє населення достатньою кількістю продуктів харчування за доступними цінами, а також домогтися технічно оснащеного і високопродуктивного сільськогосподарства, Україна може за допомогою відповідного законодавства і цілеспрямованої політики створити умови для розвитку ефективних структур господарювання.

Стратегічні напрямки розвитку України в контексті САП 2017-2022 рр.:

- зростання урожайності рослинницької продукції та продуктивності у тваринництві на 40-50%
- доведення обсягів споживання основних продуктів харчування на одну особу до рівня встановлених раціональних норм, затверджених МОЗ;
- підвищення обсягів експорту сільськогосподарської продукції та продовольства у 2020 р. порівняно з 2015 р. у 2 рази;
- підвищення конкурентоспроможності та розширення ринків збуту за рахунок збільшення експорту продукції та активізації внутрішнього ринку;
- доведення середньомісячної заробітної плати працівника сільськогосподарства до середнього рівня заробітної плати в інших галузях економіки;
- покращення демографічної ситуації у сільській місцевості

### **Список використаних джерел**

1. Спільна аграрна політика Європейського Союзу: можливості та виклики для України - К.: НІСД, 2011. – 19 с
2. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України : [монографія] / НАН України. Ін-т регіональних досліджень; наук. ред. В.В. Борщевський. – Львів, 2012. – 216 с

**УДК 351.82: 330.341**

**ENVIRONMENTAL SECURITY MANAGEMENT IN UKRAINE UNDER  
EUROPEAN INTEGRATION**

Sirenko S., student,  
Mishchenko I.A., PhD in Economics, Associate Professor of,  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Bringing the European Union's borders closer to the borders of Ukraine and proclaiming our country a strategic course for European integration and signing the Association Agreement with the EU actualizes the problem of its relations with this integration association, requires defining the most effective strategy and tactics of cooperation between Ukraine and the European Community, sphere.

Of fundamental importance is the task of implementing by 2020 an ecosystem approach to management and adapting environmental legislation to the requirements of EU directives. The main drivers of this process should be: - development of a National Sustainable Consumption and Production Policy Concept; - implementation of green economy ideology, implementation and development of cleaner industries, and "Best Available Techniques" in sectoral policies; - defining the criteria of greening consumer policy in the structure of priorities of the current sectoral policy of Ukraine; - formation of conscious mentality of ecologically-balanced consumption and production; - activation of effective levers of the transition to sustainable consumption and production through the introduction of environmental audit tools, certification, marking, etc.

Describing the structural and substantive conformity of the legislative component of the state environmental policy of Ukraine with the environmental legislation of the European Union, it should be noted that none of these components of proper conformity is traced: the number of EU legislative acts is several times higher than in Ukraine, and in addition to most of them. EU legislation has a significant number of mandatory requirements. The structures of environmental legislation of Ukraine and the EU differ significantly, and their comparison points to

certain shortcomings in the structure of Ukrainian legislation, namely: the absence of such sections as: waste management, control of industrial pollution and risk management, chemicals and genetically modified organisms, noise from cars and the mechanisms that exist in the structure of EU legislation.

Therefore, the main areas in which it is necessary to approximate Ukraine's environmental legislation with the legislation enshrined in EU environmental directives and regulations are: 1. Horizontal legislation (environmental impact assessment, environmental information). 2. Atmospheric air quality (emissions from stationary and mobile sources, air quality standards, product control (ozone depleting agents, sale and use of hazardous chemicals). 3. Waste (waste treatment and disposal, special waste (petroleum products, packaging materials, batteries activated sludge, waste lubricants, batteries), hazardous waste (transportation, export, import) 4. Water quality (urban wastewater (domestic, industrial), water policy, surface water (bathing and fishing waters 5. Wildlife (natural habitat of wild flora and fauna (birds, protection of forests from atmospheric pollution and fires), trade in wild plants and animals. 6. Control of industrial pollution, control of risk from accidents. (integrated emission, discharge and waste prevention, industrial risk control, environmental safety, environmental management and audit system, product control (eco-labeling). 7. Chemicals and genetically modified organisms (testing of chemicals and notification of chemicals (classification, packaging, marking), use of genetically modified organisms, control of production (asbestos, detergents), transportation, export, import of dangerous substances. 8. Level noise (vehicles, machinery, mechanisms, devices and construction equipment. 9. Nuclear safety and radiation protection (safety standards (health protection of personnel and the public)), transportation of radioactive substances and waste, control food.

Priority actions for harmonization of the environmental legislation of Ukraine with the requirements of the European Union should include the following: - development and approval of new laws, in particular on emergency zones, ecological insurance, fisheries, flora, ecological (natural-technogenic) safety; recreational zones, resorts, medical and health-improving zones and zones with special environmental

conditions; The Environmental Code, the laws on environmental information, environmental education; - Amendments to the laws of Ukraine: "On environmental protection", "On wildlife", "On nature reserve fund", "On environmental audit", as well as in the Forest Code, Water Code, Code on subsoil, Land Code; - preparation of normative-legal acts approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine, namely: Rules for compensation of damages caused by violations of environmental legislation, Regulations on environmental control.

Therefore, at the intergovernmental level, Ukraine's national environmental policy must be shaped and implemented through the strengthening of bilateral and multilateral relations with EU Member States, based on the improvement of the existing legal framework. New forms of cooperation with EU countries need to be more actively initiated at the national level, which will allow mobilizing both external and internal reserves of Ukraine to conserve, reproduce, balance environmental management and solve environmental problems, which will be the subject of further scientific research.

### **References**

1. Law of Ukraine "On the Fundamental Principles (Strategy) of the State Environmental Policy of Ukraine for the Period up to 2020" of 21.12.2010 No. 2818-VI. [Electronic resource]. - Access mode: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>.
2. National report on the state of the environment in Ukraine in 2016. - K.: Ministry of Ecology and Natural Resources of Ukraine, LAT&K, 2016. - 258 p.
3. Ecological legislation of Ukraine [Electronic resource]. - Access mode: <http://lawbooks.in.ua/en/items/44-ekologicheskoe-zakonodatelstvo-ukrainy-na011112r>. Andronov V. A., Maystro S. V. Send tran

**УДК 339.138**

### **ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

*Старцева В.О., магістр  
Мостенська Т.Л., д. е. н., професор,  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, Україна, Київ, Україна, Київ*

Останнім часом посилились дискусії про етичні проблеми використання нейромаркетингу в маркетингових дослідженнях і наслідках його використання у підвищенні ефективності діяльності підприємств.

Нейромаркетинг – це прикладний розділ нейроекономіки, що представляє собою новий методологічний підхід маркетингу і охоплює дослідження споживчої поведінки, із застосуванням інструментарію нейробіології та психології [1, с.112].

Концепція нейромаркетингу передбачає, що людина сприймає подразники навколишнього середовища (наприклад, презентацію товару), перш за все, на рівні нейрофізіологічних сигналів [2, с.179-181].

Більшість науковців, що займаються питаннями етичності використання нейромаркетингу, вважають головним недоліком нейромаркетингу – необізнаність більшості споживачів про порушення їхніх етичних прав, а також можливість здійснення впливу на систему цінностей споживача при придбанні товарів.

Такими питаннями сьогодні займається нейроетика – порівняно нова міждисциплінарна область, в якій обговорюються найрізноманітніші питання, що виникли разом з сучасними дослідженнями мозку.

Важливо зазначити, що наукова спільнота висловлює дві діаметрально протилежні думки щодо етичності нейромаркетингу: етичне використання та не етичне.

До основних етичних проблем нейромаркетингу на сьогодні відносять:

- замовчування основних цілей експерименту;
- дискримінацію окремих осіб за допомогою впливу на психофізіологічні вразливі точки споживача;
- використання віддалених образів реклами або дизайну товару, що не відповідають його сутності;

- відсутність коштів нагляду і контролю за нейромаркетинговими дослідженнями;
- основну спрямованість виробника на реалізацію своєї продукції через використання даних, отриманих неетичним шляхом при проведенні досліджень.

Існування таких проблем породжує недовіру і негативне ставлення до нейромаркетингу.

При цьому не можна стверджувати, що ці дослідження, при умові їх коректного використання, шкодять всьому суспільству в цілому або навіть окремо взятій особистості, так як вони мають під собою основу у вигляді вельми коректно сформульованих цілей і завдань.

Безумовно, ризик шарлатанства і некоректного використання інформації при проведенні нейромаркетингових досліджень присутній.

Для того щоб нейромаркетинг став більш етичним пропонують:

- поширення наукових матеріалів серед потенційних споживачів з поясненням нюансів застосовуваних методів дослідження;
- визначення конкретної мети дослідження та інформування про неї споживачів, які є його учасниками, адже споживач повинен знати, з якою метою проводиться дослідження, його метод проведення, інформацію, яку виробник отримає під час дослідження;
- розробка контрольних і регулюючих заходів щодо участі споживачів в нейромаркетингових дослідженнях;
- використання конкретних образів, пов'язаних з досліджуваним товаром, адже багато компаній в своїх дослідженнях вдаються до впливу на споживача через непрямі образи.
- прийняття до уваги цінностей і бажань споживача. [4, с.343]

Під час обговорення питань, пов'язаних із вивченням нейропсихологічних, нейрофізіологічних та нейробіологічних взаємозалежностей, широка громадськість вважає, що подібного роду

дослідження дискредитують саму суть уявлень про свободу людського волевиявлення. Особливо часто це проявляється при розгляді досліджень, присвячених здійсненню вибору і прийняття рішень [5, с. 141], що характерно для використання наукового доробку цих наук у здійсненні маркетингових досліджень.

Потребу у використанні нейромаркетингу можна обґрунтувати наступним:

- За допомогою нейромаркетингу можна створити рекламу, яка буде впливати на людину, як сильний емоційний подразник, та мотивувати людину до позбавлення поганих звичок, або занять спортом.

- використання інструментів нейромаркетингу дозволяє створити ідеальний продукт, який буде поєднувати в собі усі гарні властивості для якомога більш повного задоволення споживача;

- нейромаркетинг використовується в кінематографії, що дозволяє зрозуміти, які саме сюжети захоплюють людей і випускати тільки такі фільми;

Метою нейромаркетингових досліджень є отримання об'єктивної інформації про особисті уподобання споживачів без звернення до суб'єктивних даних, отриманих традиційними маркетинговими засобами. Нейромаркетинг націлений на забезпечення маркетингових служб якісно новою інформацією про споживачів [5, с. 139].

Таким чином нейромаркетинг можна розглядати як сучасний інструмент, що, може допомогти виводити на ринок більш якісні товари для задоволення реальних потреб споживачів.

### **Список використаної літератури**

1. Нейромаркетинг. Визуализация эмоций [Neuromarketing: Die innovative Visualisierung von Emotionen]. - Альпина Паблишерз, 2009. - 112 с.
2. Красильников А. Б. Становление концепции нейромаркетинга /А. Б. Красильников // Проблемы маркетинга. Логистика. – 2015. –С. 179-181.



3. Нейроэтика – порождение нейробиологии [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://medikom.kiev.ua/nejroetika-porozhdenie-nejrobiologii.html>

4. Астахова И.Е., Полякова Н.А. Этические проблемы нейромаркетинговых исследований в процессе управления споживчим попитом. *Економіка та суспільство*: Електронне наукове фахове видання, випуск 13. Мукачево, 2017, с. 343

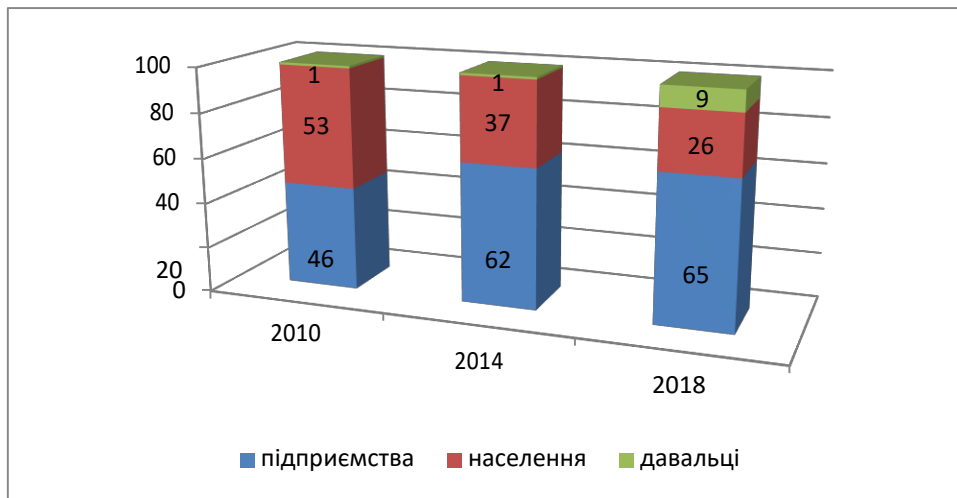
5. Чернова М.А., Клепиков О.Е. Нейпрмаркетинг: К вопросу об этической составляющей. Национальный психологический журнал. –2012. –№1(7), с. 139-142.

**УДК 338.658**

## **РИНОК МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ**

*Соколовська В.М., аспірант  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна  
Білан Ю.В. доктор економічних наук, професор  
Жешувська політехніка, м. Жешув, Польща  
Мостенська Т.Л., доктор економічних наук, професор  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Молочні продукти відіграють важливу роль у забезпеченні життєдіяльності населення. Проте в останні роки спостерігається негативна тенденція надходження молока на переробні підприємства. Якщо у 2010 р. на переробку надійшло 4,8 млн. тонн молока-сировини, то у 2018 – 4,2 млн. тонн, при цьому суттєвих змін зазнала структура джерел надходження молока на переробні підприємства (рис. 1). При зменшенні частки молока, закупленого від населення з 53% у 2010 р. до 26% у 2018 р. відбулось зростання на 8 відс. пунктів надходження молока на давальницьких засадах – до 9% у 2018 р. та на 19 відс. пунктів закупленого молока у підприємств – з 46% у 2010 р. до 65% - у 2018 р.



**Рис. 1. Структура джерел надходження молока на переробні підприємства**

Джерело: за даними [1].

Якість молока-сировини значно відрізняється залежно від джерел надходження на переробку. Молока гатунку екстра від підприємств на переробку у 2018 р. надійшло 22%, вищого гатунку – 38%, 1 гатунку – 33%, 2 гатунку – 7% та несортового – 0,3%.

Молоко, закуплене у населення у 2018 р. за якістю характеризується наступним: 0,2% вищого гатунку, 12,5% – першого гатунку, 83% – другого гатунку, 0,3% – несортового.

З січня 2020 року починає діяти заборона прийому на переробку молока II гатунку. Як зазначають експерти, це стосується не продукту, який виробляють домогосподарства, а забрудненого молока, вміст мікроорганізмів у якому перевищує максимально допустимий. Діючий стандарт на це молоко дозволяє бактеріальне забруднення до 3 млн. мікроорганізмів. Тоді як для Європи цей показник становить 100 тисяч. мікроорганізмів. Аналогічні вимоги для молока-сировини в Росії та Білорусі – 500 тисяч мікроорганізмів [2].

Таким чином, якщо заборона увійде в силу, то на переробних підприємствах надходження молока скоротиться за рахунок цих дій на більш ніж 900 тис. тонн молока, що не може не відбитись на обсягах виробництва молока, його розподілі та цінах на готову молочну продукцію.

Молочна продукція в Україні залишається однією з найважливіших складових споживчого кошика населення. Ринок молочних продуктів України дуже різноманітний і високо конкурентний. Чисельність тільки великих гравців складає близько 10 - 15, кількість дрібних локальних виробників перевищує кілька сотень.

Основу ринку молочної продукції в Україні становлять товари вітчизняного виробництва, хоча імпорт в останні роки зростає. В процесі адаптації вітчизняних молочних виробників до європейських технологічних норм виробництва і контролю якості продукції, а також активного проникнення продукції європейських виробників на внутрішній ринок України, росте якість молокопродуктів в цілому, що веде також до зростання цін [3].

У 2018 році для ринку молочних продуктів були характерні наступні тенденції: виробництво продукції з незбираного молока виросло на 2%, випуск справжнього сичужного сиру продемонстрував зростання на 3%, виробництво плавленого сиру збільшилось на 6%; сухого незбираного молока – на 11%, казеїну – на 4%, а спредів – на 13%. Найбільше відбулось скорочення по випуску сирного продукту на 12%, сухого знежиреного молока – на 18%, а молочних консервів на 5%. На 2% скоротився випуск масла вершкового.

На переробні підприємства України надходить майже 42% виробленого молока. Молоко, що надходить на переробні підприємства, розподіляється наступним чином: виробництво продукції з незбираного молока – 30%, виробництво сиру та сирного продукту – 35%, масла та спредів – 17%, сухого молока та казеїну – 16%, інших молочних продуктів – 2% [4].

Висновок. Внутрішній ринок молочних продуктів характеризується тенденціями, які визначаються не тільки попитом на молочну продукцію населення України, який має тенденцію до звуження в результаті зниження купівельної спроможності населення, але й ситуацією на зовнішньому ринку – цінова політика та попит на продукцію української молочної продукції.

## Список використаних джерел

1. Електронний ресурс: <https://latifundist.com/rating/top-10-proizvoditelej-molochnoj-i-molokosoderzhashchej>
2. З 2020 року прийом на переробку молока 2-го гатунку заборонено. <http://www.agriagency.com.ua/news/27126.html>
3. Аналіз ринку молочної продукції в Україні. 2019 рік. ProConsulting. 2019. – 25 с.
4. 1. Електронний ресурс: <http://milkua.info/uk/post/eksport-molocnih-produktiv-u-persomu-kvartali-2019-ukraini-potribni-novi-rinki-zbutu>

УДК 352.2 : 364

## НОВІТНІ ЗЕМЕЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Сюр О.В., студент,  
Костюк О.Д., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

В процесі використання землі між людьми встановлюються певні виробничі відносини: матеріальні (охоплюють систему володіння і користування землею), та суспільно-економічні, що виникають при використанні землі як засобу виробництва.

Сукупність даних відносин утворює земельні відносини. На сьогодні вивчення питань щодо елементів формування та механізмів регулювання системи земельних відносин є одними з обговорюваних серед науковців.

Грунтуючись на тій чи іншій формі власності на землю та інші засоби виробництва, земельні відносини водночас визначають ці форми, характер володіння та користування землею, ступінь і доцільність використання землі та інших засобів виробництва, впливають на розвиток продуктивних сил суспільства. Формування конкретного власника і користувача землі є одним з принципових завдань земельної реформи в Україні. Однак досі не створено прийнятного суспільством механізму повної реалізації права на землі

сільськогосподарського призначення. У Земельному кодексі України вказано, що елементами права власності на землю є володіння, користування і розпорядження земельними ділянками [1].

Механізми державного регулювання земельних відносин, що використовуються органами місцевого самоврядування України певною мірою не забезпечують повноцінного включення землі до повного економічного обігу та переходу її у власність господарюючих суб'єктів. Через це покращити роботу цих органів на нинішньому етапі не можна без запровадження виваженої державної політики у зазначеній сфері, без застосування гнучкої системи економічних та адміністративних методів впливу земельних власників та землекористувачів, які безпосередньо мають вплив на рівень ефективності використання відповідних земельних ресурсів.

Реалізація повноважень, наданих територіальним органам управління земельними ресурсами, місцевим державним адміністраціям та органам місцевого самоврядування у сфері регулювання земельних відносин і землеохорони, є основою взаємодії даних органів, мета якої полягає у створенні та забезпеченні сприятливих для ефективного функціонування системи земельних відносин і землекористування умов, що уможлиблює якнайповніше задоволення потреб суспільства, пов'язаних із застосуванням і збереженням землі. У цьому процесі органи місцевого самоврядування виконують ключову роль, представляючи у земельних відносинах інтереси територіальних громад.

У Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні зазначається, що однією з нагальних проблем розвитку місцевого самоврядування є подолання його відстороненості від вирішення питань у сфері земельних відносин. Для її розв'язання пропонується надання органам місцевого самоврядування базового рівня повноважень у вирішенні питань забудови (відведення земельних ділянок, надання дозволів на будівництво, прийняття в експлуатацію будівель), визначення матеріальною основою місцевого самоврядування майна, зокрема землі, що перебуває у власності територіальних громад сіл, селищ, міст комунальної власності), та

належної бази оподаткування, а також надання територіальним громадам права розпоряджатися земельними ресурсами в межах своєї території, об'єднувати своє майно та ресурси в рамках співробітництва територіальних громад для виконання спільних програм та ефективнішого надання публічних послуг населенню суміжних територіальних громад. Тому в умовах здійснення реформи, спрямованої на розвиток земельних відносин в Україні, визначено заходи з децентралізації владних повноважень у земельних відносинах, зокрема передбачається:

- розпорядження землями сільськогосподарського призначення за межами населених пунктів перейде до територіальних громад;
- власність на землі перейде об'єднаним громадам;
- контроль за використанням землі здійснює Держгеокадастр [2].

Дієва децентралізація – це не лише передавання повноважень щодо розпорядження землями сільськогосподарського призначення за межами населених пунктів від одного органу до територіальних громад. Децентралізація має на меті створення такого механізму державного устрою, який дозволяв би вирішувати усі важливі питання на місцях за активної участі жителів без зайвого втручання органів виконавчої влади. У рамках децентралізації влади передбачено передача у власність об'єднаним громадам землі та повноваження щодо розпорядження землями сільськогосподарського призначення за межами населених пунктів.

Новітні земельні відносини в територіальних громадах повинні ґрунтуватись на визнанні за громадою, права потенціальних змін певного застосовування та гарантування господарям землі прав, які встановлені відповідними законами, права контролювати господарів землі щодо напрямів застосовування ними земельних ділянок, які перебувають у їх власності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 р., № 2768-III // ВВР України. 2002.
2. Офіційний веб-сайт Державного агентства земельних ресурсів України. [Електронний ресурс] . Режим доступу : <http://land.gov.ua/zakonotvorcha-diialnist.html>

## ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Трутенко К.В., студентка,  
Голомша Н.Є. кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м.Київ, Україна*

За останні 10 років експорт агропродовольчої продукції з України збільшився два рази у 2018 році склав 18,6 млрд. дол. США, що становить 39,3% загального обсягу експорту. Проте, в структурі українського експорту продукції АПК продовжує переважати експорт сировини, а також продуктів низького рівня переробки [1].

Зовнішня торгівля є специфічною формою обміну товарами і послугами між продавцями та покупцями різних країн, і потребує регулювання з боку держави. Державне регулювання зовнішньої торгівлі являє собою систему заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, покликаних удосконалити зовнішньоекономічну діяльність в інтересах національної економіки.

Важливу роль у системі державного регулювання зовнішньої торгівлі відіграють інструментальні методи регулювання. Як відомо, розрізняють тарифні (митні) та нетарифні методи державного регулювання зовнішньої торгівлі. Нетарифні обмеження, в свою чергу, класифікують за групами: кількісні (квотування, ліцензування, добровільні обмеження, ембарго), приховані (державні закупівлі, вимоги до вмісту компонентів, технічні бар'єри, податкові збори), фінансові (субсидії, кредитування, демпінг).

Таким чином, аналіз широкого інформаційного поля інструментів регулювання зовнішньоторговельною діяльністю агропродовольчої продукції дозволили виокремити рівні та методи регулювання експорту в аграрному секторі (табл. 1).

Таблиця 1

## Рівні регулювання експортної діяльності аграрного сектору України

<i>Корпоративний рівень</i>		
Суб'єкти регулювання	Підприємства, організації та групи підприємств – суб'єкти ЗЕД	
Методи регулювання	Обмежувальна ділова практика в рамках укладених угод	
<i>Національний рівень</i>		
Суб'єкти регулювання	Держава	
Методи регулювання	Тарифні: експортні мита, митні податки та збори при перетині кордону	
	Нетарифні: реєстрація суб'єктів, ліцензування, квотування, митне оформлення товарів, регламентація митних процедур, ветеринарний контроль, фітосанітарний контроль, державні стандарти якості на аграрну продукцію.	
	Валютно-кредитні: податки з експорту аграрної продукції; податкові пільги; пільгові кредити; страхування експорту; регулювання валютних курсів; валютні обмеження тощо.	
<i>Наднаціональний рівень</i>		
Суб'єкти регулювання	Міжнародні організації та інтеграційні угруповання	
Методи регулювання	Відповідно до умов членства в СОТ	Відповідно до Угоди про асоціацію та ГВЗВТ між Україною та ЄС
	Економічні методи регулювання та підтримки експорту.	Тарифні квоти та система імпорتنних ліцензій в ЄС; вхідні ціни; нетарифне регулювання ЄС (санітарні та фітосанітарні заходи, стандартизація, сертифікація, вимоги до маркування та упаковки, добровільних стандартів ведення бізнесу тощо).

Джерело: [3]

Аналіз даних таблиці свідчить, що процес регулювання зовнішньоторговельною та експортною діяльністю аграрного сектору здійснюється на трьох рівнях: корпоративному, національному та наднаціональному, а функціонування вітчизняної економіки в глобальній



системі господарських відносин вимагає взаємоузгодження відповідних механізмів.

Пріоритет використання економічних методів регулювання зафіксовано в переважній більшості міжнародних угод, що в загальному, відповідає концепції лібералізації міжнародної торгівлі та суттєво не впливає на потенційні можливості українських експортерів розширювати зовнішні ринки збуту.

Позитивний вплив в напрямку скорочення тарифних бар'єрів здійснить угода про створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. В рамках економічних методів відбувається і стимулювання експортної діяльності з боку держави шляхом застосування податкових пільг, кредитів, страхування експорту, регулювання валютних курсів та ін.

Основною перешкодою для експортерів агропродовольчої продукції залишається застосування адміністративних методів регулювання зовнішньоторговельних відносин з боку країн-партнерів. Мінімізація відповідного негативного впливу можлива через пришвидшення процесу гармонізації законодавчої бази та стандартів України відповідно до вимог світового ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Єфіменко Н. А. Методи державного регулювання зовнішньоторгівельної діяльності аграрного сектору економіки / Н. А. Єфіменко // Вісник Черкаського університету. – 2017. – №1. – С. 119.
3. Карасьова Н. А.. Регулювання експортоорієнтованої діяльності аграрного сектору. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 12. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/21.pdf>
4. Кваша К.С. Тарифні квоти та мита на аграрну продукцію при формуванні зони вільної торгівлі між Європейським Союзом та Україною / К.С. Кваша // Економіка АПК. – 2013. – № 11. – С. 99–106.

## КРИПТОВАЛЮТА В УКРАЇНІ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Турубарова Я.О., студент,  
Швець Ю.О., кандидат економічних наук, доцент,  
*Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

Сьогодні фінансові системи різних країн удосконалюються і прогресують у контексті розвитку глобалізації, поширення ІТ-технологій та загальної комп'ютеризації. Так, з'явилася подібна традиційним валютам – криптовалюта та її найпоширеніша грошова одиниця Bitcoin.

Проблемам сутності та розвитку криптовалют присвячені праці М. Андручовича, О. Галицького, А. Квітки, І. Лубенця, Е. Молчанової та ін.

Криптовалюта є цифровою монетою, захищеною від підробки, яку можна зберігати в електронних гаманцях та переводити між ними. Криптовалюта нічим не забезпечена та існує на довірі користувачів. Основною перевагою, що приваблює користувачів Bitcoin є анонімність. Криптовалюти працюватимуть, поки існуватиме анонімність.

Спочатку криптовалюту використовувало лише обмежене коло людей, так як не всі могли опанувати базу даних, але за кілька років, валюта перетворилась на масштабну систему, що охопила весь світ [1].

Сьогодні в світі налічується понад 1,7 тис. віртуальних валют. Серед яких 600 є активними, а ринкова вартість 30 валют становить більше \$1 млрд. Курси деяких криптовалют зображені в табл. 1.

Таблиця 1

Курси криптовалют станом на 29.09.2019 р.

Валюта	Вартість	Капіталізація	Об'єм	Зміни
Bitcoin (BTC)	8152.22\$ +113.95	147 143 634 237\$	241 889 000\$	+1.2224%
Ethereum (ETH)	173.2\$ +5.37	18 693 690 919\$	44 243 300\$	+1.8096%
BitcoinCash/BCC	226.19\$ +9.36	4 095 618 566\$	40 645 200\$	+3.9488%

Ripple (XRP)	0.2415\$ +0.0019	24 248 023 817\$	15 188 500\$	+0%
Litecoin (LTC)	55.27\$ +0.33	3 506 242 712\$	13 360 300\$	+0.2704%

Джерело: складено автором за даними [2]

Станом на 1 січня 2018 року курс криптовалюти Bitcoin становив 406 000 грн. За 2018 рік Bitcoin знизився у вартості в 5разів. Станом на 1 січня 2019 року курс Bitcoin становив 92 541 грн. З 2019 року курс поступово збільшувався та у липні досяг позначки 399 376 грн., після чого знов впав та на даний момент становить 198 001 грн. Графік динаміки вартості Bitcoin можемо побачити на рис. 1.

Розвиток та впровадження криптовалюти в різних країнах світу не стоїть на місці, а з кожним днем впроваджується по всьому світу. Багато держав не можуть визначитися із тим, яким чином її слід регулювати.

На даний момент в Україні Bitcoin не має визначеного правового статусу. Відсутність визначеного статусу Bitcoin спричиняє відсутність консолідованого підходу до класифікації Bitcoin та ускладнює регулювання операцій з ним у світі.



Рис. 1. Курс Bitcoin [3]

В Ізраїлі Bitcoin юридично не визначена валюти ні як оподатковуваний актив, ні як фінансове забезпечення. Кожного разу, коли Bitcoin продається,

продавець повинен сплатити податок на приріст капіталу. Народний банк Китаю вважає Bitcoin не валютою, а віртуальним товаром, що в свою чергу, під час продажу валюти зобов'язує продавця сплатити ПДВ. В Японії Bitcoin порівнюється з активом. Продаж валюти обкладається японським аналогом ПДВ. В Австралії Bitcoin вважається власністю, а транзакції з ним – бартером. У Канаді Bitcoin визначається як нематеріальний актив. Отже, у кожній країні Bitcoin класифікують по-різному, насамперед як віртуальну валюту, нематеріальну цінність, віртуальний товар.

Єдиного рішення щодо подальшої стратегії розвитку криптовалюти в світі не існує. Для успішного розвитку та впровадження електронних грошей необхідна ефективна політика держави. Спроби легалізації крипто валюти почалися з 2016 року. Європейські країни прихильно ставляться до інновацій: проводять дослідження, тестують різні способи і методи їх впровадження в реальну економіку. Країна не може бути успішною в розвитку цифрової економіки за відсутності необхідної нормативно-правової бази.

Таким чином, офіційно в Україні заборонено користуватися Bitcoin, тому що, за визначенням НБУ вона не контролюється ніякими державними органами, не має ніякого забезпечення і юридично закріплених за нею осіб. Але незважаючи на це, українські IT-фахівці інвестують в дану валюту і сьогодні, в результаті чого Україна займає 5 місце за кількістю користувачів електронними гаманцями серед різних країн світу.

### Список використаних джерел

1. Гроші в кредит. URL: <http://groshi-v-kredit.org.ua/kryptovalyuta-scho-tse-take-i-yaki-perspektivy-jiji-poshyrennya-dumka-ekspertiv.html> (дата звернення 29.09.2019)
2. Курси криптовалют на сьогодні. URL: <https://myfin.by/crypto-rates> (дата звернення 29.09.2019)
3. Курс Bitcoin. URL: <https://charts.finance.ua/ru/currency/bitcoin/-/1/btc> (дата звернення 29.09.2019)
4. Миколишин М.М. Гроші, фінанси і кредит. Перспективи розвитку розрахунків із застосуванням криптовалют в Україні. *Вісник Львівського Університету банківської справи*. 2018. №25. С.729-737

## ПРОБЛЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ ВМІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ТА АРБІТРАЖНИХ СУПЕРЕЧКАХ

Філоненко Є.О., студентка,  
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Використання email-листування вже фактично стало своєрідним стандартом в основних галузях. Звичайна практика полягає в укладанні контрактів за допомогою електронного зв'язку.

Навіть вирішення комерційних суперечок в міжнародній торгівлі та морських перевезеннях найчастіше відбувається шляхом обмін документами в будь-якому комп'ютерному форматі. Так, близько 90% суперечок в Лондонській Асоціації Морських Арбітрів (LMAA) розглядаються шляхом обміну електронними документами. Асоціації FOSFA і GAFTA приймають арбітражні документи в електронному вигляді, проте просять додатково направити також і паперові версії. Лондонський Міжнародний Третейський Суд (LCIA) має на своєму сайті онлайн-форму, яка дозволяє завантажити процесуальні документи в форматі pdf.

Зменшення формалізації та паперового документообігу це перевага сучасного арбітражу яка, має і зворотній бік. Немає 100% гарантії, що повідомлення було доставлене, отримане та прочитане. Ніхто не застрахований від відповідача, який не реагує на процесуальні документи, повністю ігнорує судову справу. Згодом, в ході визнання і виконання арбітражного рішення, винесеного проти нього, вони заявляють про неможливість виконання на тій підставі, що відповідач не був належним чином повідомлений про арбітраж.

В даному випадку відповідачі використовують пункт «б» частини 1 статті V Конвенції про визнання і виконання іноземних арбітражних рішень від 1958 року: «Про визнання і приведення у виконання арбітражного рішення може бути відмовлено на прохання тієї сторони, проти якої воно спрямоване, тільки якщо ця сторона подає компетентній владі за місцем, де порушене клопотання про визнання і приведення у виконання, докази того, що, сторона, проти якої

винесено рішення, не була належним чином повідомлена про призначення арбітра, або про арбітражний розгляд, або з інших причин не могла подати свої пояснення ».

Зважаючи на те, що ця конвенція діє в 150 країнах, така тактика відповідачів створює значні ризики для сторони, яка намагається стягнути, присуджені їй арбітражним рішенням, кошти.

У зв'язку з цим виникає питання: чи служить електронне повідомлення відповідачу про призначення арбітражу належним повідомленням? Для того щоб заздалегідь застерегти себе та ефективно провести арбітражне рішення, потрібно звернути увагу на наступне:

1. Більшість контрактів в міжнародній торгівлі підлягають англійському праву, як стосовно змісту контракту, так і стосовно вирішення суперечок, що випливають з них.

Наприклад, в Міжнародній асоціації торгівлею зерновими культурами, проформі контракту 49, для торгівлі на умовах FOB, у пункті «14», трактується, що всі повідомлення, які повинні бути надані сторонами відповідно до цього договору, мають швидко надходити в розбірливій формі, за допомогою електронної пошти, телефаксу або інших електронних засобів. Слід звернути увагу, на те, що відправник завжди попадає під застереження, вразі якщо отримання будь-якого повідомлення буде оскаржено, вся відповідальність доведення відправлення повідомлення покладається на відправника.

2. Англійський Закон «Про арбітраж» від 1996 р. не містить жорстких правил стосовно повідомлення сторін, але вказує, що за відсутності узгодженого сторонами способу передачі повідомлень та інших документів, доставка можлива «будь-яким ефективним засобом».

Згідно загального правила, відправка повідомлень про арбітраж електронною поштою вважається «ефективним способом» комунікації, але кожне правило має свої винятки. Якщо відповідач в арбітражній справі використовує тактику «гри в мовчанку», необхідно прийняти заходи, щоб забезпечити свою можливу вигоду на етапі виконання арбітражного рішення:

1. Електронне повідомлення має бути відправлене на адресу електронної пошти, передбачуваного отримувача, та не має бути відкликано системою.

2. Якщо відправник не потребує підтвердження отримання, він в подальшому не зможе довести, що повідомлення було отримане та прочитане.

3. У випадку коли повідомлення відправляється на загальну пошту компанії, варто поцікавитись чи було воно отримане.

4. Якщо ж лист відправлений на корпоративний ящик конкретного співробітника компанії, то обов'язковим фактом, є наявність у співробітника повноважень на прийняття таких листів.

5. Також бажано «підстрахуватися» традиційним методом: дублювати відправку документів в паперовій формі рекомендованим листом за допомогою наземної поштової служби (рекомендовано використовувати саме державну пошту, а не службу кур'єрської доставки).

LMAA опублікувала застереження в арбітражних узгодженнях, забезпечивши ефективне повідомлення по електронній пошті.

Будь-які повідомлення що стосуються арбітражних рішень, які виникають в зв'язку з договором або з призначенням арбітражів, вважаються доставленими належним способом, якщо вони відправлені електронною поштою на електронну адресу, узгоджену сторонами.

Будь-яка сторона має право змінювати або додавати електронну адресу, на яку відправляються повідомлення, але необхідно повідомити про такі зміни. Повідомлення відправлене електронною поштою у відповідності з зазначеним пунктом, вважається відправленим, і таким що діє з дати та часу відправлення електронного листа.

Включення такого застереження може убезпечити від виникнення суперечки про належне повідомлення відповідача на етапі визнання і виконання арбітражного рішення, і служить гарантією ефективності і доцільності судового процесу.

### **Список використаних джерел**

1. Електронний ресурс: <https://interlegal.com.ua/ru/publikacii/>
2. Електронний ресурс: <https://www.gafta.com/All-Contracts>

3. Дефолт по торгових контрактах та чартерам/ [А.А. Ницевич, Н.В. Мельников, Н.Б. Мирошніченко и др.].-Одесса:Феникс,2017.-92с.

**УДК 346.9**

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПШЕНИЦІ**

Федів І.В., студентка,  
Голомша Н.Є., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Дослідження кон'юнктури ринку пшениці охоплює широке коло питань виробничого, економічного, комерційного та технічного характеру, що забезпечує виявлення основних напрямів господарської діяльності та розвитку аграрних підприємств, здійснити оцінку економіко-фінансових показників, сформованих у певний період часу як результат взаємодії сукупності чинників. Кон'юктура – це сукупність факторів та обставин, які формують стан будь-якого середовища та впливають на реалізацію та результати процесів, що відбуваються в даному середовищі [1, с.22].

Незважаючи на мінливість кон'юнктури світового та вітчизняного ринку, аграрії зберегли свої вподобання до вирощування пшениці.

Таблиця 1

Кон'юктурасвітового ринку пшениці, млн.. тонн

М/Р	Вироб- ництво	Пропозиція	Спожи- вання	Торгівля	Запаси на кінець періоду
2007/08	611,6	772,0	619,6	113,3	150,7
2008/09	681,3	832,0	643,6	139,8	180,2
2009/10	684,0	864,2	655,3	130,8	208,6
2010/11	651,5	860,1	660,5	129,8	201,6
2011/12	697,5	899,1	694,5	149,5	198,8
2012/13	655,3	854,1	684,5	143,1	175,0



2013/14	712,3	887,2	692,5	158,0	186,9
2014/15	732,4	919,3	715,0	156,4	204,7
2015/16	735,2	939,9	711,7	166,7	223,0
2016/17	761,3	984,2	733,7	177,1	244,4
2017/18	754,8	999,2	739,9	175,0	257,0
2018/19	730,1	1183,3	732,5	164,0	277,6

Джерело:[2]

На світовому ринку пшениці очікувана пропозиція в 2018–2019 роках становить 1183,3 млрд т, а споживання — 732,5 млн т. Запаси пшениці в світі, за прогнозами, на кінець 2019 року досягнуть свого історичного максимуму в 277,6 млн т. Досить значне їх збільшення у порівнянні із рівнем маркетингового періоду 2017–2018 років насамперед пояснюється зростанням обсягів запасів у Китаї і Російській Федерації, що компенсувало аналогічне скорочення у Північній Америці.

Світове виробництво у 2018/19 МР. збільшилося на 19 % ( 118,5 млн.т.) порівняно з 2007/08 МР., пропозиція відповідно збільшилася на 53 % (411,3 млн.т) споживання зросла на 18 % ( 112,9 млн.т), торгівля зросла на 45% ( 50, 7 млн), запаси на кінець року зросли на 84 % (126, 9 млн.),

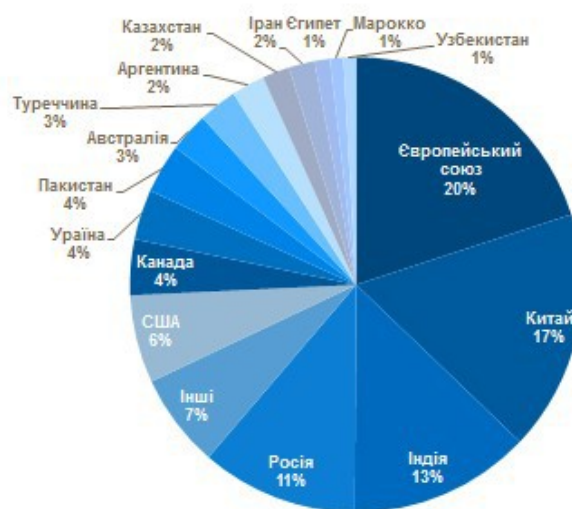


Рис 1. Світове виробництво пшениці в розрізі країн у 2018/19 МР

Джерело: [2]

Європейський союз є найбільшим виробником пшениці в світі – 137500 млн т. Друге місце займає Китай з показником в 128 млн. т.; на третьому місці – Індія і Російська Федерація 99700 та 71 млн. т. відповідно.[Рис.1]

Основними світовими експортерами пшениці у світі є Росія (32,5 млн.т.), ЄС (28,5 млн. т), Канада (21,0 млн.т.), Австралія (20,0 млн. т.), Україна (16,5 млн.т.), Аргентина (12,0 млн.т.), Казахстан (7,5 млн.т.), Туреччина (6,5 млн.т.), Мексика (1,4 млн.т), та Сербія (1,1 млн.т).

Основним імпортером пшениці в 2018/19 МР залишиться Єгипет (12,5 млн т). При цьому він буде дуже щільно конкурувати з іншим традиційним імпортером даної культури з України – Індонезією (11 млн т). Також в цьому сезоні імпорт зернової збільшать Бразилія (+ 12%, до 7,5 млн т), Китай (+ 8%, до 4,)

В новому сезоні світовий ринок пшениці обіцяє відновити і виробництво (плюс 5% до показника минулого року), і обсяги експорту (плюс 1,6%) завдяки зростаючим закупівлям пшениці з боку деяких країн Азії та Північної Африки. Якщо прогноз виправдається, то йтиметься про новий глобальний рекорд, який забезпечать аграрії Європейського Союзу, Російської Федерації та Австралії. І хоча очікується, що світове споживання пшениці в прийдешньому маркетинговому році також зросте на 1,3% у порівнянні з попереднім періодом, до кінця сезону в 2020-му світові запаси пшениці все одно збільшаться на 3,7%. Адже зростання попиту буде з легкістю задоволено за рахунок профіциту цієї культури в основних країнах-експортерах. Реакція світових ринків на перспективу зростання виробництва і торгівлі не змусила на себе чекати. Очікується, що й надалі, через тиск зростаючих запасів пшениці та особливо в процесі збирання врожаю головними експортерами, ціни на зерно не матимуть ніяких причин для збільшення. [3]

### **Список використаних джерел**

1. Кирилов Ю. С. Кон'юнктура світового ринку сільськогосподарської продукції: теорія, методологія, практика: [Монографія] / Ю. С. Кирилов. 2010. – 22 с
2. Офіційний сайт USDA [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.usda.gov/>
3. Експортні рекорди зерна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://landlord.ua/news/eksport-zerna-z-ukrainy-u-2019-2020-mr-siahne-51-mln-t/>

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Хижняк В. М., студентка,  
Балановська Т. І., кандидат економічних наук, професор,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

У сучасних умовах підприємства будь-якої сфери діяльності функціонують за умов жорсткої конкуренції. На сьогоднішній день спостерігається зниження конкурентоспроможності багатьох українських підприємств, поглиблення існуючих кризових ситуацій в їх діяльності та поява нових, погіршення умов існування та фінансових результатів. Мають значний вплив на діяльність підприємств, в тому числі негативний, і зовнішні фактори динамічного середовища. Тому, правильний вибір стратегії антикризового управління дозволить значно знизити витрати і збільшити рентабельність підприємства, що в свою чергу дозволить збільшити прибутки [4].

Як зазначає В. Костецький, найбільш правильним є визначення антикризового управління як системи управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, при використанні в основному власних ресурсів. Стратегія антикризового управління включає в себе стратегію подолання кризи і стратегію недопущення кризи [2].

Сутнісні аспекти стратегії антикризового управління як ключового його інструмента окреслюють такі характеристики: обмеженість за строками здійснення (один – три роки); пріоритетність в ієрархії стратегій; підвищені вимоги до результативності реалізації внаслідок масштабності змін; звужена функціонально-цільова спрямованість антикризового інструментарію з чітко встановленими об'єктами впливу; орієнтування на максимальне використання

внутрішнього потенціалу та резервів підприємства; виключно адаптивний характер [1, с. 49].

Орієнтуючись на здатність переважної більшості підприємств до самоорганізації, в процесі їхньої діяльності доцільно формувати якісно новий рівень стратегії підприємства – управляти не власне суб'єктом господарювання, а його процесами самоорганізації. В процесі самоорганізації підприємство адаптується до змін зовнішнього середовища, формується узгоджена стратегія. Формування стратегії антикризового управління підприємством в умовах високодинамічної економіки потребує розробки нового підходу, що дозволяє підприємству діяти у нестабільному середовищі.

Формування стратегії антикризового управління має підпорядковуватись, як зазначає В. О. Коюда, низці вимог: підпорядкованість стратегічним пріоритетам підприємства; своєчасність і гнучкість реакції на нові зовнішні і ендогенні чинники, що впливають на результати діяльності підприємства; кількісна і якісна вимірюваність результатів і параметрів антикризових заходів; конкретність змісту для виконавців [3].

Варто зазначити, що не існує єдиної стратегії антикризового управління для всіх підприємств. Фактично, процес формування стратегії антикризового управління залежить від багатьох аспектів: масштабності як кризи, так і самого підприємства, ринкових позицій підприємства, його потенціалу й динаміки розвитку, компетентності керівника та працівників підприємства, а також від багатьох факторів зовнішнього середовища.

### **Література:**

1. Дмитренко А. І. Стратегії антикризової діяльності промислових підприємств. *Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ*. 2009. № 4 (20). С. 46–51.
2. Костецький В. В. Формування стратегії антикризового управління підприємством. *Економічний аналіз*. 2011. Вип. 8. Ч. 2. С. 208–211.
3. Коюда В.О. Антикризова програма – основа системи антикризового управління підприємством. *Бізнес Інформ*. 2009. № 12. С. 47–49.
4. Balanovska T., Navrysh O., Gogulya O. Developing Enterprise Competitive Advantage as a Component of Anti-crisis Management. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2019. Vol. 7. Number 1. P. 303–323.

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Центилю К.Л., *студент,*  
Мостенська Т.Л., *доктор економічних наук, професор,*  
*Національний університет біоресурсів і*  
*природокористування України, Україна, Київ*

Будь-яка управлінська діяльність тісно пов'язана із розробленням і прийняттям відповідних рішень щодо різноманітних управлінських ситуацій.

Процес прийняття рішень є невід'ємною частиною управлінського циклу функціонування будь-якої організації. Однією із головних ознак управлінської праці виступає необхідність прийняття управлінських рішень. Від процесу прийняття рішень залежить ефективність функціонування та життєдіяльність всієї організації.

Проблематикою розробки та прийняття рішень займалися такі науковці як Кузьмін О.Є., Андрушків Б.М., Йохна М.А., Хміль Ф.І., Мельник О.Г., Стадник В.В. та інші. Проте у науковій літературі однозначного визначення поняття «управлінське» рішення не існує.

Управлінське рішення – це результат формалізації економічних, технологічних, соціально-психологічних та адміністративних методів управління на основі якого керуюча система організації безпосередньо впливає на керовану [1].

Прийняття управлінських рішень – це один із визначальних процесів, що характеризує управлінську діяльність, формує напрями діяльності організації, забезпечує координацію роботи окремих співробітників та створює передумови досягнення організаційних цілей.

При прийнятті управлінського рішення основним завданням виступає вибір оптимального рішення. На змістовному рівні оптимальне рішення може бути визначено як таке, що найбільшою мірою відповідає меті керуючої

підсистеми (центральної влади у нашому випадку) в рамках наявної в ній інформації про стан середовища [2, с.127].

Процес прийняття рішень складний і багатосторонній, на нього впливає багато різноманітних чинників, у тому числі і психологічні.

Здійснивши аналіз наукових публікацій [3] нами запропоновано наступну послідовність реалізації процесу прийняття управлінських рішень:

1. Аналіз поточної ситуації на підприємстві.
2. Діагностування проблеми.
3. Аналіз проблеми.
4. Створення переліку альтернатив для вирішення проблеми.
5. Визначення відповідності альтернатив ресурсним (матеріальним, фінансовим, сировинним, людським тощо) та виробничим обмеженням організації.
6. Оцінювання альтернатив та вибір найбільш оптимальної
7. Узгодження рішення із поточними та стратегічними задачами організації.
8. Затвердження рішення.
9. Реалізація управлінського рішення:
  - 9а Розбивка рішення на завдання
  - 9б Визначення відповідального за результати: дотримання термінів та виконання завдань
10. Управління реалізацією рішення
11. Контроль реалізації рішення та аналіз його ефективності.

Кожний етап реалізується через проходження певних управлінських дій. Описаний процес прийняття та реалізації управлінського рішення є невід'ємною складовою процесу управління.

Враховуючи ті обставини, що управлінські рішення є багатоаспектними і містять безліч складових, успішне рішення має відповідати таким вимогам, а саме бути: науково обґрунтованим, цілеспрямованим, кількісно та якісно

визначеним, правомірним, оптимальним, своєчасним, комплексним, гнучким, повністю оформленим [4].

Але далеко не завжди реалізація управлінського рішення дає очікуваний результат, визначений метою його прийняття. Іноді реалізація рішення може взагалі не призвести до зміни стану об'єкта управління та досягнення мети прийнятого рішення. І справа тут може бути зовсім не в недоліках реалізації. Причиною цього може бути максимально широкий спектр обставин: від неадекватної мети прийняття управлінського рішення до недостатності ресурсів для його виконання [5].

**Висновки.** Процес прийняття управлінських рішень складний, він потребує високої кваліфікації від особи, що приймає рішення, при прийнятті управлінського рішення на управлінця впливає велика кількість чинників, у тому числі психологічних та економічних. Суттєвий вплив на процес прийняття рішення здійснює середовище організації та існування взаємозв'язку з іншими рішеннями.

### Список використаних джерел

1. <https://studopedia.org/10-111126.html>
2. Кваша Т.К. Вибір управлінського рішення у сфері економічної безпеки на основі багатокритеріальної моделі в умовах невизначеності. / Т.К. Кваша. Зб. наук. праць «Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем». К. – 2013, випуск 18. – с.122-136.
3. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2005. – 720 с [с. 206–209]
4. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика. 2-ге вид. [текст]: навч. посіб. / І. В. Кривов'язюк. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 456 с.
5. Чопенко, А.В. (2010). Особливості організації процесу прийняття управлінського рішення в органах влади. Теорія та практика державного управління. Вип. 4., с. 87-94. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu\\_4\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_4_15)

## НАПРЯМКИ ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВАГО УПРАВЛІННЯ

Чарквіані Т.Т., студент,;  
Гоголя О. П., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Важливою умовою ефективного ринкового механізму та економіки країни у цілому є функціонування конкурентоспроможних підприємницьких структур. Тому забезпечення умов для їх створення, розвитку, запобігання банкрутству – завдання, які потребують розробки системи антикризового управління.

Антикризове управління у високо розвинутих країнах світу є невід’ємною складовою єдиної системи менеджменту підприємства, що являє собою сукупність заходів, спрямованих не тільки на вихід підприємства із кризового стану, але і на запобігання входження у таку ситуацію. Процес антикризового управління відбувається постійно та безперервно (починаючи зі створення підприємства та протягом усіх його наступних життєвих циклів) і спрямований на оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для своєчасного подолання такого стану з метою відновлення життєздатності суб’єкта господарювання, недопущення його банкрутства [1, с. 280].

Аналіз світового досвіду антикризового менеджменту та створення його адаптованої моделі диктує необхідність формування виваженої системи формулювання управлінських рішень щодо попередження (виходу) із кризи. Такі рішення стосуються трьох основних аспектів, а саме: запобігання кризи, подолання кризи та посткризовий результат для зміцнення антикризового управління, а також контролю протікання кризи в часі для того, щоб нівелювати її або перетворити загрози у можливості. Першочергова роль у



налагодженні антикризового управління належить людському фактору, здатному вирішувати ці складні питання. Але, на думку зарубіжних вчених, сприйняти та проаналізувати досить об'ємний обсяг інформації щодо антикризового управління однією людиною є досить складним завданням. Для цього необхідна кваліфікована командна робота [2, с. 14].

У сучасних умовах необхідно активізувати використання ефективних заходів оздоровлення підприємств як одного із ключових аспектів управлінської діяльності. При цьому поняття «оздоровлення підприємства» слід розглядати як багатовекторне, що включає комплексне покращення фінансово-господарської діяльності у трьох напрямках: 1. виробниче техніко-технологічне оздоровлення; 2. організаційно-управлінське оздоровлення; 3. фінансово-інвестиційне оздоровлення.

Метою виробничого техніко-технологічного напрямку оздоровлення є досягнення належного рівня виробничого потенціалу, зайняття вагомої частки ринку шляхом пропозиції високоякісної конкурентоспроможної продукції за рахунок інноваційної політики підприємства, оновлення, у першу чергу, виробничої матеріально-технічної бази суб'єкта господарювання. Джерелом фінансування та підтримки зазначених заходів, здебільшого, є нерозподілений прибуток або залучені інвестиційні ресурси, використання операційного чи фінансового лізингу, кошти інвесторів.

До заходів техніко-технологічного оздоровлення підприємства відносять матеріально-технічне оновлення та переозброєння наявного автопарку (машино-тракторного, комбайнового), обладнання виробничих бригад, відділів, цехів, приміщень, удосконалення технологічних процесів, оптимізація структури основних виробничих засобів; придбання патентів і ліцензій на нові види продукції; налагодження промислової переробки первинної продукції, а також освоєння технології вирощування нових продуктивних сортів рослин та високопродуктивного племінного поголів'я тварин.

Організаційно-управлінський напрям оздоровлення спрямований, у першу чергу, на ефективне кадрове забезпечення та характеризується системою

заходів щодо наявності висококваліфікованих управлінських кадрів здатних об'єктивно оцінювати існуючу ситуацію і приймати результативні оперативні рішення, створення ефективної ієрархічної структури апарату управління; підвищення рівня якісного складу персоналу, оптимізація чисельності працівників відповідно до існуючих потреб, підвищення їх мотивації до покращення результатів діяльності, у тому числі гарантування соціального захисту працівників шляхом використання системи невиробничих основних засобів; формування позитивного іміджу підприємства серед місцевої громади.

Під фінансовим оздоровленням розглядають сукупність заходів залучення зовнішніх і внутрішніх грошових ресурсів з метою надання допомоги фінансового характеру підприємству та забезпечення ефективності його функціонування [3].

Фінансове оздоровлення потребує комплексного підходу при розробці заходів щодо поліпшення показників виробничо-фінансової діяльності підприємства, здійснюється через забезпечення прибутковості та, у результаті, зростання рівня ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості, а також оптимізацію та реструктуризацію боргових зобов'язань.

До заходів, що забезпечують фінансове оздоровлення відносять підвищення рівня прибутковості, ефективності господарської діяльності; зміцнення рівня фінансової стійкості підприємства; дотримання відповідних рівнів платоспроможності та ліквідності, високого рівня ділової активності підприємства. Процедура оздоровлення суб'єктів господарювання залежить від стадії та проявів кризи, в якій вони опинилися, і проводиться, як правило, за рахунок ресурсів самого підприємства, або/та з використанням кредитних ресурсів чи коштів інвесторів.

Розглянуті процедури можуть проводитись керівництвом підприємства незалежно від наявності ознак окремих видів криз і забезпечувати, як кінцеву мету, зростання конкурентоспроможності.

## Список використаних джерел

1. Балановська Т. І. Роль антикризового управління в розвитку підприємництва у сільській місцевості. Перспективні форми організації господарської діяльності на селі: Збірник матеріалів Сімнадцятого Конгресу вчених економістів-аграрників та Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2019. С. 279-282. URL: [http://www.iae.org.ua/images/books/xvii\\_konhres\\_tezy.pdf](http://www.iae.org.ua/images/books/xvii_konhres_tezy.pdf)
2. Масловська Л. Ц., Головач К. С. Формування системи антикризового управління сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2017. № 9. С. 12-17. URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/9\\_2017/3.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/9_2017/3.pdf)
3. Управління фінансовою санацією підприємств: навчальний посібник. Т. В. Пепа та ін. К., 2008. 440 с.

УДК 338.43.01.01 (075.8)

### СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ

Шевчук І.А., студент,  
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, м. Київ, Україна*

Олійно-жирова галузь одна з небагатьох галузей економіки України, що протягом останніх років показує стійке зростання. Це одна з провідних бюджетоформуючих галузей харчової промисловості, на яку припадає до 10% усієї виробленої продукції, надійне джерело валютних надходжень [1].

На сьогодні Україні належить чверть світового виробництва соняшнику, та майже 60 % світового експорту соняшnikової олії, тому участь України на світовому ринку соняшnikової олії є досить важливою [2]. Але економічна ситуація в країні, яка негативно вплинула на аграрний сектор в цілому та ринок соняшnikової олії зокрема, може завадити подальшому розвитку. У зв'язку з цим доцільним буде провести дослідження сучасного стану ринку соняшnikової олії з метою визначення перспектив подальших темпів розвитку олійно-жирової галузі України та зміцнення позицій на світовому ринку.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Дослідження формування та функціонування ринку олійножирової продукції, забезпечення її динамічного

розвитку та подальшого пошуку шляхів підвищення ефективності її функціонування продовжує привертати увагу багатьох дослідників, таких як: О.В. Бронін, А.В. Карпенко, В.І. Осадчук, А.О. Турчановський, В.В. Юрчишин та ін. Науковці розглядають сучасний стан ринку соняшнику та олійної продукції, перспективи його розвитку, проте питання адаптації олійно-жирової галузі до сучасних умов, а також недопущення втрат лідируючої позиції України з експорту соняшникової олії у світі потребують подальшого дослідження.

Метою є аналіз процесу формування ринку соняшникової олії в Україні та факторів впливу що впливають на його розвиток.

Виклад основного матеріалу. Соняшкову олію виробляють у 19 країнах [3]. Протягом багатьох років близько 90% усього світового експорту соняшникової олії припадає на чотири країни — Україну, Росію, Аргентину й Туреччину. До того ж Україна — безумовний лідер соняшникової олії у структурі країн-виробників і країн постачальників цього продукту у світі з часткою експорту в середньому близько 55% [4].



Рис. 1. Експортери соняшникової олії у світі, млн тонн  
Джерело: USDA

Варто зазначити що лідером за абсолютною і відносною вартістю у структурі всіх валютних надходжень України є олія соняшникова — \$4,1 млрд частка якої у загальному експорті країни становить 8,7%. Обсяг експорту олії

соняшникової сягав майже 5,6 млн т.. Це зумовлено її більшою доступністю за ціною для різних верств населення і значним поширенням культури здорового харчування у багатьох країнах.

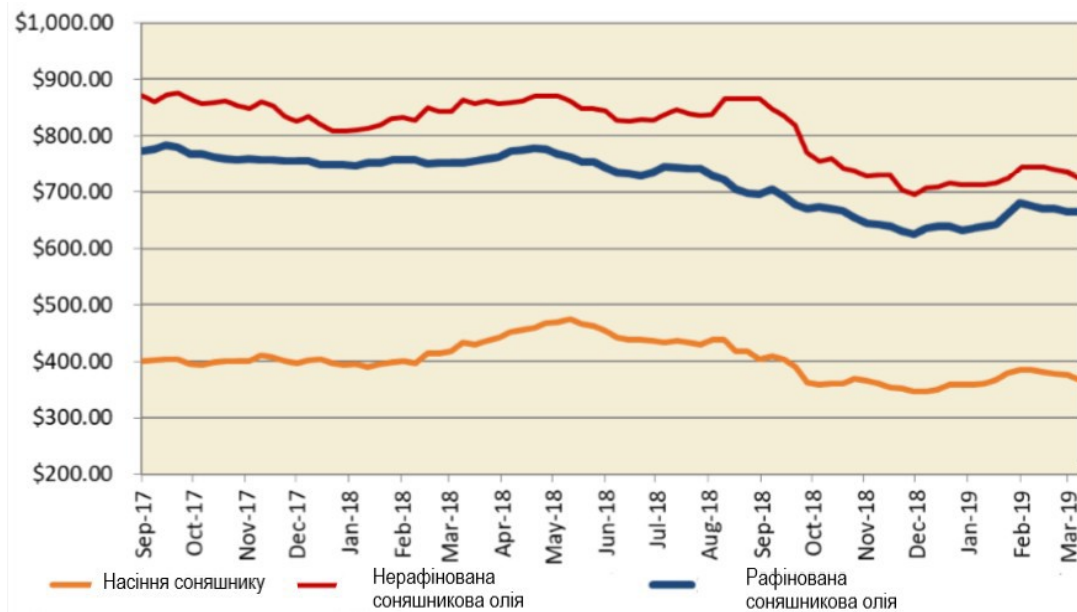


Рис. 2. Ціни на соняшник та соняшкову олію в Україні протягом серпня 2017 року – березня 2019 року, \$/тн

Джерело: USDA

Аналіз даних митної статистики свідчить, що у 2018 році понад 55% усієї олії соняшникової вітчизняного виробництва було безпосередньо спрямовано до 3 країн — Індії (43,1% до підсумку) на суму \$1774,1 млн, Китаю (8,1%) на \$334,0 млн і Іраку (6,4%) на \$261,7 млн тоді як решта припадала на інші світові ринки збуту продовольчої продукції [5].

Внутрішні ціни на соняшкову олію, а також на насіння залишалися стабільними протягом 2017/18MP., з тенденцією до зменшення на початку 2018 / 19MP, про це свідчать дані рис.2..

Нині в Україні спостерігається тенденція нарощування виробничих потужностей для переробки насіння олійних культур, будуються нові заводи. З великою вірогідністю нові підприємства орієнтуватимуться на переробку не тільки соняшникової олії, але й іншого насіння олійних культур, таких як соя і ріпак. Ця тенденція пояснюється тим, що незабаром основною проблемою переробних підприємств може стати нестача сировини. Світове лідерство України на зовнішньому ринку соняшникової олії має і негативні наслідки.

Зокрема, серйозні проблеми для аграрного сектору країни можуть бути викликані постійним розширенням посівних площ. За останні 20 років посівна площа соняшнику зросла у 3 рази. Розширення площ та недотримання технологій вирощування загрожує виснаженням землі та зниженням врожайності. Більшість аграріїв, у зв'язку з браком коштів, не удобрюють землю і як результат врожай залежить лише від погодних умов. Але проблему невідповідного удобрення можна вирішити за рахунок тваринництва, яке тісно пов'язано з галуззю рослинництва та виробництвом соняшникової олії в тому числі.

### **Список використаних джерел**

1. Щербак Е. А. Сучасний стан та перспективи розвитку олійно-жирового виробництва у Запорізькій області [Електронний ресурс] / Е. А. Щербак // Науково-дослідний центр «Запорізька агропромпродуктивність». – 2015. - С. 124-133.- Режим доступу:[http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?)
2. Занько Т. Ринок олійних: виробництво зростає, ціна падає [Електронний ресурс] / Т. Занько // Агробізнес сьогодні. – 2014. - №18(289). – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2371-rynok-oliinykh-vyrobnytstvo-zrostaie-tsina-padaie.html>
3. Конкуренція за сировину для олійно-жирового комплексу дедалі загострюватиметься. – Режим доступу: <http://infoindustria.com.ua/stepan-kapshuk-konkurenciya-za-sirovinu-dlya-oliyno-zhirovogo-kompleksu-dedali-zagostryuvatimetsya>
4. Олійні перспективи розвитку рику олії. – Режим доступу: <https://agrotimes.ua/article/olijni-perspektivi/>
5. Експортні можливості України – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/12900-eksportni-mozhlyvosti-ukrainy.html>

**УДК 331.543**

## **УПРАВЛІНСЬКЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

Шелемба А.А., студент,  
Черленяк І.І., доктор наук з держ.упр., професор,  
*ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород, Україна*

Асоціація Управлінського Консультування (МСА – Management Consultancies Association) дає таке визначення консультування «це створення цінності для організації через застосування знань, технік і активів для підвищення продуктивності бізнесу. Це досягається за допомогою надання об'єктивних порад та/або імплементації бізнес рішень [1].

Тобто управлінське консультування допомагає бізнесу вдосконалювати ефективність і зростати через вирішення проблем та пошук нових або кращих шляхів діяльності. Така діяльність поширюється не лише на приватний сектор, але й на організації публічного сектору, для яких реалізуються рішення щодо покращення послуг, зниження витрат, здійснення заощаджень.

Як бачимо, поняття управлінського консультування зводиться до практичної значущості цього процесу для клієнта. Однак є й інші, ширші, погляди на нього. Крім того, управлінське консультування не завжди розглядається у позитивному ключі. Наприклад у книзі Дж.О.Махоні та К.Мархам виділено такі додаткові характеристики, які розкривають сутність консультантів з управління:

- Політичні агенти: консультанти розглядаються як актори, які формують і інституціалізують порядки денні і дискурси.

- Дизайнери: у академічній літературі консультанти розглядаються як центральні фігури створення та поширення управлінського стилю. Такий підхід підкреслює тип ідей, що генерується, мережі, які поширюються, співпрацю з клієнтами, яка робить їх сприйнятливими до нових модних ідей.

- Місіонери капіталізму: консультанти є частиною широкого неоліберального порядку денного «фінансіалізації» в якому торгівля, приватизація, дерегулювання є невід'ємними процесами для країн, що розвиваються.

- Шахраї: у популістичних працях консультанти часто зображені як шарлатани, які підштовхують менеджерів витратити кошти на поради, що рідко працюють [2, с.13].

У найбільш загальному вигляді, (без прив'язки до управління інноваційною діяльністю) управлінське консультування забезпечує певне подолання перешкод на шляху трансферу знань. Мова йде не лише про фізичні або технологічні, бар'єри, бар'єри політичних відносин, а й про більш важливі культурологічні, когнітивні та емоційні перешкоди, що розкривають в процесі спілкування.

## Межі, динамізм та контексти в консультаційних проектах [3, с.632].

Динамізм - Гранична взаємодія обмежує та дає можливості - Фази проекту та нелінійні зміни (наприклад, від повторних ділових та лімінальних (граничних) переходів)		
Типи меж	Знання та межі	Консалтингові проекти
Фізичні	Операційна близькість;технології; архітектура;(граничні) об'єкти; соціометрика	Простір / активність (наприклад, обмеження спільної роботи та спілкування)
Культурні (когнітивні / емоційні)	Кілька областей знань та наборів ідентичності; оптимальна пізнавальна відстань для типів знань / процесів; "зайві знання" та особистісні характеристики;приналежність проти стороннього залучення	Особисті / соціальні зв'язки. Спільні /контрастні області знань(наприклад, персонал, загальне управління,функціональні, організаційні та галузевізнання)
Політичні	"Знання на карту"; структуровані інтереси (наприклад, договірні / взаємозалежні відносини); залучення /	Політичні інтереси (наприклад, цілі проекту, подальші продажі, втрата роботи талегітимація тощо)
Актори Родові (загальні) відносини, наприклад набори ідентичності в градаціях відносин інсайдера / аутсайдера, в т.ч. лімітальність (обмеженість). Визначення конкретних суб'єктів (учасників), наприклад організація, команда проекту, особи та / або ролі (наприклад, типи клієнтів,консультаційні ролі та ієрархічний рівень)		

С. Прохорчук [4] відмічає, що про управлінське консультування можна говорити на трьох рівнях у контексті управління інноваційною діяльністю:

- на національному рівні консалтинг утворює сферу економічної діяльності по сприянню інноваційній ідеології суб'єктів економічної діяльності, формуванню ринкового інноваційного клімату в країні та регіоні, сприянню поширенню інформація про інновації, сприяння інвестиціям в інноваційну сферу.

- на галузевому рівні передбачає організацію підготовки, проведення та експертизи інноваційних проектів, сприяння обміну ідеями технологічними і управлінськими ноу-хау.

- на рівні організації відбувається сприяння активній взаємодії продавців і покупців інтелектуальної власності (виставки-продажі); сприяння підбору кадрів інноваційної спрямованості; надання консалтингових послуг таких як інформаційні, управлінські маркетингові тощо.



З практичної точки зору інноваторська роль управлінського консалтингу існує незалежно від типу діяльності у якій застосовується консультування. Водночас виділяють окремий специфічний вид управлінського консалтингу «інноваційне консультування». Під ним розуміють інструмент, спрямований на науково-технічний сектор підприємств, націлений на їх розвиток і комерціалізацію інноваційних розробок на ринку. Таке консультування можливе на різних етапах діяльності інноваційного підприємства: від зародження ідеї і створення компанії до підготовки виробництва і виведення інновації на ринок [5].

### Список використаних джерел

1. Management Consultancies Association. Official web-site. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.mca.org.uk/>
2. Mahoney J. O. Management Consultancy / J. O. Mahoney, C. Markham. – Oxford: OUP, 2013. – 291 с.
3. Sturdy A. Between Innovation and Legitimation— Boundaries and Knowledge Flow in Management Consultancy. Organization / Sturdy, A., Clark, T., Fincham, R., Handley, K. // Organization. – 2009. -№ 16(5), 627–653.
4. Прохорчук С. Консалтинг как инструмент инновационной экономики / С. Прохорчук // Економічний дискурс. - 2016. - Вип. 2. - С. 160-166.
5. Фраймович А.В. Инновационный консалтинг: терминология, актуальность, роль и место в инновационном цикле // Инновации. 2005. №7 (84). С. 95–98.

УДК 330.342

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Юренене В., доктор економічних наук, професор,  
*Вільнюський університет, Каунас, Литва*  
Мостенська Т.Г., кандидат економічних наук  
*м. Київ, Україна*

Розуміння корпоративної відповідальності перед суспільством сформувалося і як філософія поведінки, і як концепція побудови підприємствами своєї діяльності.

Соціальна відповідальність міждисциплінарним поняттям, яке по-різному визначається фахівцями – представниками різних наук. Визначити поняття «соціальна відповідальність» за допомогою однієї дефініції складно [1, с.135].

Соціальна відповідальність суб'єктів економіки у науковій літературі визначається різними термінами: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу. Розуміючи, що ці визначення не є абсолютно тотожними, у даному дослідженні будемо розглядати як базову категорію – соціальну відповідальність.

Узагальнення існуючих точок зору дозволяє зробити висновок, що корпоративна соціальна відповідальність включає як внутрішню площину діяльності підприємства, так і зовнішню. До сфери впливу соціальної корпоративної відповідальності може бути віднесено: персонал, власників, споживачів, соціально незахищені верстви населення, суспільство в цілому, оточуюче середовище, у тому числі екологію. Крім того, можна стверджувати, що всі підходи схожі в одному: корпоративна соціальна відповідальність - це відповідальність компанії перед споживачами, персоналом, організаціями, з якими вона співпрацює або взаємодіє у процесі діяльності, і перед суспільством у цілому.

КСВ є добровільною діяльністю компаній приватного та державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання існуючих економічних і соціальних диспропорцій, створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою [2, с.73].

Воеводкін М.Ю. зазначає, що в корпоративній соціальній відповідальності виділяють 5 рівнів відповідальності: відповідальність компанії у взаєминах із партнерами; відповідальність по відношенню до споживачів; відповідальна політика стосовно працівників; екологічна відповідальність; відповідальність компанії перед суспільством в цілому [3, с. 48].

Трактування поняття корпоративної соціальної відповідальності може варіюватися залежно від розмірів компанії, сфери ведення бізнесу та історичних умов, але загалом, можна сказати, що КСВ реалізується у таких основних формах: спрямування на споживачів реалізується через виробництво та пропозицію якісних продуктів та послуг для споживачів; спрямування на персонал реалізується шляхом створення привабливих робочих місць, виплату легальних зарплат та спрямування інвестицій у розвиток людського капіталу; спрямування на беззаперечне виконання вимог законодавства; спрямування на зацікавлені сторони реалізується через побудову добросовісних відносин з усіма зацікавленими сторонами; спрямування на власників забезпечується через ефективне ведення бізнесу, орієнтованого на створення доданої економічної вартості та ріст добробуту акціонерів; спрямування на доброчесну практику забезпечується шляхом врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення бізнесу; спрямування на розвиток суспільства відбувається через внесок у формування громадянського суспільства шляхом реалізації партнерських програм і проектів розвитку місцевої спільноти [4, с. 69].

Глобалізація сприяє впровадженню практик КСВ в діяльність підприємств. Підприємства, що у свою діяльність впроваджують КСВ поширюють на свою діяльність глобальні ініціативи, визначені Глобальним Договором ООН.

КСВ орієнтується у своїй діяльності на виконання Цілей сталого розвитку.

Популяризація концепції соціальної відповідальності передбачає одночасну розробку соціальних, економічних та інституційних інструментів, способів, засобів, що сприяють заохоченню підприємства до здійснення соціально відповідальної діяльності [5].

## Список використаних джерел

1. Иванова И.В. К вопросу о подходах к изучению категории «социальная ответственность». *Ярославский педагогический вестник*. 2011. – № 4. Том I (Гуманитарные науки), С. 132-135.
2. Шутаєва О.О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми матеріальної культури*. 2014. – № 273, С.73-78.
3. Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления *Государственная политика и политические институты: история и современность*.– 2011. – №4. – С.45-55.
4. Марущак Н. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні у контексті світового досвіду / Н. Марущак // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. С.68-71.
5. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. №4.

**UDC: 338.433:339.564**

## MANAGEMENT OF EXPORT POTENTIAL OF OIL CULTURES IN UKRAINE UNDER INTERNATIONAL INTEGRATION

Yasnivsky V.V., student,  
Mishchenko I.A., PhD in Economics, Associate Professor of  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

In the conditions of market economy the problem of development of the market of production of oil and fat subcomplex of agroindustrial complex plays an important role. The effectiveness of market development largely depends not only on the external environment, but also on the totality of the influence of internal factors. The purpose of market development is to create all kinds of quality oil and fat products, which is able not only to ensure the competitiveness of enterprises and profit, but also to enable a stable position on the market and increase consumer capacity. For the current state of development of the market of oil and fat sub-complex requires an effective organizational and economic mechanism, which provides concentrated growth of supply and demand, search for new markets, development of the sales system.

Oil and fat subcomplex of AIC of Ukraine is one of the most promising branches of agrarian production. Ukrainian sunflower oil is in high demand on the

world market and is the world's largest producer of sunflower seeds and is the world leader in sunflower oil production. It is worth noting that the demand for oil products in the world market is constantly increasing, which is primarily due to the reorientation of consumers to oils and fats of vegetable origin, which have physiological benefits and are more affordable than animal fats. The second important reason for the increase in demand for oil products is the active growth of world production of biodiesel produced from vegetable oils, which was driven by rising prices for oil and oil products.

The development of production of oilseeds and, accordingly, oils and oil and fat products, is a very promising direction of agrarian production as a whole, due to a number of reasons: the priority and continuous increase in the consumption of oils and vegetable fats by the population of the planet, which annually increases by almost 90 million people; widespread use of vegetable oils not only in food but also in the technical sphere.

To improve the efficiency of the management of oilseeds in Ukraine, it is necessary to use innovative technologies, which is an indispensable element of modern production of products. It will allow to ensure continuous use of more modern technologies of production and processing of oilseeds, new varieties and hybrids, progressive models of socio-economic development. The use of innovative development trends in oilseed production will provide not only a certain level of production, but also the acceleration of scientific and technological progress, which in turn is accompanied by stable and expanded production, stability of income for agricultural producers from sales of products and improving the competitiveness of production as well as on the internal competitiveness in the world markets.

### **References**

1. Gnatenko EY Innovative directions of production of oilseeds. Kherson State University Scientific Bulletin: Economic Sciences Series. 2016, No. 18 (1). Pp. 56-59.
2. Kalinchik MV, Ilchuk MM, Novoseltseva AM Development of oil yfat subcomplex enterprises in the European integration system: a monograph. Kyiv: IAE Scientificand Research Center, 2014. 224 p.
3. Lupenko YA Innovative-technological main tenance of efficiency of function in of agrarian sphere. APK economy. 2017. № 1. P. 103-109.
4. Chekhov SA Oilseedsasan objectin the agrarian market. The Easts cientific bulletin. 2018. №1 (153). Pp. 30-33.

УДК 311.21:330.3

## ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Курсенко П.М., магістр  
Мостенська Т.Л., д. е. н., професор,  
*Національний університет біоресурсів і  
природокористування України, Україна, Київ, Україна, Київ*

Барановський В.А. сталий розвиток визначає як розвиток, що забезпечує певний тип рівноваги, баланс між його соціально-економічними та природними складовими [1].

Цілі у галузі сталого розвитку були прийняті всіма державами-членами Організації Об'єднаних Націй у 2015 році. 17 цілей сталого розвитку інтегровані та спрямовані на збалансування соціальної, економічної та екологічної стійкості, вони охоплюють питання, що спрямовані на створення більш стійкої, безпечної і процвітаючої планети для всього людства.

Україна долучилася до процесу забезпечення сталого розвитку. У 2016 році було визначено національні стратегічні цілі для України до 2030 року.

Проте впровадження засад сталого розвитку в Україні гальмується ситуацією, яка характеризується наступним: екстенсивний тип економічного розвитку, відсутність чітких, стійких цілей і відповідних програм, високий рівень корупції, загальний соціально-культурний (моральний) криза, пасивна громадянська позиція суспільства, відсутність демократії і неадекватність державних інститутів [2, с. 94.].

Одним із основних завдань сталого розвитку є покращення здоров'я, як головного чинника соціального розвитку суспільства.

Здоров'я населення безпосередньо залежить від соціально економічних умов держави, оскільки стан здоров'я населення є найбільш точним, адекватним індикатором якості життя. Здоровий спосіб життя та сприяння добробуту для всіх осіб у будь-якому віці має важливе значення для забезпечення сталого розвитку та створення процвітаючого суспільства. [3, с.48].

Здоров'я і благополуччя всіх вікових груп населення є самостійною ціллю сталого розвитку, але воно також впливає на перебіг подій і сприяє досягненню всіх інших цілей – третьою ціллю сталого розвитку – забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці. Ціль включає дев'ять підцілей: знизити материнську смертність; мінімізувати смертність, якої можна запобігти, серед дітей до 5 років; покласти край епідеміям ВІЛ / СНІДу та туберкульозу, в тому числі за допомогою інноваційних методів лікування; скоротити передчасну смертність від неінфекційних захворювань; скоротити на чверть передчасну смертність, у тому числі шляхом впровадження інноваційних підходів до діагностики захворювань; скоротити серйозні травми і смертність від дорожньо-транспортних пригод, у тому числі за допомогою інноваційних методів реанімації, лікування та реабілітація після дорожньо-транспортних пригод; забезпечити універсальну, якісну імунізацію інноваційними вакцинами; знизити поширеність куріння серед населення за допомогою інноваційних засобів масової інформації для інформування про негативні наслідки куріння; реформа фінансування охорони здоров'я [4].

Враховуючи соціально-політичну значущість та економічну вартість індивідуального та суспільного здоров'я, охорона здоров'я громадян вважається однією із найважливіших функцій сучасної держави, оскільки серед низки інших кількісних та якісних показників соціальної політики показниками тривалості життя та рівня здоров'я населення визначається рівень економічного розвитку країн [5, с. 4].

У процесі досягнення третьої цілі стійкого розвитку провідну роль відіграє МОЗ України, яке повинно спрямовувати діяльність на подолання кризових явищ та створення передумов підвищення ефективності системи охорони здоров'я.

Сучасний стан охорони здоров'я в Україні характеризується низкою проблем, пов'язаних із рівнем і якістю лікування та обслуговуванням, профілактикою захворювань тощо.

Довгостроковими пріоритетами МОЗ України визначено: досягнення стабільного й повноцінного фінансового забезпечення галузі; підвищення ефективності та якості надання медичних послуг шляхом їх стандартизації; створення єдиного медичного простору [5, с.10].

Сучасна система охорони здоров'я в Україні не забезпечує рівного безкоштовного доступу населення до якісних медичних послуг і характеризується низькою їх якістю, що особливо негативно впливає на незахищені верстви населення. Існують диспропорції в доступі до медичних послуг на рівні міських і сільських територій. Високим є тягар особистих витрат населення. Як свідчить офіційна статистика, витрати домогосподарств перевищують одну третину від загального обсягу фінансування галузі та здійснюються безпосередньо під час одержання медичних послуг [6, с.35].

Висновки. Для того, щоб досягти поставленої цілі сталого розвитку у забезпеченні здорового способу життя та сприяння благополуччю необхідно через створення законодавчої бази запровадити ефективну систему фінансування охорони здоров'я; забезпечити гарантований доступ всього населення до медичної допомоги; реалізувати на державному рівні програми зі зниження захворюваності на туберкульоз та ВІЛ / СНІД, імунізації відповідно до Національного календаря профілактичних вакцин; розробити і впровадити комплексну програму безпеки на транспорті; поширювати інформацію про здоровий спосіб життя і відповідальну здорову поведінку, особливо серед дітей та молоді [4, с.22].

Таким чином, досягнення цілей сталого розвитку можливе лише у разі здійснення глибокої соціально-економічної трансформації.

### **Список використаних джерел**

1. Барановський В.А Стратегічні аспекти та пріоритети сталого (збалансованого, гармонійного) розвитку / В.А. Барановський // Територія. Сталий розвиток. – 2004. – № 2. – С. 24-31
2. Gorobets A. An independent Ukraine: Sustainable or unsustainable development? Communist and Post-Communist Studies. Volume 41, Issue 1, March 2008, p. 93-103.
3. Чала Т.Г., Корепанов Г.С., Черненко Д.І. Глобальні показники досягнення цілей сталого розвитку в сфері охорони здоров'я. Соціальна економіка. 2017. Том 53. № 1. – с.42-50.



## РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Козаченко О.М., студент,  
Новак В.О., к.е.н., професор  
*Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

Інформація розглядається в сучасній економіці як один із основних ресурсів, оскільки обсяг і своєчасність інформації визначають ефективність діяльності організацій, а якість інформації впливає на їх конкурентну позицію.

Перед підприємствами стоїть завдання підвищення ефективності процесу використання інформаційних ресурсів, що дозволить покращити якість управлінських рішень та забезпечити своєчасність їх прийняття.

На основі інформації приймаються управлінські рішення, які залежать від кількості та якості інформації, якою володіє будь-яка організаційна структура на ринку [1, с.17].

Інформація у науковій літературі розглядається як один із цінних організаційних ресурсів.

Інформаційний ресурс у структурному, предметному сприйнятті є масивом або окремим документом, який акумулює відомості (інформацію), що формуються за певною ознакою або критерієм [2, с.10].

Цінність інформації може визначатися, виходячи з її достовірності, цілісності і доступності. Остання робить інформацію найбільш привабливою, оскільки її конфіденційність визначається встановленим режимом доступу і обмежується колом осіб, які мають право володіти нею [3, с. 32].

Цінність інформації як ресурсу організації підвищується у глобальному середовищі. Організації повинні володіти інформацією при виведенні товарів на зовнішні ринки, які в результаті глобалізаційних процесів характеризуються відкритістю, загостренням конкуренції між виробниками із різних країн, що пропонують на глобальному ринку товари та послуги із однаковим функціональним призначенням і які різняться ціною, відомістю товарної марки, якісними характеристиками.

Інформація у глобальному середовищі є найважливішим джерелом ринкової влади, але використання інформації супроводжується необхідністю вирішення проблем, пов'язаних із доступністю інформації, обсягом інформації, корисністю інформації, формалізацією процесу одержання та оброблення інформації, ефективністю каналів передачі інформації та ін.

Для роботи з інформацією необхідно розробити дієві методики управління.

Створення системи ефективного збору, оброблення та обміну інформацією в організаціях створює передумови забезпечення організаціям ринкової та фінансової стійкості.

З підвищенням відкритості економічного простору, розвитком глобалізаційних процесів буде зростати роль інформації у підтримці та забезпеченні конкурентних переваг організацій, підвищенні ефективності їх діяльності та забезпеченні процесу прийняття управлінських рішень, що сприятимуть утриманню та розвитку ринкових позицій організацій.

Оскільки інформація визначає у тому числі й конкурентний статус організацій, інформаційна безпека повинна стати одним із пріоритетних завдань організацій. Між рівнем економічної безпеки та інформаційною безпекою існує пряма залежність, тому питання інформаційної безпеки виступає одним із чинників успішного функціонування організацій в глобальному середовищі.

### **Список використаних джерел**

1. Приймак В., Гинда С. Роль інформації та інформаційних ресурсів у сучасній економіці України Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2014. Вип. 51, с.16- 21.
2. Бачило И.Л. Информационное право: Учебник / Под ред. Б.Н. Топорина. – СПб., 2001.– 305 с.
3. Сороківська О. А., Гевко В. Л. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 2, Т. 2. С. 32-35.

**ПРИЗНАЧЕННЯ ЗЕРНОВОГО Ф'ЮЧЕРСУ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Гречанюк Л.М. асистент кафедри  
адміністративного менеджменту та ЗЕД,  
*Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

Сучасне виконання зовнішніх боргових зобов'язань і успішна зовнішньоторговельна політика мають стати вирішальними факторами підвищення рейтингу України до інвестиційного рівня і розвитку інтересу до нашої країни як об'єкту вкладення капіталів зарубіжних і вітчизняних інвесторів. Ось уже кілька десятиліть в усьому світі ф'ючерс на зерно виступає як поширений інструмент фінансового ринку.

Ф'ючерси на зернові дозволяють учасникам ринку, перш за все виробникам, не тільки знизити ризик коливання цін, що є актуальним в умовах високої волатильності зернового ринку, і підвищити рентабельність, а й сформувати прозору систему ціноутворення. Крім того, за рахунок строкових контрактів частково вирішується і питання фінансування сезонних робіт.

Так звана ф'ючерсна ціна нерідко є єдиною «видимою» (інформаційно доступною) ціною для учасників «фізичного» ринку. Значна кількість угод на останньому укладається залежно від рівня ціни, вказаної у ф'ючерсному контракті – з дисконтом або премією по відношенню до ціни ф'ючерса, тобто навіть якщо товаровиробник не бере безпосередньої участі на ринку ф'ючерсів, для нього важливо відстежити процеси, що на ньому відбуваються та здійснювати порівняння ціни [2].

Правила ф'ючерсної торгівлі припускають, що якщо один контракт від початку був проданий, то потім необхідно буде придбати аналогічний на той же актив і в тій же кількості, щоб закрити позицію. Тобто хеджер, при несприятливому русі ціни свій збиток на готівковому ринку компенсує прибутком на ф'ючерсному ринку. І, навпаки, за сприятливого руху - додатковий прибуток буде покривати збиток за ф'ючерсної позиції. Таким чином, при будь-

якому ціновому розвитку сільгосп підприємство, яке бере участь у хеджуванні, має можливість отримати заздалегідь заплановану норму прибутку [3].

На розвиненому ринку свою роль ф'ючерси виконують через функції. Виділимо основні функції ф'ючерсів на сільськогосподарські культури:

- функція ціноутворення (ф'ючерс на сільськогосподарські культури дозволяє створити індикатор ціни, на який орієнтуються учасники ринку). Інформація, яку надає ф'ючерсний ринок, знижує транзакційні витрати на отримання інформації про ціну на зернові, так як відображає очікування багатьох господарських одиниць. Що спонукає зниженню монополії великих фірм на володіння інформацією, допускаючи до неї середніх і дрібних суб'єктів. Ця функція має важливе значення, так як за допомогою неї учасники ринку ф'ючерсів на сільськогосподарські культури встановлюють майбутні ціни, внаслідок чого можуть планувати свою діяльність.. В даний час для багатьох підприємств індикатором ціни на зернові є ціни ф'ючерсів на провідних зернових біржах в США, Франції, Англії;

- функція хеджування (страхування ризиків сільськогосподарських товаровиробників). Сутність даної функції проявляється в розподілі і перерозподілі ризику учасників ринку шляхом його перенесення на інших учасників. Ліквідація ризику, пов'язаного з передбачуваними змінами цін базисного активу, відбувається шляхом відкриття на час позиції на одному ринку і протилежної позиції на іншому, при цьому дані ринки повинні бути економічно взаємопов'язані. Дана діяльність називається хеджуванням, а учасники, які використовують похідні фінансові інструменти для зниження цінового ризику називаються хеджерами. Ця функція є найважливішою на ринку зернових поставних ф'ючерсів. На думку організаторів торгів, вони створені саме з метою створення фінансового інструменту дозволяє сільськогосподарським товаровиробникам хеджувати ціновий ризик, властивий ринку зерна;

- стимулююча функція (спрямована на збільшення кількості укладених угод за рахунок спрощення розрахунків по ним і розвиток ринку зерна).

Слід визначити основні чинники необхідності впровадження ф'ючерсного ринку сільськогосподарської продукції та умови, що забезпечать можливість його розвитку (рис. 1) [4].

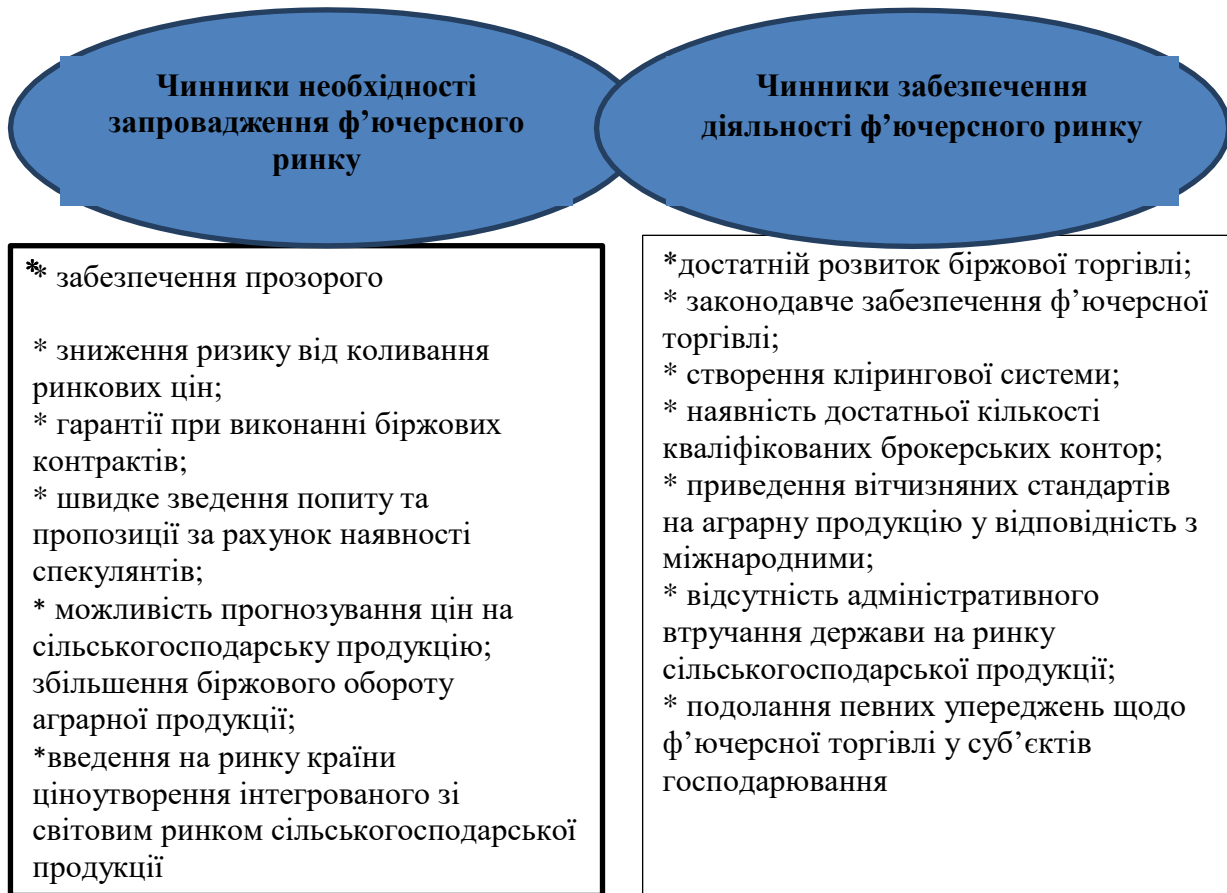


Рис. 1 Чинники впровадження та забезпечення діяльності ф'ючерсного ринку в Україні

Рівень розвитку ф'ючерсного ринку впливає на інвестиційний клімат у країні, інфраструктуру фондового ринку, страхові можливості для його учасників та розвиток економіки у цілому. Необхідними чинниками для активізації ринку ф'ючерсних контрактів є: стає економічне зростання; заохочення суб'єктів господарювання до використання ф'ючерсів; створення досконалого законодавства у сфері деривативів; формування системи ефективно працюючих клірингових та розрахункових установ [1].

### Список використаних джерел:

1. Заволока Л.О., Колеснік Є.О. Сіліна І.С. Ф'ючерні контракти як важливий інструмент розвитку фінансового ринку. Економіка і суспільство. – 2018. - № 18 - С. 752-756
2. Стасіневич С. А. Ф'ючерний контракт як інструмент цінового захисту сільськогосподарського виробника. Економіка АПК. 2018. № 3. С. 54-58.
3. Мартинова Л.В. Економічний зміст та фактори ризику господарської діяльності підприємств АПК. Вісник Харківського НАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки». - 2012. - № 5. - С. 1-11.
4. Усатий Д. Методи визначення ф'ючерсної ціни при хеджуванні ризиків в АПК. Ринок цінних паперів України. – 2013. – 9-10 – С. 103-108

УДК 330.341.1

## ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАФТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ЦИРКУЛЯРНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Клименко К. В. аспірант  
Івано-Франківського національного  
технічного університету нафти і газу  
*м. Івано-Франківськ, Україна*

Розглядаючи інноваційний потенціал, як складову економічного потенціалу, сьогодні слід зважати на світові тенденції відходу підприємств від лінійної моделі економіки до циркулярної (кругової), яка базується на принципі 3R: Reduce (скорочення), Reuse (повторне використання), Recycle (переробка). Циркулярна економіка максимально наближає підприємства до сталого розвитку, так як продукти переробки, відходи виробництва використовує в якості ресурсів виробництва на іншому виробничому циклі. Актуальність запровадження даної моделі пов'язана, зокрема, і з вичерпністю природних ресурсів, в тому числі вуглеводневих (природний газ, нафта). Тому інноваційний потенціал нафтотранспортних підприємств повинен бути спрямований на новітні підходи до ресурсів і пошук альтернативних ресурсів для транспортування.

Поняття інноваційного потенціалу корелюється з поняттям інноваційного розвитку. Проаналізувавши теоретичне підґрунтя змісту поняття «інноваційний потенціал підприємства», можна стверджувати, що більшість авторів керуються так званим ресурсним підходом, тобто визначають інноваційний потенціал підприємства як сукупність ресурсів або їх комбінацію [1]. Ілляшенко С. вважає, що інноваційний потенціал – це процес господарювання, що спирається на

безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [2].

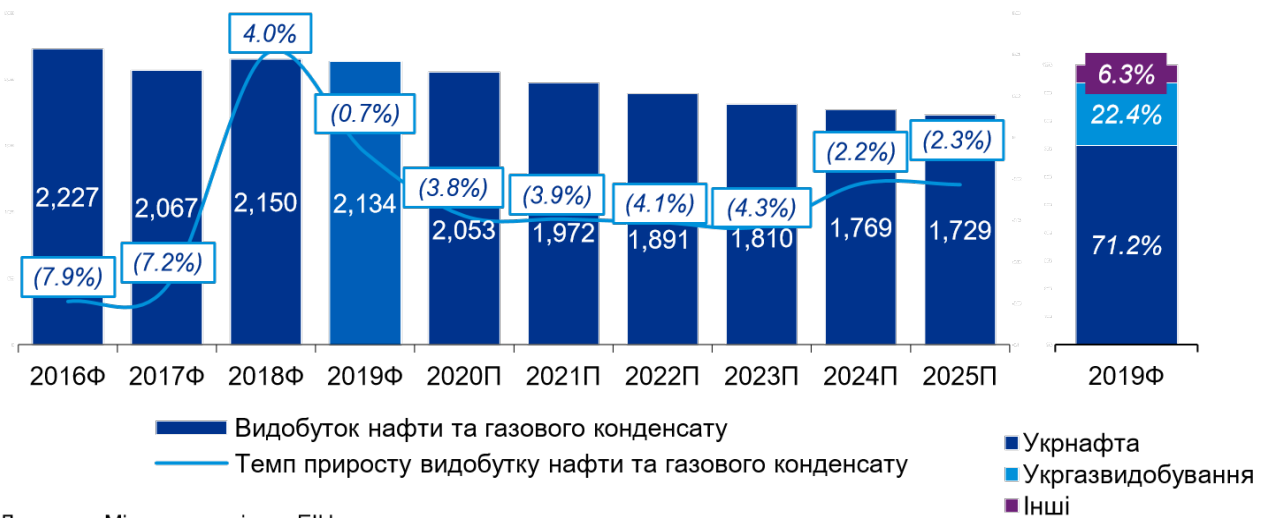
Найчастіше термін «інноваційний розвиток» використовується, коли йдеться про відповідний тип розвитку на макрорівні і проводяться дослідження щодо механізму реалізації науково-технічного прогресу в процесі економічного розвитку країни, регіону, формування так званої економіки знань, пошуку нових джерел економічного зростання, побудови державної інноваційної моделі розвитку тощо [3]. Однак в умовах циркулярної економіки інноваційний розвиток має концентруватися на макрорівні, так як управління інноваційним розвитком нерозривно пов'язане з можливостями використання результатів науково-технічних досліджень для бізнес-процесів підприємства.

Таким чином, розглядаючи інноваційний потенціал нафтотранспортного підприємства, слід зважати на тенденції у видобуванні та транспортуванні нафти і переорієнтовувати підприємство на замкнений цикл. За даними Міненерговугілля, видобуток нафти та газового конденсату в Україні у 2018 р. становив 2,1 млн т, що на 0,7% (16 тис. т) менше, ніж у попередньому році. Зниження продуктивності родовищ та недофінансування розвідувальних робіт призвели до скорочення видобутку нафти та газового конденсату впродовж 2016-2018 рр. у середньому на 3,1% щорічно. За даними ЕІУ очікується, що у період 2019-2025 рр. обсяг видобутку скорочуватиметься у середньому на 3,4% до 1,7 млн т у 2025 р. Видобуток нафти та газового конденсату у 2018 р. на 93,6% забезпечується компаніями Групи «Нафтогаз» – ПАТ «Укрнафта» та ПАТ «Укргазвидобування», на які припадає 71,2% та 22,4% сукупного обсягу видобутку відповідно. Решта видобутку припадає на приватні компанії, частка яких в сукупному обсязі видобування становить 6,4% [4].

Впродовж 2015-2018 рр., частка внутрішнього виробництва нафти скоротилася з 89,6% до 68,5%, щорічно знижуючись у середньому на 5,3 в.п. до 1,8 млн т нафти, що на 4,6% нижче від обсягу виробництва у 2015 р. Як

наслідок, баланс загального постачання первинної енергії (сирої нафти) України представлений високою та зростаючою часткою імпортних поставок нафти у структурі балансу, що у 2018 р. становить 31,5%. Протягом аналізованого періоду (2015-2018 рр.) імпорт нафти зростав у середньому на 36,6% щорічно, досягнувши 790 тис. т у 2018 р., що на 563 тис. т вище, аніж обсяг імпортних поставок у 2015 р [4].

За даними ПАТ «Укрнафта», нафтові родовища компанії характеризуються високим ступенем виснаження. На сьогодні, видобуток нафти підтримується за рахунок заходів з інтенсифікації виробництва, розривів гідропласта та капітальних ремонтів свердловин. Рівень виснаження 5 найбільших родовищ ПАТ «Укргазвидобування» становить понад 80%, що відображається на прогностичних показниках (рис. 1)



Джерело: Міненерговугілля, EIU

Примітки: Прогноз засновується на очікуваних темпах приросту видобутку нафти та конденсату EIU, історичні дані використано з ресурсу Міненерговугілля

Рис.1. Обсяг видобутку нафти та конденсату в Україні, тис. т

ПАТ «Укртранснафта» (далі – Компанія) є природним монополістом в галузі транспортування нафти. Магістральними нафтопроводами здійснюються транзитні, міжрегіональні та міждержавні поставки нафтопродуктів. Транзитні поставки нафти здійснюються у країни ЦСЄ (Угорщина, Словаччина, Чехія) по південній гілці МН «Дружба», а починаючи з 2020 р. внаслідок поставок азербайджанської нафти на МНТ «Південний» за контрактом з BНК (UK) Limited буде відновлено



реверсний маршрут по МН «Одеса – Броди» та «Дружба» на Мозирський НПЗ (Білорусь).

До основних видів послуг, що надає Компанія належать:

- транспортування нафти магістральними нафтопроводами;
- перевалка нафти;
- зберігання нафти в резервуарних парках;
- приймання, здавання та оперативне зберігання нафти.

Задля просування інтересів Компанії в рамках перспективних проектів у нафтотранспортній сфері та сприяння розвитку співробітництва в галузі постачання та транзиту сирої нафти Компанія має закордонні представництва в Республіці Білорусь та в Словацькій Республіці, представництво в котрій забезпечує розвиток співробітництва країн Східної Європи, у тому числі в рамках залучення Компанії до проекту «Братислава – Швехадт» з використанням потужностей нафтопроводу «Південна Дружба».

Основними складовими елементами НПС є:

- насосний парк, що налічує 176 насосних агрегатів;
- резервуарний парк, загальною номінальною ємністю системи 1083 тис. м<sup>3</sup>;
- різноманітні системи електропостачання, захисту від корозії, телемеханіки, технологічного зв'язку, протипожежні та протиерозійні споруди;
- морський нафтовий термінал «Південний».

Проводячи аналіз інноваційного потенціалу, необоротні активи нами були класифіковані за наступними групами: операційні та неопераційні активи (операційні – активи, що задіяні у виробничій діяльності, і неопераційні – активи, що не використовуються у господарській (операційній) діяльності Компанії (надлишкові) або інвестиційне майно). Операційні активи в основному представлені спеціалізованим майном, для якого відсутній активний ринок купівлі-продажу, і вартість якого визначалась із застосування витратного підходу. До неопераційних активів, зокрема, відносяться об'єкти, що не використовуються у господарській (операційній) діяльності Компанії (надлишкові) або інвестиційне майно, чи підлягають списанню у зв'язку з їх незадовільним станом.

**Прогноз капітальних інвестицій в ПАТ «Укртрансффта»  
в наступному десятиріччі**

<b>Капітальні інвестиції</b>										
<b>млн грн</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>
Будівлі	38	40	43	45	47	49	51	54	56	59
Споруди	74	79	84	88	92	97	101	106	111	116
Трубопровід	554	590	625	656	688	721	753	787	825	867
Машина та обладнання	54	58	61	64	67	71	74	77	81	85
Транспорт	45	48	50	53	55	58	61	63	67	70
<b>Разом</b>	<b>765</b>	<b>814</b>	<b>863</b>	<b>906</b>	<b>950</b>	<b>996</b>	<b>1039</b>	<b>1087</b>	<b>1139</b>	<b>1197</b>

Використовуючи дані фінансово-господарської діяльності ПАТ «Укртрансффта» за 2000-2018 роки, нами здійснено прогнозування капітальних інвестицій в майбутніх періодах, необхідних для інноваційного розвитку підприємства. Були враховані інноваційні технології, обладнання, очікування, притаманні ринку транспортування нафти в Україні. Як бачимо з табл. 1, очікується ріст капітальних інвестицій в середньому на 10% щорічно. Однак, залучення фінансових інвестицій в необхідному обсязі дозволить Компанії здійснювати свій інноваційний розвиток, опираючись на принципи циркулярної економіки.

### Список використаних джерел

1. Бойко І.М. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і структура / електронний ресурс, режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/.pdf>
2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посібник для студ. вузів / С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 278 с.
3. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
4. Офіційний сайт Міністерства енергетики та вугільної промисловості / режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/>
5. Офіційний сайт ПАТ «Укрнафта»/режим доступу: <https://www.ukrnafta.com>
6. Офіційний сайт ПАТ «Укртрансффта» / режим доступу: <https://www.ukrtransnafta.com/>

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК