

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 онлайн-конференція

студентів, аспірантів і молодих вчених

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»**

27 квітня 2021 р.

Київ - 2021

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

ОСТАПЧУК Анатолій Дмитрович – декан факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, голова організаційного комітету

ЛУЦЯК В.В. – в.о. завідувача кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, д.е.н, професор, співголова оргкомітету

МОСТЕНСЬКА Тетяна Леонідівна – професор кафедри д.е.н, адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н, професор, співголова оргкомітету

Діброва Л.В. – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

Ковтун О.А. – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

Костюк О.Д. – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

Мищенко І.А. – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

Кузьменко С.В. – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

Файчук О.М. – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності.

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №1 від 31.08.2021 р.).

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»: матеріали

II Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (27 квітня 2021 р.). – К.: НУБіП України, 2021. –164 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, 2021

© Автори, 2021

ЗМІСТ

Назва	Ст.
<i>Гриценюк В.В., Кузьменко С.В.</i> КОН'ЮНКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ НАСІННЯ КУКУРУДЗИ	6
<i>Артиш Н.В., Артиш В.І.</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ КРАЇН СВІТУ	9
<i>Мороз Г.І., Сидоренко С.В.</i> ПРОТИДІЯ МІНІМІЗАЦІЇ СПЛАТИ ПОДАТКІВ ПРИ ЕКСПОРТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ЄС	12
<i>Артиш Н.В., Артиш В.І.</i> СПОСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ	15
<i>Побочій М.Ю., Діброва Л.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	18
<i>Гопка М.Д., Ковтун А.О.,</i> АНАЛІЗ СВІТОВОГО ВИРОБНИЦТВА М'ЯСА	21
<i>Хлиштун Д.М., Забуранна Л.В.,</i> МАРКЕТИНГ-МІКС ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ДЕРЖАВНІЙ УСТАНОВІ	24
<i>Васьківський Б.С., Коваленко Н.О.,</i> УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОСЛИННИЦЬКОГО СПРЯМУВАННЯ	28
<i>Король В.О., Мостенська Т.Л.,</i> ЕКСПОРТ ВОЛОСЬКОГО ГОРІХУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	32
<i>Бондар Р.О., Костюк О.Д.,</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	35
<i>Kostiuk Y.</i> PERSONNEL MANAGEMENT IN A PANDEMIC CONDITION	38
<i>Недужа І.Л., Алексєєва К.А.,</i> СУЧАСНИЙ КЕРІВНИК ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	40
<i>Шевнюк О.М., Костюк О.Д.,</i> УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	43
<i>Конигіна О.І., Голомша Н.Є.,</i> ПРОБЛЕМИ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	46
<i>Ралко О.С.,</i> ЗДОБУТТЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ УПРАВЛІНСЬКОГО НАПРЯМУ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЧЕРЕЗ ЗАСТОСУВАННЯ КЕЙСОВОГО ПІДХОДУ: СКЛАДНОЩІ ОЦІНЮВАННЯ	49
<i>Джус О.С., Ралко О.С.,</i> УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ МЕДУ НАТУРАЛЬНОГО	51
<i>Богдашевська Д.П., Ралко О.С.,</i> ОЦІНКА ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ	53

<i>Tehoua Kadio Jean Amos, Mishchenko I.A., PECULIARITIES OF CORN GRAIN MARKET FORMATION</i>	56
<i>Прасол В.О., Голомша Н.Є., ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ВИДИ</i>	59
<i>Пермякова І.С., Голомша Н.Є., ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ АГРОПРОДОВОЛЬСТВОМ З КРАЇНАМИ ЄС В УМОВАХ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ</i>	62
<i>Денисеко Є.Р., Коваленко Н.О., УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМ ПРОЦЕСОМ У ЗЕМЛЕРОБСТВІ</i>	65
<i>Сіянко Д.І., Артиш В.І., ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА СУТЬ КАТЕГОРІЇ РИНОК</i>	67
<i>Сірман Г.А., Костюк О.Д., ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ</i>	69
<i>Кобизський П.Ю., Коваленко Н.О., УПРАВЛІННЯ БІОГАЗОВИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ</i>	72
<i>Красько Я.В., Коваленко Н.О., ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА</i>	75
<i>Красій М.А., Міщенко І.А., РИНОК СОЇ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ</i>	78
<i>Волкодав О.Д., Коваленко Н.О., УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ У ПТАХІВНИЦТВІ</i>	81
<i>Колесник А.К., Ковтун О.А., ЗАКОНОДАВСТВО ТА ВИРОБНИЦТВО БІОЕТАНОЛУ В УКРАЇНІ</i>	83
<i>Пилипенко Д.О., Діброва Л.В., СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ</i>	85
<i>Кубінський Р.В., Артиш В.І., КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ</i>	89
<i>Шептицька М.Е., Коваленко Н.О., ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</i>	93
<i>Гомоль О.В., Діброва Л.В., ДЕТЕРМІНАНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ М'ЯСА ПТИЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ</i>	96
<i>Сухобок Т.О., Діброва Л.В., РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ШВЕЙЦАРІЄЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ</i>	101
<i>Дегтярьов О.М., Мостенська Т.Л., СУЧАСНИЙ СТАН ТА ВИКЛИКИ ВЕДЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ</i>	105
<i>Васильчук Т.Є., Діброва Л.В., СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА ТОРГІВЛІ ЗЕРНОВИМИ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КНР</i>	108
<i>Каньовський М.А., Мостенська Т.Л., ОПТИМІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ</i>	112

<i>Трофименко Є.Є., Костюк О.Д.</i> , ЗАСТОСУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ESH ПРОЦЕДУР В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ	114
<i>Суха Т.М. Міщенко І.А.</i> РОЛЬ НЕТАРИФНИХ ЗАХОДІВ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	116
<i>Присяжнюк А.С., Ковтун О.А.</i> УПРАВЛІННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	120
<i>Нікора О.І.</i> ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РИНОК МОРСЬКИХ КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ 2020-2021 РР.	125
<i>Красноштан О.М.</i> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СИСТЕМ КОНТРЕЙЛЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.	129
<i>Вакуленко О.О., Файчук О.М.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	132
<i>Жук А.Ю., Файчук О.М.</i> ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	135
<i>Mahovskij I.P. Faichuk O.M.</i> FEATURES OF UKRAINE'S TRADE IN GOODS WITH THE EUROPEAN UNION UNDER CONDITION OF COVID-19	138
<i>Shevchuk A.O., Mishchenko I.A.</i> JUSTIFICATION OF TRANSPORT LOGISTICS DEVELOPMENT STRATEGY	140
<i>Nataliia Vitiuk, Oleksandr Faichuk</i> PUBLIC RELATIONS IN AGRARIAN POLICY	144
<i>Кошева А.О., Файчук О.М.</i> ПОТРЕБА ПЕРЕХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО МОДЕЛІ ЗЕЛЕНОГО ЗРОСТАННЯ	148
<i>Chernobuk A.R., Mishchenko I.A.</i> ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT	151
<i>Ahukhash Mehdi Akbar, Faichuk O.M.</i> PECULIARITIES OF FOREIGN TRADE OF IRAN WITH AGRI-FOOD PRODUCTS	154
<i>Diallo Mohamed, Faichuk O.M.</i> PECULIARITIES OF FOREIGN TRADE OF GUINEA WITH AGRI-FOOD PRODUCTS	156
<i>Сарабай Н.С.</i> АНАЛІЗ БАЛАНСУ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	158
<i>Shada Radjabu Jeanci, Faichuk O.M.</i> PECULIARITIES OF FOREIGN TRADE OF DEMOCRATIC REPUBLIC OF CONGO WITH AGRI-FOOD PRODUCTS	160
<i>Ніколаєнко С.Н., Діброва Л.В.</i> ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ З УКРАЇНИ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ	162

КОН'ЮНКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ НАСІННЯ КУКУРУДЗИ

Гриценюк В.В., студент
Кузьменко С.В., кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

За останні роки зернові культури стали важливою складовою економіки багатьох країн світу. Кукурудза має широкий спектр використання. Вона є не лише джерелом їжі, а й важливою частиною сфер людського життя. Сьогодні одним із важливих сегментів вітчизняного продовольчого ринку є ринок насіння кукурудзи, успішне функціонування якого зумовлено загальними законами і закономірностями ринкової економіки, а також його специфічними характеристиками.

Близько двох третин світового виробництва кукурудзи використовується на сільськогосподарських тварин та птицю. У більшості випадків кукурудзу збирають, коли зерно повністю дозріло, а потім переробляють на корм для тварин. Як основне джерело крохмалю, харчових олій та клейковини, кукурудза використовується для приготування їжі, а також у різних очищених та перероблених харчових продуктах.

Кукурудза широко використовується як ключова сировина для отримання біогазу, наприклад, у великих районах Європи, як засіб, що відповідає стандартам "зеленої енергії". Для багатьох господарств кукурудза є найпривабливішою культурою із усіх культур завдяки високій урожайності, економічним показникам та потенціалу до збільшення показників загального виробництва.

Кон'юнктурні дослідження світового та вітчизняного ринків насіння кукурудзи дають змогу отримувати об'єктивні дані щодо стану, тенденції розвитку, проблеми функціонування ринку даної продукції, що, в свою чергу, сприяє забезпеченню конкурентних переваг та зменшення ризику у ході здійснення господарської діяльності, обрати оптимальний сегмент ринку,

ринкову нішу, обрати вірний напрям розширення асортименту продукції, встановити вигідні ціни на вироблену продукцію.

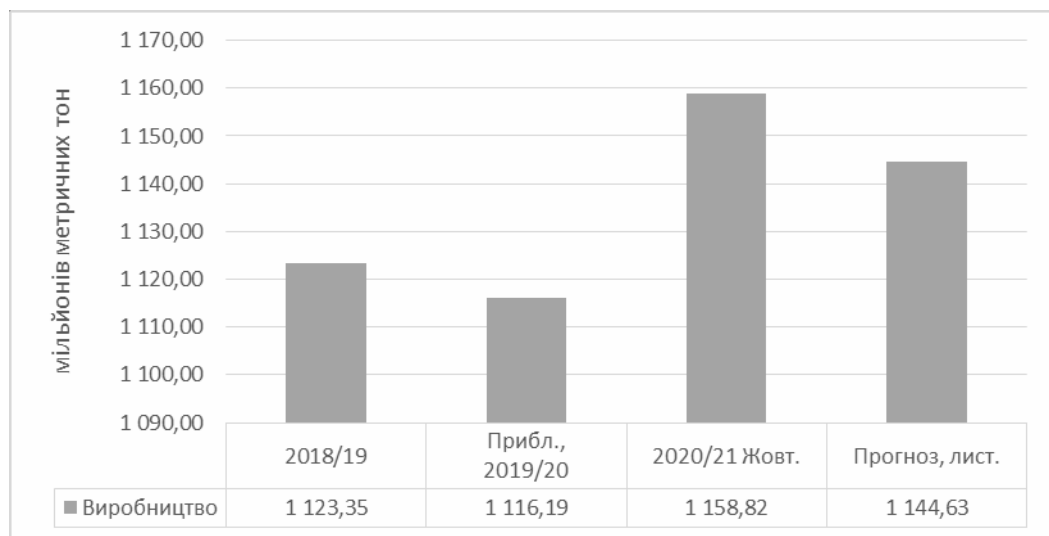


Рис. 1. Динаміка світового виробництва кукурудзи (2018 - 2021 МР.)

Джерело: сформовано за даними [1]

Незважаючи на деякі коливання, загальною тенденцією було зростання урожайності кукурудзи. За період з 2018 до середини 2020 року ми бачимо зростання урожайності культури на 0,4 метричної тони з гектару. Збільшення врожаю кукурудзи пояснюється розвитком сільськогосподарської науки та застосуванням біотехнологій для створення гібридних сортів.

Україна експортує $\frac{3}{4}$ виробленої кукурудзи, адже українці мало вживають цю культуру, і в промисловості вона також майже не використовується. Україна — п'ята в світі за обсягами виробництва кукурудзи, проте у збільшенні орних земель під її посів ми майже досягли межі — наступне підвищення виробництва вимагає якісних змін у галузі, а для них потрібні інвестиції [2].

Кукурудза для України в останні роки була і залишається стратегічною культурою, яку вирощують практично у всіх регіонах, незалежно від кліматичних умов та розмірів господарств. Інколи вважають, що кукурудза досить проста у вирощуванні та невибаглива, але насправді для отримання високих і сталих врожаїв її таки потрібно вміти вирощувати і постійно вчитися в процесі. Адже умови змінюються, гібриди також, з'являються нові шкідники та хвороби [3].

Виробництво зерна кукурудзи є важливою складовою усього зернового господарства України. Її сучасне народногосподарське значення і, зокрема, забезпечення надійного зернофуражного балансу не має альтернативи. Ця культура значною мірою визначає не тільки економічний стан тваринництва, але й зернової галузі в цілому. В її виробництві також зацікавлені галузі харчової, переробної, медичної, мікробіологічної промисловості, а також і паливно-енергетичний сектор держави, оскільки зерно цієї культури є високоенергетичною сировиною для промислового виробництва біоетанолу та інших паливних матеріалів [4].

Отже, за останні роки зернові культури стали важливою складовою економіки багатьох країн світу. Кукурудза має широкий спектр використання. Близько двох третин світового виробництва кукурудзи використовується на сільськогосподарських тварин та птицю. Нині в умовах збільшення кількості населення на планеті та стрімке зростання виробництва біопалива на світовому ринку спричиняють високий попит на кукурудзу, що дозволяє формувати конкурентоспроможну закупівельну ціну. Слід зазначити, що Україна має значний потенціал виробництва та експорту кукурудзи. Саме тому актуальним є питання щодо необхідності комплексного та системного застосування заходів регулювання вітчизняного та світового ринків зернових культур, а також виваженої стратегії цінової, податкової та зовнішньоекономічної політики.

Список використаних джерел

1. ТОП-10 країн з вирощування кукурудзи в 2019 році [Електронний ресурс] // Асоціація виробників, переробників та експортерів зерна. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://uga.ua/news/top-10-krayin-z-viroshhuvannya-kukurudzi-v-2019-rotsi/>.
2. Виробництво кукурудзи в Україні: зростання вимагає розвитку [Електронний ресурс] // БЕЙКЕР ТІЛЛІ УКРАЇНА. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://bakertilly.ua/news/id43838>.
3. БАСАНЕЦЬ О. Вирощування кукурудзи: повна технологія [Електронний ресурс] / ОЛЕНА БАСАНЕЦЬ // DISQUS. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://superagronom.com/articles/367-viroshchuvannya-kukurudzi-povna-tehnologiya>.
4. РИБКА В. Вирощування кукурудзи в Україні. Яка перспектива? [Електронний ресурс] / В. РИБКА, Н. ЛЯШЕНКО, М. ДУДКА // Агробізнес Сьогодні. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/11994-vyroshchuvannya-kukurudzi-v-ukraini-yaka-perspektyva.html>.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ КРАЇН СВІТУ

Артиш Н.В. студент
Артиш В.І. к.е.н., доцент, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

При сучасних умовах світ не можна уявити без машинобудування, яке охопило майже шість десятків взаємозалежних виробництв. Ця галузь вважається основною у промисловості. За науковими дослідженнями, 87% такого випуску забезпечують економічно розвинені країни, 10% виробництва припадає на групу країн, що розвиваються та 3% – на всі інші. Розвиток міжнародного поділу вже в ХХІ ст. спричинив такий стан, за якого країни світу стали тісно пов'язані одна з одною, що призвело до зародження міждержавних зв'язків у світовій економіці.

В останні десять-п'ятнадцять років ХХІ ст. стрімко зростає міжнародна торгівля, а це поставка на світові ринки понад 4 млн індивідуальних видів різних виробів. Не має жодної країни світу, яка б змогла виробляти все. Для цього потрібно, насамперед, залучення великих інвестицій, а також розвиток глибокої спеціалізації машинобудівного виробництва. Майже всю номенклатуру продукції, що необхідна для світового ринку, виробляє основна двадцятка країн (рис. 1).

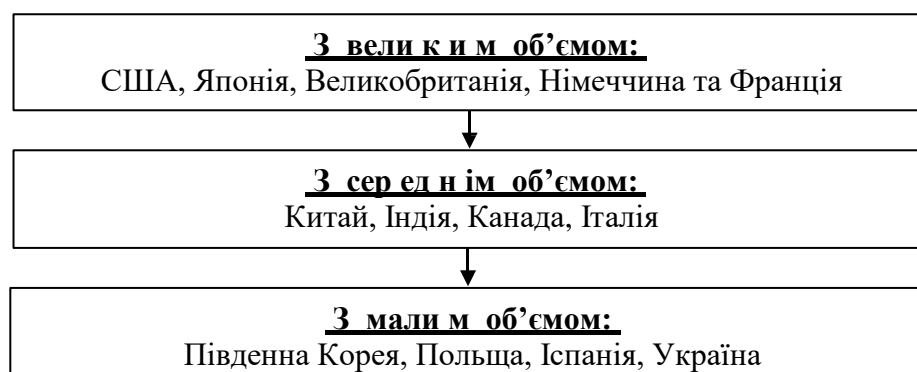


Рис. 1. Основні країни світового машинобудування

Для міжнародного співробітництва залучені також промислово розвинуті країни Західної Європи, що спеціалізуються на точному машинобудуванні (Нідерланди, Бельгія, Швеція, Данія та ін.), які здатні зменшити імпорتنу залежність від країн-гігантів, а також деякі індустріальні країни (Сінгапур, Бразилія, Аргентина та Туреччина).

Зазначимо, що світове машинобудування нараховує багато різних галузей:

1) автомобільна промисловість (рис. 2). Понад 91% авто – легкові (щорічно випускається понад 40 млн штук) і тільки 9% – вантажні;

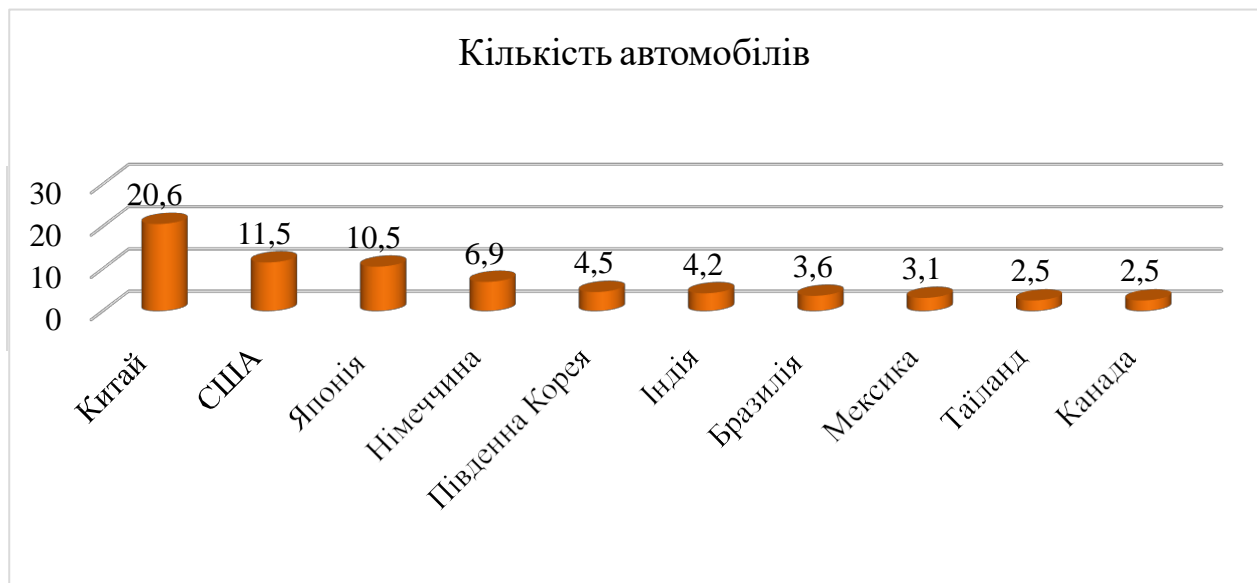


Рис. 2 Географія світового виробництва автомобілів, 2018 р.

2) залізнична галузь найбільш розвинута в США, Канаді, Японії, Франції, Німеччині, Чехії, Польщі, Південній Кореї, в Україні та Китаї;

3) судно виробництво. Головні країни-виробники (Японія, Південна Корея, Німеччина), а також розвинене у Бразилії, Тайвані, Данії, Польщі, Китаї, США, Фінляндії та в Україні;

4) виробництво літаків. Ця галузь розвинена в тих країнах де є наукова база та висококваліфіковані кадри – економічно-розвинуті країни (США: Г'юстон, Сіетл, Атланта, Нью-Йорк; Франція: Париж і Тулуза; Німеччина: Штутгарт і Мюнхен; Великобританія: Лондон; Італія: Турін, а також Україна;

5) галузь виробництва сільськогосподарської техніки. Можна твердо говорити, що таке виробництво світу розміщене у найбільш економічно

розвинених країнах та головних сільськогосподарських регіонах світу. Саме такі країни мають найвищий рівень механізації сільського господарства, скорочують кількість працюючих за рахунок підвищення виробництва сільськогосподарської техніки. Якщо розглядати річне виробництво тракторів, то світовими лідерами за їх випуском являється: Японія – спеціалізується по виробництву міні-тракторів (понад сто сорок п'ять тис. шт.), Індія – середньої потужності (більше сто) та США – потужні трактори (близько сто тис. шт.).

Коли подивитись інші перспективні галузі, особливо у більшості розвинених країн світу, то вони досягнули економічних успіхів за рахунок інноваційного розвитку. Це відбувалося за рахунок вдосконалення існуючих технологій, поєднання техніки та науки у таких сферах діяльності, де вони зуміли забезпечити собі довготривалі лідируючі позиції на ринку. Про це свідчить досвід Англії (світове машинне виробництво), США (де є лідером у виробництві комп'ютерно-інформаційних технологій та офісної техніки), Японії (провідна в електронній промисловості), Швейцарії (у виготовленні медикаментів), Німеччини (випуску автомобілів та побутовій техніці), Фінляндії (значний ринок мобільних телефонів, целюлозно-паперової промисловості, а також лісозаготівельних машин).

Можемо сказати, що високі технології та виробництва призвели до великої кількості різної сучасної техніки й обладнання. Саме тому вирішальною перевагою в міжнародній торгівлі сільськогосподарською технікою стає можливість забезпечити технологічний відрив від конкурентів. А це можливо й для України, при створенні й освоєнні нових технологій та товарів на основі інновацій.

Список використаних джерел

1. Захарчук О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку основних виробничих засобів сільського господарства. Економіка АПК. 2019. №11. С. 49–58.
2. Єфімцева Л.О. Детермінанти формування попиту на ринку агротехнічного сервісу. Економіка АПК. 2019. №6. С. 111–117.
3. Марков Р.Р. Удосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення сільського господарства технічними засобами. Економіка АПК. 2019. №5. С. 115–123.
4. <http://agroportal.ua/ua/news/tekhnika/ukraina-massovo-importiruet-kitaiskie-traktory>.
5. <http://agroportal.ua/ua/publishing/infografika/import-selkhoztekhniki-v-ukrainu-v-odnoi-infografike/>

УДК 336.22(477)

ПРОТИДІЯ МІНІМІЗАЦІЇ СПЛАТИ ПОДАТКІВ ПРИ ЕКСПОРТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ЄС

Мороз Г.І. студентка
Сидоренко С.В. к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Податкова політика - найбільш активний важіль державного регулювання соціально-економічного розвитку, структурних змін у виробництві, інвестиційної стратегії, зовнішньоекономічної діяльності, розвитку пріоритетних галузей.

Сьогодні податкова політика України не відповідає економічним умовам і завданням її розвитку, не відображає специфіки періоду побудови ринкової економіки, не враховує тенденцій розвитку податкової системи економічно розвинених країн і світового досвіду в цілому. У зв'язку з цим актуальним залишається завдання забезпечити формування системи оподаткування, яка сприяла б розвитку економіки, формуванню повноцінних суб'єктів ринку з одночасним поступовим вирішенням проблеми скорочення дефіцитності бюджету та досягнення фінансової стабілізації з подальшим переходом до економічного зростання.

Ухилення від сплати податкових платежів є одним із фундаментальних факторів, котрий негативно впливає на наповнення бюджету.

В наш час однією з найпоширеніших в аграрному бізнесі є напівлегальна схема проведення експортних операцій з сільськогосподарською продукцією суб'єктами господарювання, як юридичними так і фізичними особами-підприємцями, які не зареєстровані як платники ПДВ. Тобто, суб'єкти господарювання закупають продукцію, наприклад: горіхи, зернові, олію, ягоди і т.д. у сільськогосподарських товаровиробників, фізичних осіб та особистих селянських господарств не відображаючи це в податковому чи бухгалтерському

обліках. Вказані платники виготовляють фальшиві документи щодо придбання вказаної продукції підприємствами - суб'єктами ЗЕД від СГД, що мають ознаки фіктивності [1].

Завдяки укладенню зовнішньоекономічного контракту між суб'єктами ЗЕД, які не зареєстровані як платники ПДВ з підконтрольними організаторам даних схем підприємствами-нерезидентами, митне оформлення вказаних товарів, здійснюється за заниженою фактурною вартістю.

Після здійснення зазначених господарських операцій суб'єкт ЗЕД, який їх здійснив, через короткий проміжок часу припиняє фактичну діяльність: подання звітів до контролюючих органів, не знаходиться за юридичною адресою. В результаті даних операцій виручка в іноземній валюті від здійснення експортних операцій із вказаною продукцією в Україну не надходить, або надходить частково.

Особливості вказаних операцій полягають у тому, що експортована продукція закуповується переважно у населення за необліковані готівкові грошові кошти, без утримання та сплати ПДФО. Одночасно з приховуванням ПДФО відбувається ухилення від сплати військового збору, а також прямих податків на підприємницьку діяльність.

У зв'язку із збільшенням урожаю зернових і технічних культур, фруктів, ягід та постійного зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції в особистих господарствах, обсяги ухилення від сплати податків шляхом використання вказаної схеми зростають.

18 грудня 2018 р. було реорганізовано ДФС України шляхом поділу і утворено Державну податкову службу України та Державну митну службу України [2].

У зв'язку із набранням чинності ЗУ «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 р. № 2473-VIII [3] та Постанови Правління НБУ «Про затвердження Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті» від 02.01.2019 р. № 5 [4] змінено правові засади здійснення валютних операцій, валютного регулювання та валютного нагляду,

права та обов'язки суб'єктів валютних операцій і уповноважених установ, а також відповідальність за порушення ними валютного законодавства. Також, одночасно із ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ [5] виключається стаття 37 «Спеціальні санкції за порушення цього або пов'язаних з ним законів України».

Це дозволило запропонувати деякі рекомендації щодо протидії мінімізації сплати податків при експорті сільськогосподарської продукції в ЄС:

1. Необхідно врахувати досвід податкової політики країн ЄС, США і Канади.

2. Посилити рівень штрафів щодо сплати митних платежів. Професор Джеймс Алм [6] наголошував, що рівень штрафів повинен бути оптимальним: достатньо високим, щоб стримувати ухилення, і достатньо низьким, щоб уникати відчуття несправедливості з боку влади.

3. На рівні Міністерства фінансів України створити робочу групу з числа фахівців ДПС України, Держмитслужби та ДФС України для розробки спільного алгоритму дій з метою забезпечення належного контролю за дотриманням вимог чинного законодавства при здійсненні суб'єктами господарювання експорту сільськогосподарської продукції.

Список використаних джерел

1. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/media-tsentri/operativni-novini/386000.html>
2. Про утворення Державної податкової служби України та Державної митної служби України: постанова Кабінету Міністрів України від 18 грудня 2018 р. № 1200. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2018-%D0%BF>.
3. Про валюту і валютні операції: Закон України від 21 червня 2018 р. № 2473-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>.
4. Про затвердження Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті: постанова Правління Національного Банку України від 02.01.2019 р. № 5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0005500-19>.
5. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України № 959-ХІІ від 16.04.1991. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
6. Біографія Джеймса Алма [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/James_Alm

УДК 338:631.3 (477)

СПОСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ

Артиш Н.В. студент
Артиш В.І. к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Повне забезпечення сільськогосподарською технікою відіграє важливу роль у розвитку сільського господарства. Через рівень сучасного й новітнього технічного розвитку відбувається збільшення сільськогосподарського виробництва. В Україні є підстави стверджувати про те, що забезпечення основними засобами у сільськогосподарських підприємствах є вкрай низькими, особливо рівень забезпечення основною технікою. В аграрному секторі економіки необхідні такі умови, які б забезпечили надійність та ефективне функціонування ринку сільськогосподарської техніки [5].

Не менш важливим є питання українського виробництва різної номенклатури сільськогосподарської техніки, яке мало вагому вагу до дев'яностих років ХХ ст. Тоді близько сто заводів працювали для аграрного сектору, коли на теперішній час залишилося понад сорок. Ці підприємства працюють дуже слабо, потужність яких становить від десяти до тридцяти п'яти відсотків (не витримують іноземної конкуренції) [2].

Така сама ситуація із різними комбайнами (складна сільськогосподарська техніка), поставка якої в Україні представлена, а саме: (рис. 1):

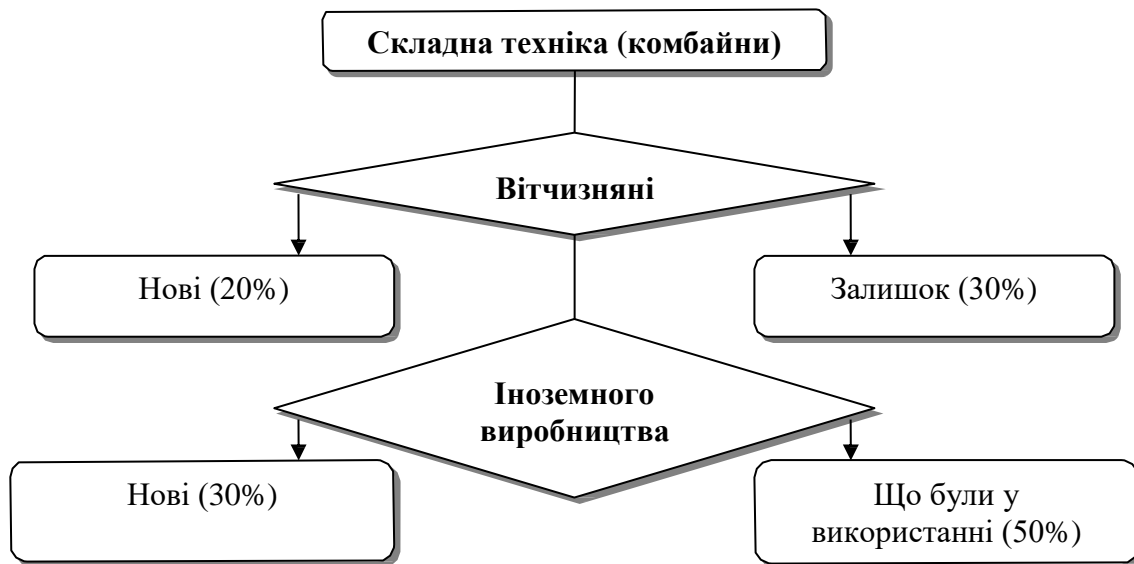


Рис. 1. Забезпечення складною технікою в Україні

Загалом за останні десять років ринок сільськогосподарської техніки в Україні розширився майже у тричі (за рахунок вживаної техніки). Розвиток ринку техніки є однією з головних передумов впровадження останніх світових і вітчизняних інноваційних розробок та технічних рішень, що підвищують конкурентоспроможність аграрної галузі.

Важливим чинником є те, що спостерігається значне погіршення забезпечення сільського господарства України тракторами та комбайнами, порівняно з розвиненими країнами. Зазначимо, що кількість збиральних машин на сто га сільськогосподарських угідь в Україні на порядок менше ніж в таких країнах як Німеччина – у четверо, Франція – три з половиною рази, Великобританія – більше як три та США – два з половиною рази [1].

Тому в нашій державі потрібно застосовувати способи забезпечення сільськогосподарських робіт складною технікою, а також потужними тракторами за відсутності коштів на придбання (рис. 2). При цьому в кожного господаря з'являється можливість звільнитись від не використовуваного самого технічного потенціалу машин.

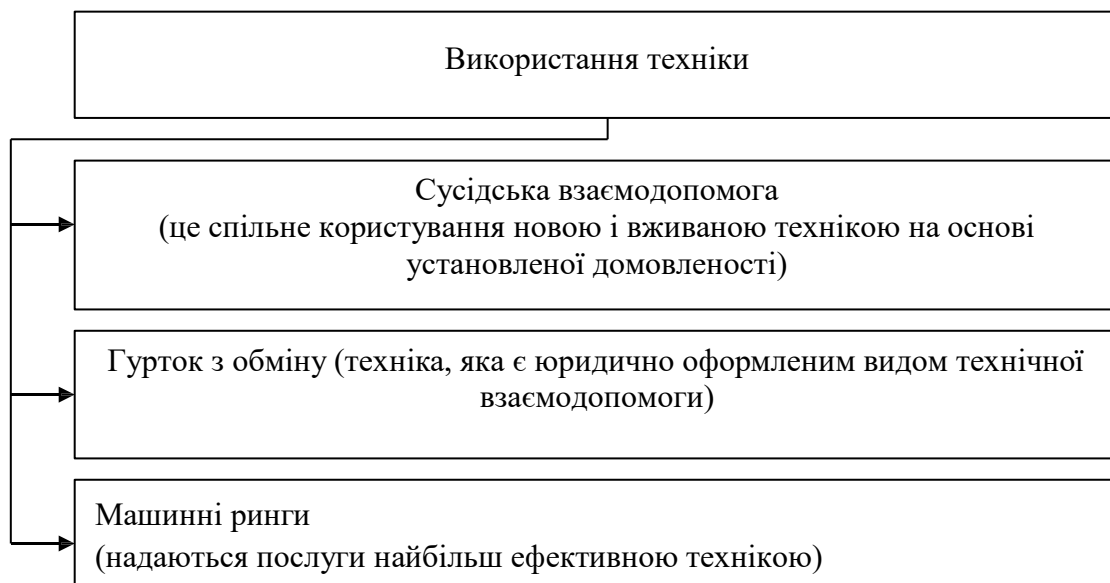


Рис. 2. Основні форми міжгосподарського використання складної сільськогосподарської техніки

В процесі дослідження встановлено, що економічна криза, яка відбулася в минулих десятиліттях призвела до масового скорочення вітчизняного виробництва. Найбільшою мірою відбилася на стані машинобудівного комплексу країни й конкурентоспроможності продукції галузі, а це система більше шістдесяти взаємопов'язаних галузей, які, виготовляючи машини й устаткування, забезпечують технічне переозброєння всього господарства, задовольняють споживчий попит населення на різноманітні апарати та прилади побутового призначення, створюють основу економічного та оборонного потенціалу окремих країн [4].

В минулому машинобудівний комплекс України трансформувався під впливом військово-політичних та соціально-економічних процесів у відповідності до поточних потреб економіки та безпеки держави і під конкретну номенклатуру кінцевої продукції. В результаті утворилися предметно спеціалізовані підприємства з досить жорсткими технологічними зв'язками, низькою гнучкістю і мобільністю виробництва та переобтяжені ремонтно-сервісним обслуговуванням [3].

Тому формування ринку вітчизняної сільськогосподарської техніки передбачає розробку системи заходів щодо забезпечення високого рівня

конкурентоспроможності техніки через узгодження встановлених цілей з наявним рівнем ресурсного забезпечення та можливостями споживачів щодо її придбання.

Список використаних джерел

1. Добіжа Н.В. Стратегічні засади розвитку інфраструктури ринку сільськогосподарської техніки в умовах глобального середовища // Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 10. С.55-59.
2. Захарчук О.В. Матеріально-технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств України та їх модернізація. Економіка АПК. 2016. № 7. С. 72-79.
3. Украина: производители сельхозтехники – на грани выживания [Текст] // Машиностроение Украины. №1. 2015. С. 52-54.
4. Украина: рынок сельскохозяйственной техники [Текст] // Машиностроение Украины. № 3. 2015. С. 59-60.
5. https://www.mnau.edu.ua/files/spec_vchen_rad/d_38_806_01/ref_dobizha.pdf

УДК 338 :631.3 (477)

ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Побочій М.Ю., студентка
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Ефективне функціонування та розвиток аграрного сектору в умовах тривалих аграрних перетворень вимагає ретельного дослідження кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції. Адже саме кон'юнктурні спостереження забезпечують отримання об'єктивної інформації про стан, тенденції розвитку, проблемні аспекти ринку с.-г. продукції, що сприяє отриманню конкурентних переваг та мінімізації ризику внаслідок здійснення господарської діяльності, а також обрати відповідний сегмент ринку, ринкову нішу, обрати вірний напрям диверсифікації, встановити оптимальні ціни на вироблену с.-г. продукцію.

Економічний зміст кон'юнктури характеризується тією сукупністю обставин, яка обумовлює можливість піднесення чи спаду господарської активності в окремих виробництвах або в економіці в цілому. І завдання

кон'юнктурних спостережень полягає саме в тому, щоб визначити ці обставини, а також термін, на який припадатиме їх сприятливий або несприятливий збіг [1]. Ринкова кон'юнктура визначає комерційну цінність і конкурентоспроможність товарів, можливість і економічну доцільність купівлі-продажу, вибір потенційних і фактичних країн-експортерів (імпортерів) і фірм-контрагентів, і пошук слушного моменту виходу на ринок, форми і методи цього виходу [2].

Ринок агропродовольчої продукції є складовою частиною світового ринку. Серед найважливіших чинників, що впливають на кон'юнктуру глобального ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, можна виділити збільшення доходів споживачів в окремих регіонах, посилення конкурентного тиску економічно розвинених країн, ріст цін на енергоносії та інші стратегічні ресурси, коливання обмінних курсів валют, ріст чисельності населення планети, розширення сегменту органічної продукції, а також технологічні зміни, притаманні для підприємств у сферах виробництва та інфраструктури [3].

Найбільш доцільним на думку Ціхановської В.М під час дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є визначення кон'юнктури як співвідношення попиту і пропозиції, що сформовані під впливом сукупності чинників і умов.

Кон'юнктура ринку має чотири принципові властивості: динамічність, пропорційність, варіативність і циклічність. Ринок сільськогосподарської продукції та продовольства в цьому випадку не є винятком. Для віддзеркалення цих властивостей кон'юнктурний аналіз цього ринку має бути спрямований на вирішення чотирьох концептуальних завдань: аналіз динамічних закономірностей, тенденцій; аналіз пропорційності розвитку; аналіз стійкості ринку; аналіз повторюваності розвитку ринку, виділення циклів.

Створення системи оперативного збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації про рівень внутрішніх цін серед суб'єктів ринку є необхідною умовою для реформування аграрного сектору на ринкових засадах і розвитку агробізнесу.

Дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продовольства за просторовою ознакою ґрунтується на ієрархічній структурі кількості учасників ринку, обороті ринку та інших показниках. Співвідношення показників, що є нижчими за ієрархією ринків із вищими, і визначення їх питомої ваги дозволяє зробити висновки про пропорційність розвитку ринку в цілому.

Стихійність ринку сільськогосподарської продукції та продовольства залишається його головною ознакою. Дослідження випадкових і постійних коливань, їх частоти і сили дає уявлення про стійкість розвитку ринку. При цьому випадкові коливання ринку сільськогосподарської продукції та продовольства є найбільш проблемними, оскільки їх не можна передбачати.

Варто зазначити, що на особливу увагу заслуговує наступне завдання кон'юнктурного аналізу агропродовольчого ринку – циклічність і сезонність його розвитку, що безпосередньо пов'язані з природно-кліматичним чинником. Більше того, циклічність розвитку цього ринку перебуває під впливом загальних економічних і галузевих циклів.

Важливим методологічним питанням кон'юнктурного аналізу є визначення його структури. Еволюція теоретичних уявлень про економічну кон'юнктуру вказує, що у процесі сталося розширення часових рамок цього поняття. Стало очевидним, що поточна кон'юнктура обумовлюється минулим розвитком і впливає на тенденції майбутнього.

Поряд із короткостроковими і середньостроковими станами кон'юнктури виникає необхідність поняття середньої характеристики кон'юнктури за тривалий період часу і на тривалу перспективу. У результаті у структурі дослідження економічної кон'юнктури можна виділити три взаємодоповнювальних процеси: поточне кон'юнктурне спостереження, кон'юнктурний огляд і кон'юнктурний прогноз. Поточне кон'юнктурне спостереження дає уявлення про сформоване співвідношення попиту і пропозиції на досліджуваний період часу. Кон'юнктурний огляд спрямований на виявлення і оцінку впливу співвідношення попиту і пропозиції тих або інших

чинників, що склалися. Кон'юнктурний прогноз припускає визначення можливого співвідношення попиту і пропозиції в майбутньому періоді.

Отже, кон'юнктура ринку є складним і мінливим явищем. Вона залежить від елементів і дій, розвиток яких підпорядковується законам та характеризується певними якісними і кількісними ознаками. Це зумовлює необхідність використання для аналізу кон'юнктури великої кількості різноманітних методів [4].

Список використаних джерел

1. Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник.– Одеса: ОНЕУ, 2014.– 345 с.
2. Бочко О. Ю. Дослідження ринкової кон'юнктури продукції АПК західного регіону / О. Ю. Бочко // Економічний форум. – 2018. – No 2. – С. 78-85.
3. Школьний О. О. Методологічні аспекти дослідження світового ринку агропродовольчої продукції / О. О. Школьний // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. - 2013. - Вип. 82. - С. 191-197.
4. Ціхановська В. М. Теоретико-методичні засади дослідження кон'юнктури агропродовольчого ринку / В. М. Ціхановська // Економіка та управління АПК. - 2013. - Вип. 10. - С. 68-73. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есurapk_2013_10_16.

УДК 339.13.637.5

АНАЛІЗ СВІТОВОГО ВИРОБНИЦТВА М'ЯСА

Гопка М. Д., студент
Ковтун О.А., кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Галузь тваринництва розвивається з кожним роком. Нові технології які з'являються направлені на більшу оптимізацію у виробництві. Процес вирощування кожної тварини для виробництва м'яса – є особливим.

За статистичними даними ФАО, у 2019 році було вироблено 336 млн тон м'яса. Найбільшу частку у виробництві займає м'ясо птиці - 39%, свинина - 33%, яловичина - 20%, баранина та козлятина - 5%, буйволятина - 1%, інше - 2%. Якщо прослідкувати динаміку 2017-2019 років (рис.1), то можна побачити, що виробництво свинини значно скоротилося

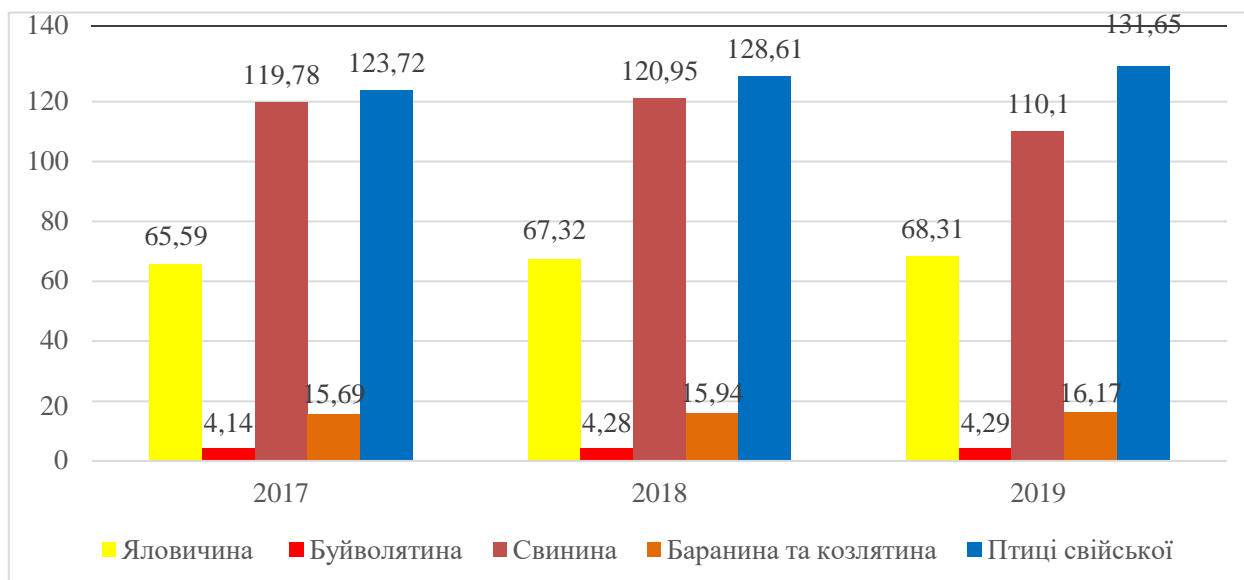


Рис. 1. Світове виробництво м'яса, млн тон

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Причиною такого різкого падіння є скорочення поголів'я в Китаї, який є найбільшим світовим виробником свинини. Наприкінці 2018 року у Китаї загострилась африканська чума свиней, котра не дає змоги виробити більше м'яса, задля збереження здоров'я людей. За рахунок скорочення власного поголів'я, Китай стає одним із найбільших імпортерів цього виду м'яса. Найбільшими виробниками свинини є Китай, США, Німеччина, Іспанія.

Виробництво м'яса птиці стабільно зростає з кожним роком. У 2019 році було вироблено 131,65 млн тон м'яса, що на 6,2% більше ніж у 2017 році. Наразі, в регіонах де найбільше споживається свинини (Азія), можна помітити збільшення виробництва курятини, але це тимчасовий фактор, поки не відновиться свиначарство на повну силу. Найбільшими виробниками птиці є США, Бразилія, Китай, ЄС.

Виробництво яловичини поступово зростає і у 2019 році налічувало 68,31 млн тон, що на 4% більше ніж в 2017 році. За даними ФАО прогнозується зменшення виробництва яловичини в ЄС, через великий вплив тваринництва у зміни погодного клімату, а також надання переваг більш екологічним видам їжі [3].

Найбільше всього м'ясо яловичини виробляють в США, Бразилії, Аргентині та Мексиці. Саме ці країни разом займають 38% світового виробництва яловичини.

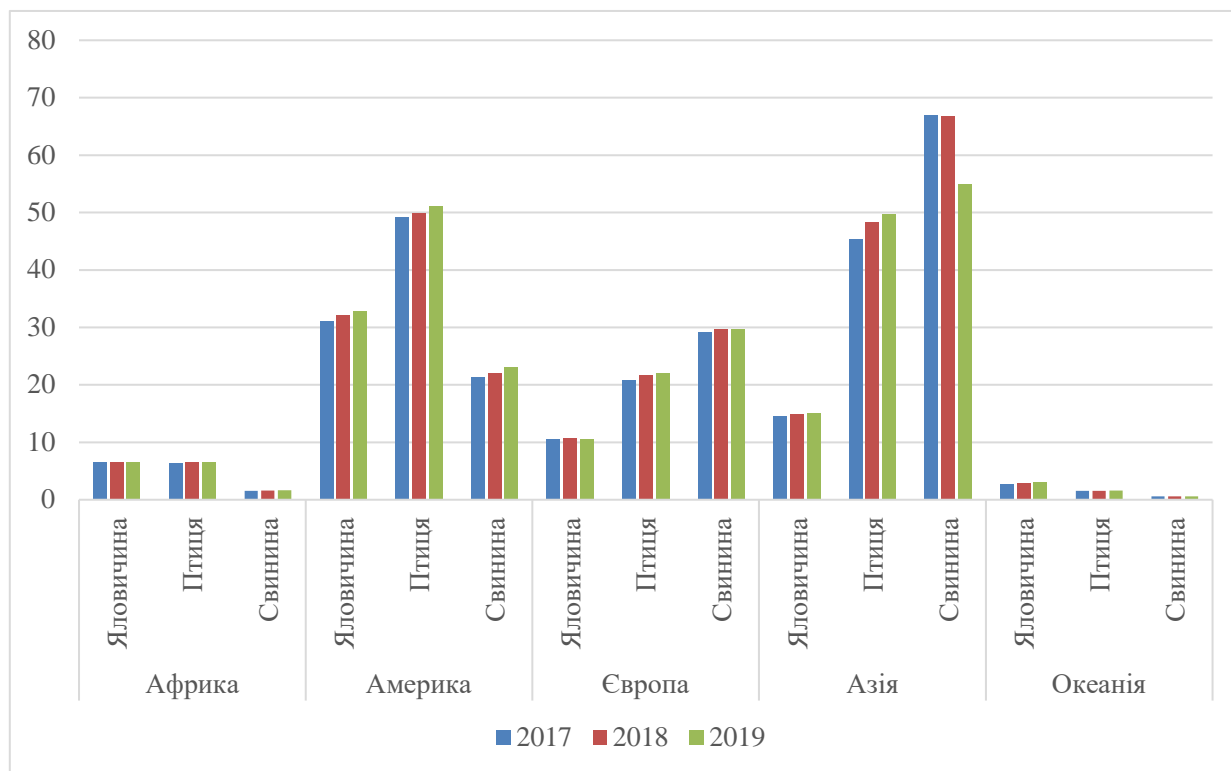


Рис. 2. Світове виробництва м'яса за регіонами, млн тон

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Ринок м'яса є одним з найважливіших секторів ринку продовольчої сировини і продовольства. Провідна роль цього ринку визначається як основою джерела незамінного білка тваринного походження в раціоні харчування людини. При зростанні чисельності населення на планеті, збільшується і споживання м'яса в світі.

Список використаних джерел

1. Статистична служба ФАО. URL: <http://www.fao.org/faostat/en/#home> (дата звернення: 16.03.2021).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.04.2021).
3. Перспективи сільського господарства 2020-2029. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/29248f46-en/index.html?itemId=/content/component/29248f46-en#figure-d1e18800> (дата звернення: 16.03.2021).

МАРКЕТИНГ-МІКС ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ДЕРЖАВНІЙ УСТАНОВІ

Хлистун Д.М., аспірант
Забуранна Л.В., доктор економічних наук, професор кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

На сьогоднішній день в умовах глобальної кризи, економічної нестабільності, зменшення соціальної взаємодії між людьми та установами все більше зростає роль впровадження нових інструментів у систему менеджменту у різних типах організаційних структур, а особливо у державний сектор. Сучасний менеджмент державних установ потребує впровадження інноваційних та ефективних інструментів у їхню діяльність. Використання інструментів маркетингового міксу набуло в Україні широкої популярності у різних типах підприємств та організацій. При змінах, які відбуваються ззовні і у соціумі, зокрема, державні установи мають ефективно реагувати на них та впроваджувати нові інструменти у взаємодії зі своєю цільовою аудиторією. Одним із цих інструментів є комплекс маркетингу, або маркетинг-мікс.

Маркетинг мікс – це система засобів маркетингу, або сукупність прийомів і методів, конкретний інструментарій, який використовується організацією для досягнення поставленої мети, вирішення відповідних завдань [2 с. 168]. Від себе зазначу, що маркетинг-мікс – це інструмент для позиціонування товару чи послуги задля вирішення завдань маркетингу на цільовому сегменті ринку. Головна мета розроблення компанією маркетинг-міксу – забезпечити їй стійкі конкурентні переваги задля завоювання стабільних позицій на ринку. Треба намагатися розробити таке ідеальне сполучення компонентів комплексу, яке б забезпечувало споживачам найкращу пропозицію за збереження витрат підприємства в розумних межах [3 с. 170].

Маркетинг-мікс дозволяє працювати на цільові сегменти споживачів, використовуючи при цьому новітні технології взаємодії з потенційним клієнтом.

Варто зазначити, що існує декілька варіацій маркетингового міксу. Які відрізняються застосуванням того чи іншого інструментарію – це 4P, 5P, 7P, 4C. Найбільш розповсюдженіша моделі комплексу маркетингу – 4P та 7P. До комплексу маркетингу 4P входять product (продукт); price (ціна), place (місце); promotion (просування). Комплекс маркетингу 7P – це удосконаленіша версія 4P. Окрім вищевказаного інструментарію вона була доповнена такими елементами як people (виробники, постачальники, продавці, та покупці, тобто споживачі даного товару чи послуги), process (процес надання послуг) та physical evidence (фізична наявність, або фізичні характеристики).

Разом з тим, не потрібно забувати про те, що при розробці маркетингового комплексу можна діяти у такий спосіб: визначити політику послуг, які будуть надаватись, тобто визначається, для яких цільових груп і в якій кількості послуги можуть бути надані, при цьому має бути ухвалене рішення про цінову політику, а вже потім політику комунікації, тобто визначаються інструменти політики комунікацій. Це може бути як реклама так і індивідуальний продаж, PR [1, с.23].

Є багато розгалужень комплексу маркетингу, які по своїй суті відрізняються лише сферою застосування та елементами, за допомогою яких їх застосовують на практиці. Вивчивши теоретичну частину застосування кожного елемента комплексу маркетингу було визначено основні, на мій погляд, варіанти їх застосування у державних установах. На що можна впершу чергу спиратись?

Ідеальним у застосуванні ефективного менеджменту буде впровадження елементів маркетингового комплексу у діяльність установ. Оскільки елементи включають у себе всього лиш частини маркетингу, який у рамках специфіки може підійти не всім організаційним структурам. На це потрібно звертати увагу.

Для прикладу можна розглянути ДУ «Урядовий контактний центр». Дана державна установа здійснює забезпечення оперативного реагування органів виконавчої влади на звернення громадян, підприємств, установ та організацій, суб'єктів підприємницької діяльності, органів місцевого самоврядування та їх взаємодії під час розгляду таких звернень [5]. Реєстрація звернень забезпечується за єдиним телефонним номером та за допомогою веб-сайту Центру.

Зокрема можна за допомогою методу спостереження та опису було проведено аналіз на підставі кожного опису елементу комплексу маркетингу враховуючи особливості даної установи.

Розглянемо складову «продукт». Послуги, які має надавати установа повинні мати широкий спектр, бути якісними і відповідати певним критеріям, у залежності від спрямованості, а головне відповідати попиту споживачів та надаватись швидко. *Сервіс*. Послуги мають надавати кваліфіковані фахівці, спеціалісти в обраному галузі питань. УКЦ надає послуги в межах повноважень, основна більшість – це реєстрація звернень шляхом дзвінків споживачів на спеціалізовані лінії (1545, 1539, 1548, 1648) та реєстрація через веб-колл та веб-сайт Центру, а також надання консультацій, які здійснюють фахівці та голосовий бот. Так, за березень 2021 року УКЦ було отримано 161310 звернень, з них 76919 зареєстровано до органів державної влади та установ у межах компетенції та надано 84391 консультацію. З них найпопулярнішими стали питання присвячені соціальному захисту населення (кількість звернень 35582), пенсійного забезпечення (17547 звернень) та комунального господарства (14297 звернень). Найбільше звернень надходять від м. Києва – 25634, Дніпропетровської (13917) та Харківської областей (9499) відповідно [4].

Складова «Ціна» має включати в себе ціну за послуги. Послуги, які надає Центр є безкоштовними. Сама установа фінансується за кошти державного бюджету.

Складова «Місце» полягає у тому, щоб надавати послуги через певні канали розподілу. У Центрі здійснюється он-лайн та оф-лайн надання послуг, описаних вище крім того з березня 2021 року є можливість скористатись послугами @govOperCenter_bot для вирішення питання у два кроки. Підготовка персоналу здійснюється начальником відділу певної установ. Працівник обов'язково проходить стажування, вивчає свої посадові обов'язки та функції, виконує трудовий кодекс.

Складова «Просування» має включати у себе зв'язки із громадськістю активним інформуванням споживачів про послуги що надає установа за

допомогою соціальних мереж та офіційного сайту за наявності. УКЦ має у своєму розпорядженні сайт, через який є можливість надавати свої послуги, спеціальних ботів у месенджерах Telegram та Viber (govOperCenter_bot) та офіційну сторінку у соціальній мережі «Фейсбук» для взаємодії з основною аудиторією.

Складова «Люди» має включати кваліфікований персонал установи, які надають послуги та мають керуватись її місією та споживачі – всі дієздатні громадяни віком незалежно від віку. Дана складова у Центру наявна кваліфікованим персоналом, декількома відділами. Основна група споживачів – громадяни віком від 18 років і більше.

Складова «Процес» передбачає впровадження нових технологій у взаємодії зі споживачами. УКЦ активно здійснює вдосконалення та впровадження нових технологій у свою діяльність. Так вищевказано було про застосування ботів у популярних месенджерах та застосування ботів, що дозволяє ефективно надавати послуги передбачені його діяльністю.

Складова «Фізична наявність» - це все що оточує споживача послуг. УКЦ надає свої послуги відповідно до внутрішньої політики, які впливають на життя громадян (економічне середовище, соціальні причини, екологічне середовище, фінансове та власні проблеми). Позитивний імідж формується завдяки швидкій та оперативній роботі фахівців.

На підставі вищеописаного можна дійти висновку, що елементи комплексу маркетингу можуть успішно застосовуватись у державних установах, проте необхідно зважати на специфіку їхньої роботи. При цьому, зважаючи на все, що було описано вище він може застосовуватись дуже успішно. Саме тому маркетинг-мікс є та може бути ефективним інструментом сучасного менеджменту у державній установі.

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / О.А. Біловодська. – К: Знання, 2010. – 332 с.
2. Бутенко Н.В. Основи маркетингу. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2004. – 140 с.

3. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004 – 712 с
4. Урядовий Контактний Центр. Інтерактивна мапа звернень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukc.gov.ua/a-statystyka-a/stats/>
5. Урядовий Контактний Центр. Про центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukc.gov.ua/dlya-rozdilu-pro-tsentra/about/>

УДК 338.46: 65.014.1

УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОСЛИНИЦЬКОГО СПРЯМУВАННЯ

Васьківський Б.С., студент
Коваленко Н.О., кандидат економічних наук, доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна

*«Продуктивність — не випадковість. Це завжди результат прагнення до
досконалості, розумного планування й цілеспрямованих зусиль»*

(Пол Дж. Мейер)

На сьогодні рівень продуктивності праці в народних господарствах та промислових підприємствах України знаходиться на досить низькому рівні. Якщо підвищити продуктивність праці, збільшиться національний дохід або валовий національний продукт. Проте, при подальшому зниженні продуктивності, знизиться темп зростання виробництва, підвищиться інфляція та виросте рівень безробіття. Тому розвиток національного добробуту та зміцнення економіки, на пряму залежать від підвищення продуктивності праці на підприємствах.

Згідно з рекомендаціями Міжнародної організації праці (МОП), вирізняють поняття «продуктивність» і «продуктивність праці». МОП – унікальна тристороння організація, яка об'єднує представників урядів, організацій працівників та роботодавців задля спільної розробки політики і програм. МОП як всесвітня організація відповідає за розроблення Міжнародних стандартів у сфері праці і здійснює нагляд за їх дотриманням.

Продуктивність – це ефективність використання ресурсів (землі, матеріалів, енергії) і чинників праці, капіталу, інформаційних потоків і підприємницького хисту під час виробництва різних товарів і надання послуг [1].

Продуктивність праці – це узагальнюючий показник ефективності суспільного виробництва, який розраховується як відношення виробленого доходу до середньорічної кількості зайнятих у сфері матеріального виробництва. З переходом до міжнародної методології обліку рівень продуктивності суспільної праці визначається відношенням валового внутрішнього продукту (у ринкових цінах) до середньорічної кількості економічно активного населення [1].

Однак, це не єдине визначення поняття «*продуктивність праці*», – у своїх роботах Макконелл К.Р. та Брю С.Л. дають визначення цьому показнику наступним чином:

Продуктивність праці — це загальний об'єм продукції, поділений на кількість витраченої на його виробництво праці; середній продукт праці чи виробіток одного працівника [2].

Тому, цілком справедливо було б стверджувати, що для кожного підприємства збільшення цього показника є стратегічно важливим напрямком, від якого повною мірою залежить не тільки конкурентоспроможність організації, а й виживання в цілому. Зважаючи на це, можна говорити про доцільність розробки цілеспрямованої програми по управлінню продуктивності праці. До створення якої мають залучатись керівники відділів, де заплановано провести покращення. Наприклад, для збільшення продуктивності агрономічної служби, у робочу групу має бути обов'язково включений керівний склад агрономічної служби та фахівці із таких суміжних служб, як інженерна та логістична.

Загальними цілями розроблення програми *управління продуктивності праці* на підприємстві є:

- ефективне використання людських ресурсів;
- мінімізація витрат виробництва;

- створення ефективної системи вимірювання продуктивності праці, тобто визначення межі й показників цілей цієї системи [3].

При розробленні програми по управлінню й покращенню продуктивності праці на підприємстві рекомендується слідувати наступним етапам:

- вимірювання та оцінку досягнутого рівня продуктивності по підприємству в цілому й за окремими видами праці, зокрема;

- пошук та аналіз резервів підвищення продуктивності на основі інформації, одержаної під час вимірювання й оцінки;

- розроблення плану використання резервів підвищення продуктивності праці, який повинен передбачати конкретні терміни й заходи щодо їх реалізації, фінансування витрат на ці заходи та очікуваний економічний ефект від їх впровадження, визначати відповідальних виконавців;

- розроблення систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності;

- контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, регулювання їх виконання;

- вимірювання та оцінку реального впливу передбачуваних заходів на зростання продуктивності праці [4].

Для чіткого розуміння глобальності проблеми та її актуальності, потрібно провести порівняння показників «продуктивності праці» України та інших країн. Цей аналіз потрібен для того, щоби встановити, де саме знаходиться Україна й куди нам потрібно рухатись. Адже беручи приклад із більш успішних країн, з розвиненішими підприємствами, можна значно пришвидшити збільшення продуктивності праці на вітчизняних підприємствах.

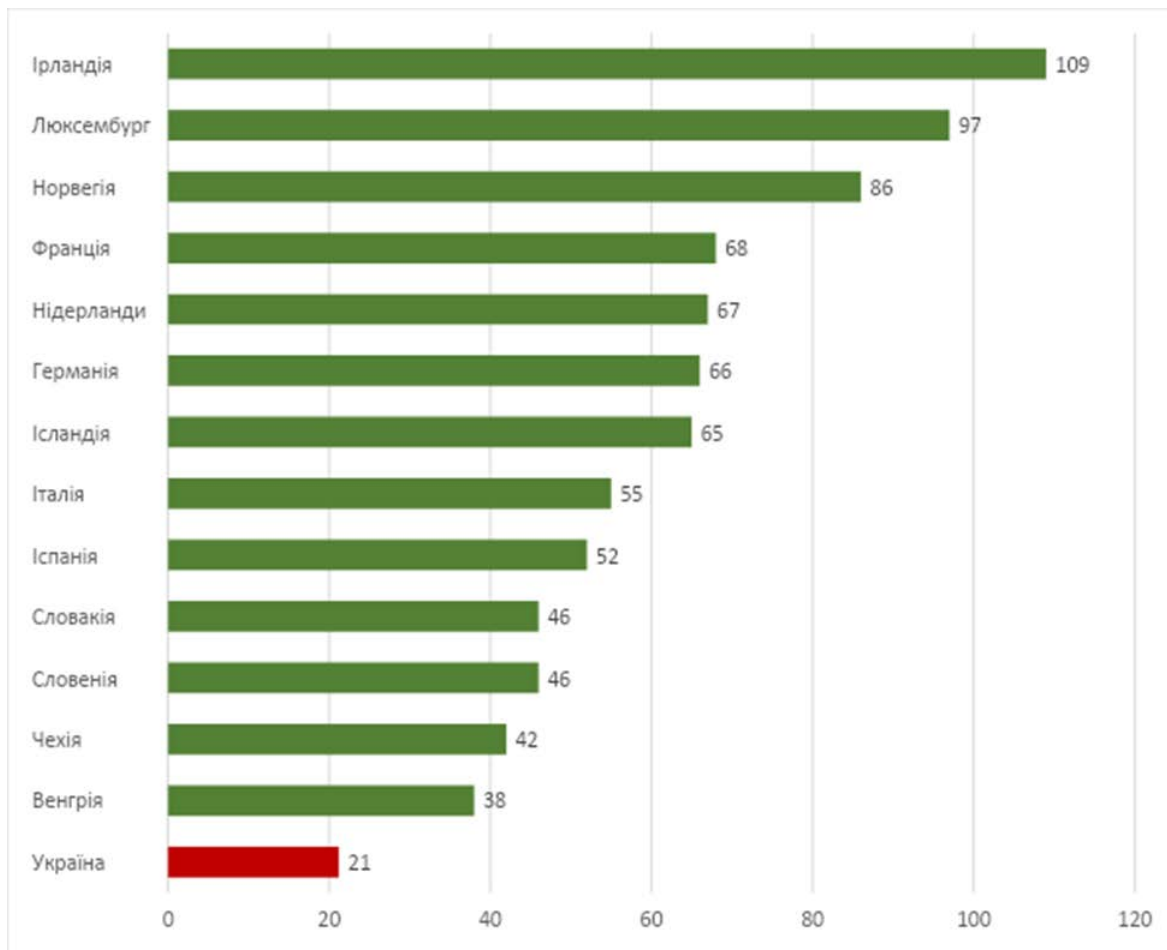


Рис. 1. Продуктивність праці в країнах Європи та Україні, 2019 р., дол./люд.-год.

*Розроблено автором на основі даних Державної служби статистики [5] та OECD [6]

Графік чудово ілюструє, наскільки Україна відстає по продуктивності праці від розвинених країн. Варто зауважити, що порівняння з такими країнами, як Люксембург, Ірландія та Ісландія — дещо не коректне, проте гарним прикладом для нас може бути продуктивність праці в Німеччині, Франції та країнах-сусідах. Звісно ж, для нас цікавіше порівняння продуктивності праці у розрізі типових підприємств окремих галузей, згрупованих по певним ознакам – розмірам земельного банку, наявності певних видів тварин, тощо. Це є темою нашого наступного дослідження.

Список використаних джерел

1. Калина, А. В. *Економіка праці та соціально-трудова відносини*: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. 498 с.
2. Макконелл, К.Р.; Брю, С.Л. *Економікс: принципи, проблеми и политика*: пер. с англ. 14-е изд. М.: ИНФРА-М, 2003. 972 с.

3. Муха, Р. Продуктивність праці на підприємствах та основні напрями її підвищення. *Галицький економічний вісник*. Т.: ТНТУ, 2015. Том 48. № 1. С. 82–92.
4. Вітвіцький, В. Вплив основних чинників на підвищення продуктивності праці. *Україна: аспекти праці*. 2006. № 2. С. 29–33
5. Продуктивність праці в підприємствах, які здійснювали сільськогосподарську діяльність 2019 року. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Режим доступу: <https://data.oecd.org/lprdy/gdp-per-hour-worked.htm#indicator-chart>.

УДК 634.52:338.3:339.9

ЕКСПОРТ ВОЛОСЬКОГО ГОРІХУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Король В.О., студент
Мостенська Т.Л. доктор економічних наук, професор
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Горіхи можуть рости лише на 7% земної кулі і територія України повністю потрапляє в цю зону. Україна входить до п'ятірки передових країн світу з виробництва волоського горіху, виробляючи 5% світового обсягу.

Таблиця 1

Виробництво волоського горіху по країнах у тонах (в шкарлупі), тис. тонн

Країна	Маркетингові роки					
	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Китай	1000,000	1060,000	1000,000	850,000	1000,000	1020,000
США	549,754	625,050	571,527	613,257	592,392	707,604
Чилі	80,000	119,000	126,000	150,000	125,000	150,000
ЄС	117,928	116,670	121,000	130,000	133,000	127,000
Україна	115,080	108,000	108,660	127,190	125,900	126,000
Туреччина	60,000	63,000	58,000	63,000	65,000	67,000
Індія	33,000	32,000	32,500	34,000	35,000	35,000

За експертними оцінками, волоських горіх в Україні можна вирощувати на площі близько 0,5 млн га. Серед найбільш сприятливих регіонів можна виділити

Черкаську, Полтавську, Хмельницьку, Дніпропетровську, Одеську, Донецьку та Рівненську області. Саме в цих областях найвища урожайність волоських горіхів. Серед основних проблем ринку — заниження вартості товару, недоброчесна конкуренція, ухилення від сплати податків і неможливість підтвердити походження горіха. Все це створює проблеми для розвитку експорту. 98% виробників горіхів відправляють на експорт напівфабрикати. Крім того, при зростанні попиту, відбувається зростання пропозиції при зменшенні ціни. У 2019 р. чищений горіх на європейському ринку продавали по 6,5 євро за кг, то ціна 2021 р. - по 5,5 євро за кг.

Таблиця 2

Топ 7 країн за експортом волоського горіху по країнам, тис. тонн

Країна	Маркетингові роки					
	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
США	445,748	459,165	409,564	429,442	403,621	475,000
Чилі	78,500	116,800	123,700	147,900	120,000	150,100
Китай	8,300	18,400	45,200	62,100	144,100	150,000
Україна	75,800	55,100	82,000	106,100	105,000	105,000
Молдова	34,100	34,000	37,200	26,000	30,000	34,000
ЄС	18,300	13,700	12,900	14,200	12,900	15,000
Туреччина	6,500	32,000	32,500	34,000	35,000	35,000

«Щоб Україна успішно продала свій врожай волоських горіхів, його треба реалізувати в межах 4,7 – 4,8 євро за кг. Це максимум, оскільки американці виставили в цьому сезоні експортну ціну на ядро волоського горіха (світла половинка 80%) доставлене в порти Європи у 5,5 євро за кг. Така ціна буде до повного продажу врожаю, її не змінюють, — пояснює Володимир Чуба директор Ukr Walnut LLC. — Якщо Україна вийде на ринок з ціною 5,2 і 5,4 євро за кг — це будуть одиничні продажі, тому що нікому не потрібен український горіх за такими цінами [4].

Коломойцева А. зазначає, що найбільший покупець волоських горіхів — Європейський Союз, який знаходиться поруч, і в цьому велика перевага України. Під час пандемії прогалини у термінах поставок товару, складнощі в логістиці

змусили задуматися багатьох імпортерів, баєрів про скорочення «плеча» доставки та мінімізацію ризиків. Звичайно, зручніше і швидше везти товар з України, ніж з Китаю, Чилі або США [4].

Сьогодні основний торговельний партнер України - Туреччина, яка, по суті, є хабом: звідки українські чищені і не чищені горіхи перепродаються далі після переробки та перепакування. Крім того, в українських горіхах зацікавлені Ірак та Азербайджан, але ціни, які можуть запропонувати в ЄС, значно привабливіші. Проте під європейський ринок потрібно запропонувати високу якість товару.

Іще одна проблема українських виробників горіхів – це відсутність прямих контактів з покупцями. Це вимушує виробників горіхів співпрацювати із посередниками, реалізуючи ім. продукцію за демпінговими цінами. В Україні 95% горіху збирають на присадибних ділянках та в лісосмугах, отже про технології правильного доопрацювання врожаю мова не йде. Втім, в Україні вже є відомі експортери, які успішно формують партії волоського горіху. Вони обробляють врожаї на сучасному обладнанні відповідно до міжнародних стандартів, які експортують чищений, митий та фасований горіх. Серед ТОП українських компаній-експортерів можна виділити UkrNut, Ukr Walnut, NutsWorld, NutStar.

В Україні розробляється державна стратегія розвитку сектору волоського горіху. Державою передбачено фінансування обладнання (сортувальні лінії, мийки, лінії луцення, очистки горіха, сушки та інше) і придбання саджанців (330 грн за один саджанець). Це підвищує конкурентоспроможність вітчизняних виробників горіхів.

Список використаних джерел

1. Зелена книга «Регулювання ринку горіхівництва» [Електронний ресурс]. – режим доступу: https://cdn.regulation.gov.ua/68/3d/3e/43/regulation.gov.ua_%D0%A0%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%83-%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%85%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf
2. Tree Nuts: World Markets and Trade [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/TreeNuts.pdf>

3. Рослинництво України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/04/zb_rosl_2019.pdf
4. Не прозорий ринок. Сумнівна якість волоського горіху та псевдо-експортери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroday.com.ua/2020/11/16/ne-prozoryj-rynok-sumnivna-yakist-voloskogo-gorihu-ta-psevdo-eksportery/>

УДК 334.784

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Бондар Р.О. студентка
Костюк О.Д. кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Економічна ситуації в Україні характеризується нестабільністю та високою динамічністю, тому успішне функціонування і розвиток промислових підприємств визначається здатністю адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Корпоративна культура як елемент організації та метод регулювання життєдіяльності колективів належить до числа парадигмальних ідей у сфері управління. Більшість авторитетних спеціалістів погоджується з тим, що організації, як і нації, мають свою культуру, тобто сукупність духовних цінностей, які характеризують певний рівень їх розвитку. Процес формування і розвитку корпоративної культури в Україні відбувається в умовах вирішення підприємствами двох важливих питань: зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції [1].

Формування корпоративної культури підприємства відбувається під впливом національної культури, культури індивіда, а також цінностей та цілей, які притаманні цьому підприємству. Дану взаємодію можна зобразити наступним чином (рис. 1.).

Корпоративні культури на різних підприємствах завжди будуть відрізнятися [2]. Це зумовлено різними чинниками: соціальне становище

робітників, їхня освіта, релігійні та політичні погляди, етнічна приналежність, талановитість та інші індивідуальні особливості. Індивідуальність кожного співробітника – досить вагомий фактор, що визначає соціокультурні особливості конкретної групи в організації.



Рис. 1. Схема взаємодії національної культури, корпоративної культури та культури індивіда (складено на основі [3, 4])

Рівень освіти та кваліфікації працівників впливає на формування корпоративної культури. Так, освічені та кваліфіковані працівники здатні краще зрозуміти та сприйняти цінності корпоративної культури, проявляти творчість та ініціативу, схильні до самовдосконалення і змін, а тому позитивно ставляться до ротації та підвищення кваліфікації. Якщо персонал не розуміє створюваної керівництвом корпоративної культури, не сприймає її, тоді вона залишиться «тільки на папері», а реальна культура на підприємстві буде зовсім інша.

Досліджуючи практики корпоративної етики українського бізнесу, можна помітити певний парадокс: керівники бізнесу добре усвідомлюють важливість корпоративної етики і частина з них навіть прагне до ведення бізнесу за

етичними стандартами , але в реальності етичність в усіх напрямках діяльності компаній – це частіше виняток, ніж правило.

При формуванні корпоративної культури організації необхідно пам'ятати, що вона має виконувати центральну ідеологічну функцію, створювати нематеріальну основу для об'єднання співробітників – формувати ціннісно-орієнтаційну єдність колективу.

Рівень корпоративної культури на підприємствах України є досить низьким. З погляду на це керівникам необхідно зосередити увагу на більш ефективному використанні того потенціалу, який існує на підприємствах, мобілізувати його можливості та удосконалити існуючі механізми.

Отже, підсумовуючи, варто зазначити, що ідея корпоративної культури має абстрактний характер, але вона, як повітря, оточує все, впливаючи на діяльність організації. Носіями корпоративної культури в організації є її працівники. Оцінити її словами «хороша» чи «погана» не можна. Вона або є, або її немає. Але якщо вона є, то працівники цінують свою організацію і діяльність її є успішною.

Список використаних джерел

1. Белоусова О. С. Вплив корпоративної культури на формування позитивного іміджу комерційних банків України / О. С. Белоусова, Н. А. Пашченко // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 3. – С. 199–202.
2. Савчук Л. М. Теоретичні аспекти впливу корпоративної культури на ефективність організації / Л. М. Савчук, О. О. Савчук // Проблеми науки. – 2011. – № 9. – С. 23–27.
3. Овчаренко М. І. Умови та особливості становлення корпоративної культури вітчизняних підприємств / М. І. Овчаренко // «Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу»: збірник тез доповідей VI Міжнародної науковопрактичної конференції (27-29 вересня 2012 р., м. Суми). – Суми : ТОВ "ДД Папірус", 2012. – С. 191–193.
4. Bielousova O. S., Pashchenko N. A. Derzhava ta rehiony. Ser.: Ekonomika ta pidpriemnytstvo, 2011, no. 3, pp. 199–202.

PERSONNEL MANAGEMENT IN A PANDEMIC CONDITION

Kostiuk Y,
University of Foggia, Italy

Many companies in the context of the COVID-19 pandemic have faced difficult challenges today: declining business activity, a sharp drop in demand, problems with the availability of raw materials and components, the risk of infecting staff and providing employees with income for self-isolation, remote working conditions, lack of experience management and uncertainty of prospects.

The current crisis has shown how important it is to be able to respond quickly to new environmental threats and to adapt planning strategies to the risk of uncertainty. There is a need to form teams that are responsible for making flexible management decisions in non-standard conditions and the development of emergency response plans to external factors.

In a pandemic, most companies are forced to quickly change their usual organization of work and approaches to personnel management. In addition to the economic challenges, there are large-scale tasks to protect the health of staff, their moral support, interaction and accountability to public authorities on the organization of staff.

New working conditions and penetration of modern technologies into the working days require the humanization of the working environment. People want to feel part of something sustainable, secure and confident, because a sense of belonging to the team is an important criterion for the success of the organization. Therefore, business management needs to focus on the capabilities of each employee, help learn to manage stress, motivation, time, priorities, use retraining to increase employee potential and learn to see opportunities and prospects in a crisis.

Tactics of personnel management in a pandemic should be formed comprehensively and based on a clear understanding of the consequences of each decision, as well as - on an updated business strategy to overcome the crisis.

In conditions of growing anxiety in society, the employer often becomes a key guide for employees in the context of obtaining timely and quality information about the development of the situation in the country and in the world generally. Managers need to find a balance in communication between realism about future problems and confidence that the company will emerge from the crisis. In a period of such serious uncertainty, the work can become an island of safety for employees, and this can significantly increase their loyalty.

An important trend today is to review the work schedule of employees: flexible work schedule for employees with children, partial preservation of remote mode, especially for those who have shown high efficiency working from home.

The specific place of work becomes secondary, the main thing - its effectiveness and evaluation, so non-standard employment in the near future may well become routine. Businesses in industries where the transition to teleworking is impossible should focus on protecting employees, paying close attention to occupational health and safety and measures to reduce the psychological stress of staff.

In emergencies, it is important to ensure the social responsibility of the organization, maintaining staff, support in a crisis situation, which will give additional motivation to work and in the long run will have a beneficial effect on productivity. In addition, the high level of social responsibility of the enterprise contributes to the formation of its positive reputation and development.

Today it is not enough to create a company website and mobile applications, maintain social networks and follow technological innovations. The success of the business lies in the complete transformation of the organizational structure, attracting consumers and meeting their needs to gain market advantage.

The modern world is changing very quickly, and teams with a wide horizon, the ability to quickly find new solutions to difficult situations will always be in demand. A pandemic provides an opportunity to assess staff in a situation where both strengths and areas of development are most pronounced.

In times of difficult economic situation, the company's human capital comes first. For effective personnel management in conditions of uncertainty, it is necessary

to develop a clear strategy and plan. COVID-19 has become a serious challenge for the distribution of work and labor resources within the enterprise, the mechanism of interaction between employees, the entire corporate culture. But we should not forget that after the recession there is always a recovery and how the company will work in such a difficult period, will depend on its long-term results.

References

1. BBC News. Coronavirus pandemic could be over within two years - WHO head. URL : <https://www.bbc.com/news/world-53870798> (Accessed: 06 December 2020).
2. KPMG. Дії HR в ситуації пандемії. URL : <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2020/05/hr-actions-in-pandemic-survey.html> (Accessed: 06 December 2020).
3. BBC News. Coronavirus pandemic could be over within two years -WHO head. URL: <https://www.bbc.com/news/world-53870798>.

УДК 658.5.012.7

СУЧАСНИЙ КЕРІВНИК ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Недужа І.Л. студентка.
Алексеева К.А. кандидат економічних наук, доцент кафедри
виробничого та інвестиційного менеджменту.
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Основне завдання керівника медичного закладу — зберегти здоров'я населення та забезпечити процвітання своєї установи.

Сучасна людина для успішної кар'єри має володіти такими навичками: вміти комплексно вирішувати проблеми; критично мислити; мати креативне мислення; вміти управляти людьми; координувати дії з іншими; мати емоційний інтелект; приймати рішення; вести переговори та мати когнітивну гнучкість.

Все це відноситься не тільки до керівника, а і взагалі до професії лікаря. Кожен керівник підбирає свою команду, яка працює тільки тоді вдало, коли є взаєморозуміння, взаємоповага та високий рівень особистої залученості - емоційного інтелекту.

Професія лікаря сама по собі вимагає постійного навчання, окрім своєї спеціальності, лікар повинен вміти вдало комунікувати з пацієнтами, їх родичами та керівництвом.

Найважче випробування для керівника — поєднати інтереси лікарів, пацієнтів/клієнтів і організації. Це потребує нових моделей взаємовідносин у площині «пацієнт - лікар - організація», переосмислення цих зв'язків, більшої участі лікарів в управлінні та керуванні організаційною діяльністю. Без їх залучення неможливо вирішити проблеми управління вартістю, підвищення якості медичної допомоги й продуктивності праці та використання ресурсів, здійснення стратегічного планування. Лікарі повинні відігравати ключову роль у формуванні політики, прийнятті рішень, розподілі ресурсів, а також у розробці та здійсненні задумів. Керована медична допомога дає змогу організаціям і лікарям усвідомити, що вони мусять діяти спільно, розподіляючи між собою ризики і розвиваючи механізм входження в ринок [3].

Керівник, як стратег, зобов'язаний підтримувати постійний зв'язок з зовнішнім світом, аби своєчасно розпізнавати й оцінювати події, котрі можуть якимось чином вплинути на організацію. Усі сигнали ззовні потрібно контролювати й аналізувати, при цьому значну увагу приділяти питанням, що потенційно стосуватимуться як самої організації, так і її партнерів. Більше того, керівники в ролі стратегів повинні не тільки відчувати й розуміти ситуацію навколо себе, а й впливати на неї. Керуючи закладами медичної допомоги, які задовольняють інтереси людей, вони зобов'язані брати участь у формуванні та реалізації громадської політики [1].

Відмінності між статусом лідера і формального керівника впливають з особливостей ролі та функцій, які ними виконуються.

Керівництво передбачає монополію на прийняття рішень і контроль за ходом їх виконання. Лідер не узурпує право приймати рішення, а, навпаки, запрошує до цього кожного співробітника. В результаті змінюється статус кожного працівника. Якщо керівник протистоїть групі підлеглих, виступає як зовнішня сила, то лідер перетворює колектив у єдину команду.

Лідерство необхідно розглядати як групове явище: лідер не може існувати наодинці, він завжди існує як елемент групової структури.

Лідер також є керівником, але характер його дій інший, ніж у звичайного менеджера. Він не керує, не командує, а веде за собою інших.

Керівник колективу призначається ззовні, вищим керівництвом, отримує відповідні владні повноваження, має право на застосування санкцій (як позитивних, так і негативних).

Лідер висувається з числа оточуючих його людей, по суті, рівних (або, принаймні, близьких) йому за статусом (службовому становищу), він як би «один з нас». Разом з тим лідер також може вдаватися до санкцій у відношенні когось з партнерів, але ці санкції носять неформальний характер, право на їх застосування ніде офіційно не зафіксовано [2].

Менеджер нерідко призначається на свою посаду незалежно від того, сприймають його підлеглі відповідним цій ролі чи ні.

Проблеми, які стоять сьогодні перед підприємствами, організаціями нашої держави безпосередньо пов'язані з питаннями лідерства та керівництва. Проблеми, пов'язані з ефективним управлінням та раціональним використанням влади також вимагають глибокого вивчення феноменів лідерства та керівництва.

Керівник у своєму впливі на роботу підлеглих і в побудові стосунків із ними, перш за все, використовує і покладається на посадову основу влади та джерела, що її живлять. Лідерство ґрунтується більше на процесі соціальної взаємодії у групі людей, що є набагато складнішим – віднайти ті важелі, за допомогою яких можна впливати на поведінку інших людей, не маючи для цього формальних підстав, тому стати лідером групи вдається далеко не кожному.

Сучасному керівнику необхідно володіти новими методами організації й управління, основними з яких є управління мережею послуг, орієнтованих на охорону здоров'я населення; активне управління якістю і постійне вдосконалення роботи; управління медичним обслуговуванням з виходом за межі організацій; управління фінансами з орієнтацією на ефективність організації [3]. Досвідчений керівник особисто проводить співбесіди, на яких

визначає професійні навички майбутнього підлеглого, його комунікативні здібності, та плани самовдосконалюватися, розвиватися, визначає його здібності вирішувати складні ситуації, знаходити вихід зі складних ситуацій.

Список використаних джерел

1. Елісон Грі. Спитає у керівника. Vivat, 2019. 228 с.
2. Кушнірюк В. К. Лідерство і керівництво як основні категорії менеджменту: тотожність чи відмінність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68323.doc.htm.
3. Сучасний стан та перспективи розвитку медичної освіти в Україні. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2856:suchasnij-stan-ta-perspektivi-rozvitku-medichnoji-osviti-v-ukrajini-2&catid=71&Itemid=382

УДК 330.354

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Шевнюк О.М. студент
Костюк О.Д. к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Система управління персоналом в закладах охорони здоров'я є комплексною, тому при її виборі необхідно враховувати внутрішні проблеми організації, обґрунтувати вибір рішень відповідно до ситуації. Процес планування і обрана керівником структура управління, яка відповідає поставленим цілям, завданням, програмам, при взаємодії із оточуючим середовищем, задає той вектор управління колективом, при якому задовольняються запити і персоналу, і організації, що сприяє зростанню ефективності діяльності [1].

Охорона здоров'я - найважливіша соціальна сфера суспільства. Результати медичної діяльності приносять величезний економічний ефект. З'ясування характеру і закономірностей взаємозв'язку між охороною здоров'я та здоров'ям людей - одна з основних проблем медицини.

Людський капітал є складовою частиною національного багатства кожної країни. Національне багатство, поряд з вартістю фізичного, фінансового та природного капіталу, включає і вартість людського капіталу. Сучасна економіка є найбільш наукоємною, тому людський капітал, заснований на знаннях і навичках, займає провідне місце в національному багатстві. Як результат цього, взаємини між державами і економічна сила вимірюються не масштабом території, а часткою людського капіталу в національному багатстві [3].

Найважливішим завданням медицини на всіх етапах її розвитку є орієнтація на спільні цілі, морально-етичні норми, що сприяють досягненню ефективних результатів, збереження життя і здоров'я суспільства держави.

Щодня в медицині зростає потік інформації, необхідної для діяльності персоналу, інноваційні технології, безпосередньо робота з пацієнтом, завдяки даним аспектам комунікації в системі управління персоналом закладів охорони здоров'я взаємодіють, маневрують, забезпечують і реалізують свою діяльність як суб'єкти так і об'єкти управління.

Реорганізація медичних установ в підприємства, що орієнтуються на соціально - ринковий механізм, з наступним переходом до ринкових відносин дозволяє установам формувати свій бюджет, для вирішення завдань, як всередині, так і поза організацією.

З метою удосконалення системи управління кадрами необхідно проводити аналіз передового досвіду колег з інших країн.

Серед принципів зарубіжного управління персоналом, особливої уваги заслуговують: стратегічний підхід в діяльності; ставлення до персоналу як до основного фактору конкурентоспроможності та ефективності; демократизація та партнерство в соціальних відносинах; інвестиції в навчання і розвиток людського капіталу організації; постійне підвищення професіоналізму управлінців; зростання рівня комфортності роботи медиків.

З метою забезпечення ефективності системи управління людським капіталом, медичній установі необхідно врахувати специфіку діяльності, розробити індивідуальну філософію управління кадрами, враховуючи

досягнення передового вітчизняного та зарубіжного досвіду. Необхідно забезпечити навчання і професійний розвиток та домогтися стабільності розвитку персоналу закладів охорони здоров'я.

Зростання ефективності управління медичним закладом безпосередньо залежить від раціонального використання найважливішого потенціалу - персоналу. Розвиваючи систему управління персоналом необхідно враховувати специфіку діяльності медичної установи, обумовлену соціально значущою орієнтацією. Модернізація в системі охорони здоров'я першочергово відбивається на діяльності співробітників, і тільки постійне вдосконалення методів роботи з персоналом і ефективне керівництво забезпечує раціональну систему управління персоналом в медичній установі [2].

Конкурентоспроможність медичного персоналу має досягатись через постійне підвищення професіоналізму в поєднанні з соціальною мобільністю та безперервним підвищенням рівня якості медичних послуг.

В наш час чітка і зрозуміла система мотивації персоналу визначає результат діяльності організації. Керівництво повинно бути в курсі потреб співробітників, своєчасно корегуючи, постійно підвищуючи рівень системи мотивації, тим самим покращуючи якість медичних послуг.

Список використаних джерел

1. Красота О.В. Роль людського капіталу у підвищенні конкурентоспроможності національної економіки. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/tpe/2009_20/Zb20_18.pdf.
2. Прошак Г.В. Інституційна база розвитку людського капіталу України. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.16. С. 269-277. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntu_2013_23
3. Позднякова С. Формування механізму управління людським капіталом. С. Позднякова, Следь О. Економічний аналіз. 2010. Вип. 7. С. 326-326.

УДК 339.9.012.435

**ПРОБЛЕМИ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Конигіна О.І., магістрант
Голомша Н.С., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Митно-тарифне регулювання є найважливішим механізмом державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, головним завданням якого є захист вітчизняної економіки від зовнішньо-негативних впливів. Але з посиленням інтеграційних процесів у світовій економіці встановлюються щоразу новіші вимоги до розвитку та функціонування національних економічних систем, зокрема у сфері митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Проблеми митного тарифного регулювання привертають до себе все більше уваги фахівців та урядовців. Міжнародний досвід свідчить, що митні органи здатні забезпечувати 10-30% надходжень до державного бюджету. Відтак, ці кошти мають величезну вагу, оскільки можуть потім спрямовуватися на фінансові, соціальні та інші видаткові програми.[1].

Дійсно, основною проблемою митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є максимізація надходжень до Державного бюджету, не порушуючи при цьому умови співпраці зі Світовою організацією торгівлі (СОТ) та виконуючи при цьому норми, що затверджені Європейським союзом.

Державна митна служба України відіграє ключову роль в забезпеченні бюджетних надходжень, де основним джерелом виступають митні платежі (мито, ПДВ, акцизний податок), які справляються під час переміщення товарів та інших предметів через митну територію країни, інші митні платежі, котрі стягуються за митне оформлення товарів та автотранспортних засобів. Так, за

останні роки (за винятком кризового 2020 року) зростання митних надходжень складало в середньому 3,8 %. (Рис 1).

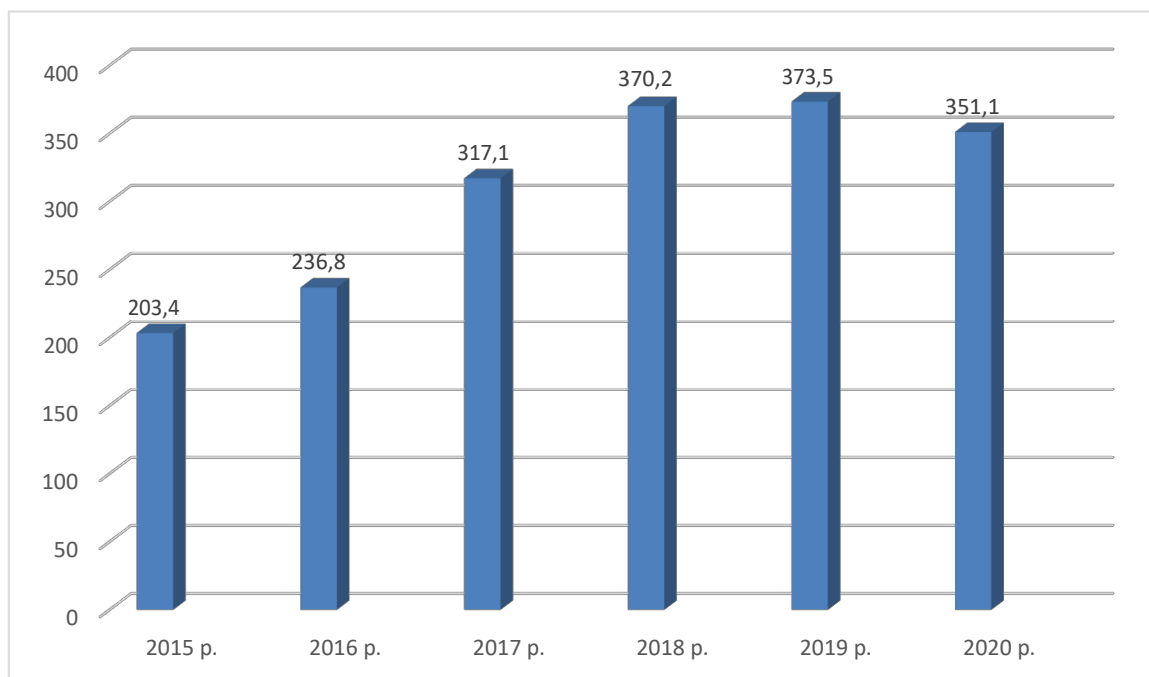


Рис. 1. Митні надходження до Державного бюджету України, млрд. грн.
Джерело: складено авторами на основі [4].

Важливою проблемою, яку потрібно розв'язати у митно-тарифному регулюванні якнайшвидше, – це впровадження міжнародних норм і правил, які дадуть змогу перейти до впровадження єдиних стандартів в сфері митної справи та знайти шляхи розв'язання питань, що пов'язані з приєднанням до міжнародних конвенцій із гармонізації та спрощення митних процедур, а також питання процедури спільного транзиту та здійснення поетапного наближення митного законодавства і митних процедур, які застосовуються в Україні, до країн Євросоюзу.

Не менш важливими є інші проблеми, які впливають на стан тарифного регулювання в Україні, зокрема:

- наявність значної кількості пільг зі сплати ввізного мита для окремих галузей та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- встановлення специфічних та комбінованих ставок ввізного мита без урахування специфіки поставок товару;

- відставання митного контролю від сучасних потреб пропускнуої здатності та світових стандартів контролю товарів;
- значна деталізація та надмірна диференціація у розмірах ставок ввізного мита на однорідні товари;
- корупційні діяння в митних органах, які призводять до зменшення надходжень до державного бюджету, періодичні перебудови та реформування системи податкового, у тому числі митного регулювання;
- ігнорування галузевими міністерствами та відомствами основних принципів і підходів щодо підготовки законодавчих актів з питань тарифного регулювання [2].

Для вирішення вищевказаних проблем та зменшення розбіжностей між митними процедурами в Україні та розвинутих країнах світу слід запровадити наступне:

- об'єднати наявні системи контролю за експортом, імпортом і транзитом у єдину систему;
- ввести систему єдиного обліку торгівців із реєстрацією тільки в одній країні;
- надати суб'єктам ЗЕД можливість використання місць єдиного електронного доступу для оформлення зовнішньоекономічних операцій;
- проводити всі фактичні перевірки товару в один час і в одному місці;
- забезпечити обмін електронною інформацією між усіма органами й суб'єктами, що беруть участь у зовнішньоекономічних операціях;
- відбір товарів для митного догляду на прикордонних і внутрішніх пунктах митного оформлення проводити на основі автоматизованого аналізу ризиків;
- збирання, повернення, звільнення від платежів здійснювати уповноваженим суб'єктом у тому місці, де товар зареєстрований і де перебувають на нього документи;

– створити єдине середовище для митниці й торгівлі для подання митної декларації в електронному вигляді зі свого місця розташування незалежно від країни відправлення або ввезення товарів;

– проводити електронний обмін інформацією між митними пунктами пропуску на території усього ЄС, де вона необхідна для митних процедур [3].

Система митного регулювання в Україні має забезпечити сприятливі умови для адаптації національної економіки до більш гострої міжнародної конкуренції внаслідок приєднання до системи глобального регулювання і вільного переміщення ресурсів та поступове включення її економіки до глобальних та європейських економічних процесів.

Список використаних джерел

1. Голинський Ю.О., Павелчак А.В. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності та його удосконалення. Молодий вчений. 2018. №10 (62). С. 749 – 751.

2. Гуцул І. Митна політика та її вплив на зовнішньоекономічну діяльність. Світ фінансів. 2016. №2. С. 67–74.

3. Мартинюк О. Фактори та умови реалізації ефективної митної політики. Збірник наукових праць. Вип. 35. Київ: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України. 2012. С. 26-32.

4. Офіційні дані Державної казначейської служби України. URL: <http://www.treasury.gov.ua/ua>

УДК 378.016

ЗДОБУТТЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ УПРАВЛІНСЬКОГО НАПРЯМУ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЧЕРЕЗ ЗАСТОСУВАННЯ КЕЙСОВОГО ПІДХОДУ: СКЛАДНОЩІ ОЦІНЮВАННЯ

*Ралко О.С. кандидат економічних доцент
кафедри адміністративного менеджменту
та зовнішньоекономічної діяльності
Національний університету біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Для підготовки кваліфікованого спеціаліста в області менеджменту стає необхідним для навчальних закладів в умовах конкурентного середовища перейти від традиційної моделі викладання, яка передбачає наголос на вивчення

теоретичного апарату управлінської науки до сучасної, яка дозволяла б використовувати отриманий теоретичний апарат в реальних ситуаціях, що в результаті дозволить підвищити конкурентоспроможність випускника цього напрямку при прийомі на роботу. Крім цього, для придбання в навчальному закладі навичок необхідних в роботі молодого фахівця, протягом навчання необхідно всіляко розвивати здібності до роботи в команді, формулювання і вираження своєї точки зору, обґрунтування своїх позицій, проведення дискусії тощо. Для застосування отриманих теоретичних знань найбільш ефективним методом є кейс-стаді, який передбачає моделювання бізнес-ситуації та розв'язок її студентами. Для використання кейс-методу та надбання вищезазначених навичок спілкування та роботи в команді ефективним способом є поділ викладачем студентів на міні групи по 3-4 людини в кожній.

Застосовуючи на практиці кейс-метод в роботі зі студентами в міні-групах часто виникають складнощі оцінки учасників однієї міні-групи. Так, спілкування в групі, аналіз проблеми, формулювання рішення кейса знаходяться під впливом «лідерів групи», - студента з високим ступенем мотивації і активною життєвою позицією, який бере на себе вирішення задач, які призначалися групі, в той час як інші члени групи, незалежно від своїх здібностей і знань, виконували лише технічні функції, приймаючи точку зору «лідера». Наявність такого «лідера» нівелює застосування самого методу як способу навчання, ускладнює і не дає можливості об'єктивно оцінити членів групи. Для попередження подібної «проблеми» при використанні кейсів викладачу потрібно самостійно обирати «доповідача» від команди, який буде найслабшим з її складу, щоб лідер та більш сильні студенти були зацікавлені в обміні інформацією, думками та обговоренні пропозицій.

На перший погляд, ефективним для оцінювання студентів в підгрупі при розв'язуванні кейсів є оцінка їх результатів один одним. Але, на практиці, виставлення негативної оцінки роботи колезі в підгрупі призводить до осудження того, хто поставив таку оцінку, незалежно від її об'єктивності. Для уникнення подібної проблеми необхідно призначати «оцінювача» ззовні або

визначити чітку систему критеріїв оцінки і запропонувати не просто оцінити результати колеги, а і обґрунтувати оцінку за кожним з критеріїв.

Також, можна застосувати для оцінки студентів в підгрупі при вирішенні кейсів - систему самооцінювання, згідно з якою кожен студент оцінює сам себе. Але, і цей спосіб не дає, як правило, належного ефекту, оскільки, для студентів з високим рівнем підготовки і знань характерно заниження власної оцінки, а для студентів з низьким - завищення, що робить метод неефективним для застосування в українських навчальних закладах.

Те, як підібрана або застосуванням система оцінювання студентів впливає на ступінь набуття ними нових знань і умінь, а також ефективність застосувань кейс методу для навчання, який передбачає командне виконання завдань. Для запобігання цих проблем, викладачу з самого початку необхідно ефективно управляти групою, а для цього необхідний знати психотип кожного учня, що дозволить підібрати оптимальне рішення і подолати означені проблеми.

Список використаних джерел

1. Ралко О.С. Проблеми оцінювання при роботі з міні-групами «Нові ідеї в харчовій науці – нові продукти харчовій промисловості» Матеріали Міжнародної наукової конференції, присвяченої 130-річчю Національного університету харчових технологій, Київ, 13-17 жовтня 2014, - К.: НУХТ, 2014, с. 750.

2. Tetiana L. Mostenska, Oleksandra Ralko (scientific editors). Implementation of Case Study Teaching in Economics and Management Education. Monograph. – Kyiv: National University of Food Technologies, - Kondor, - 2015. – 300 p., - 119-130

УДК 339.1:638.16

УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ МЕДУ НАТУРАЛЬНОГО

Джус О. С., студентка

Ралко О. С., кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,

*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Серед багатьох галузей сільського господарства найбільшою мірою на світову економіку впливають галузі, орієнтовані на експорт. Важливе місце серед них посідає галузь бджільництва .

З кожним роком медовий ринок розвивається, спостерігається зростання, як виробництва, так і продажів та переробки даної продукції.

До числа топ-п'яти країн – найбільших виробників меду у світі за період 2010–2020 рр. належать Китай, Туреччина, США, Україна й Аргентина.

Світовими лідерами експорту за останні роки є Китай, Аргентина, В'єтнам, Мексика, Україна. Топ-імпортери за цей же період – США, Німеччина, Великобританія, Японія, Франція. Така взаємозалежність говорить про різні темпи виробництва меду в різних країнах, що обумовлюється їхнім географічним положенням, ресурсною забезпеченістю та чинниками, що склалися традиційно.

Аналізуючи обсяг експорту вітчизняного меду можна зазначити, що в Україні є позитивна стабільна тенденція до його збільшення. Існують як переваги українського продукту, котрі збільшують його конкурентоспроможність на світовому ринку, так і недоліки, які гальмують розвиток виробництва та експорту.

Ціни на мед у світі переважно коливаються, на що впливає пора року, зростання конкурентоспроможності, вихід нових гравців на ринок, купівельна спроможність населення різних країн, ціни на нафту, політична ситуація в світі, а також впливовим фактором у 2020 стала пандемія COVID-19.

Через різницю в цінах на мед у різних країнах, виникають певні проблеми у стосунках та взаємодії учасників ринку.

21 квітня 2021 року Американською асоціацією виробників меду було подано антидемпінгову петицію до Міністерства торгівлі США та Комісії з міжнародної торгівлі США, зі ствердженням, що сирий мед з багатьох країн, включаючи Україну, продається у Сполучені Штати за ціною менше справедливої. Петиція заявляє про антидемпінгову націнку від 10,56 до 94,84%.

Антидемпінгове розслідування було офіційно ініційовано стосовно імпорту меду з таких країн, як Україна, Аргентина, В'єтнам, Бразилія та Індія.

Внаслідок цього процесу буде з'ясовано об'єми збитків, яких зазнали американські заготівельники, а також, ймовірно, накладено високі ставки мита на імпорту меду в США. На даний час можна припустити, що навряд чи ці дії негативно вплинуть на експорт меду з України, проте необхідно спостерігати за подіями, які розгортатимуться у найближчі пів року та аналізувати актуальний ринок.

Загальний прогноз зовнішньоекономічної діяльності України на ринку меду в 2021 році є досить позитивним, адже сприятлива погода обумовила безпечну зимівлю пасік та шанси на високий урожай медоносів.

Отже, наразі ми спостерігаємо позитивну динаміку експорту меду з України, а також важливий вплив галузі бджільництва на покращення економіки країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Кукса В. (2006) Смугастих ринок. Якщо в Україні не залишиться сала, їстимемо мед. – Дзеркало тижня – № 1
2. Михасюк І. Р., Швайка Л.А. (2006) Державне регулювання економіки [Текст] : підручник. – Львів: Магнолія плюс; СПД ФО В.М.Піча,– 220 с.
3. Б.І. Іличок, О.В. Клос (2011) Стан та динаміка розвитку конкуренції на ринку меду України. Національний університет «Львівська політехніка», Львів.
4. Світовий досвід у галузі бджільництво та перспективи розвитку в Україні. Бджільництво – як основа продовольчої безпеки і збереження довкілля: зб. наук. п., матеріали наук.-практ. конф., Кам'янецьПодільський, 2018
5. Статистичні дані Державна служба статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Ралко О.С., П'янкова О.В. (2017) Використання виробниками аграрної та харчової продукції України євроінтеграції як інструменту для виходу на нові ринки. Журнал Ефективна економіка. - #1 / 2017 – Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. Режим доступу: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5398>

УДК 330.322

ОЦІНКА ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ

Богдашевська Д.П. студентка
Ралко О.С. к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна

З кожним роком, в умовах глобальної конкуренції та технічного прогресу все більше факторів впливають на економіку країн світу. Для прогнозування та уникнення негативних наслідків економічної діяльності потрібно звертати увагу як на позитивні, так і на негативні явища, пов'язані з інвестиційними процесами, а саме із залученням та використанням іноземних інвестицій.

Прямі іноземні інвестиції є важливим фактором сприяння економічного розвитку країни. Оскільки Україна зараз переживає економічну нестабільність (через низку причин, особливо значимими є корупція та військові дії на Сході України), то, відповідно, країна не має належного інвестиційного клімату для залучення іноземних інвестицій в бажаній кількості (рис.1). Проаналізувавши динаміку прямих іноземних інвестицій можна прийти до висновку, що спад спостерігається з 2014 року і, навіть, якщо не приймати до уваги кризовий 2020 рік, показники якого швидше демонструють реакцію міжнародної економіки на пандемію у зв'язку з розповсюдженням Covid, тенденція для української економіки негативна.

Тому пропонуємо наступні способи покращення інвестиційного клімату України:

- 1) створення стійкої податкової системи;
- 2) розвиток корпоративного менеджменту, орієнтуватись на поступове наближення нормативно-правової бази з питань корпоративного менеджменту до законодавства країн ЄС;
- 3) забезпечення довгострокового банківського кредитування;
- 4) розвиток фондового ринку, забезпечення прозорості діяльності інститутів спільного інвестування;
- 5) створення спеціального режиму інвестування на територіях з непривабливими соціально- економічними умовами; залучення інвестицій у перспективні галузі виробництва;
- 6) запровадження механізму страхування ризиків іноземного інвестування;

7) гарантування стабільності інвестиційного законодавства й оподаткування;

8) розвиток інфраструктури по всій території України;

9) боротьба з інфляцією;

10) надання додаткових пільг іноземному інвестору через прийняття окремих національних правових актів для заохочення його діяльності в Україні.

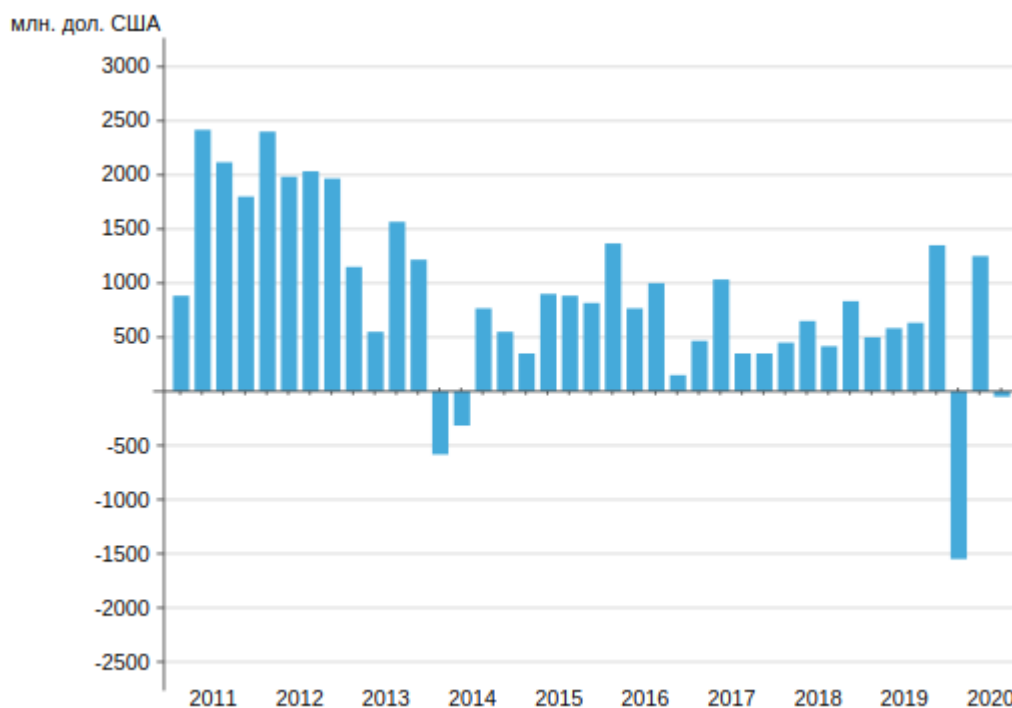


Рис. 1. Щоквартальний графік надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України за останні 10 років

Таким чином, поживлення економічної, в тому числі інвестиційної та інноваційної діяльності і поліпшення на цій основі соціальних умов можливе тільки шляхом рішучих, комплексних і послідовних ринкових реформ, які (як показує досвід інших країн, що реально здійснюють такі реформи) вивільнять підприємницьку ініціативу, створять конкурентне середовище й нададуть економіці стимули ефективного розвитку.

Список використаних джерел

1. Мельниченко, О. А. Інвестиційний клімат: сутність та напрямки його покращення в Україні / О. А. Мельниченко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2018. – 14(185). – Ч. 1. – С. 292-295.
2. Загірняк, Д. М. Проблеми іноземного інвестування в економіку України [Електронний ресурс] / Д. М. Загірняк, Е. К. Рубанова. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_7_2/Zagirnjak.pdf
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://minfin.gov.ua>.
5. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 № 93/96-ВР. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-в>
6. Тесля С. М. Прямі іноземні інвестиції як економічна категорія, їх суть та класифікація / С. М. Тесля // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 131–139.
7. Козик В. В. Чинники інвестиційного процесу / В. В. Козик, А. І. Бажанова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2002. — № 5. — С. 219—223.
8. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm
9. Герзанич В.М. Основні недоліки та проблеми залучення іноземних інвестицій в Україні // Ефективна економіка. – 2019. – Вип. №4. – С. 43–48.
10. Ралко О.С. Технологічні уклади: теоретичні та практичні аспекти / О.С. Ралко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету Серія: Економіка і менеджмент. – Одеса. – 2017 - №25. – С.40-42.

UDC 658.012.34:658.6

PECULIARITIES OF CORN GRAIN MARKET FORMATION

Tehoua Kadio Jean Amos, student
Mishchenko I.A., Ph.D., Associate Professor
department of administrative management and
foreign economic activity,
*National University of Life and Environmental Sciences
nature management of Ukraine, m. Kyiv, Ukraine*

Corn holds leading positions in modern agriculture, which is explained by its extensive use and high yields. It is a higher energy feed than wheat, barley and oats. Corn kernel is well suited for feeding all kinds of animals and poultry. In addition, with rising energy prices, there is increased interest in using corn kernels as the cheapest raw material for bio-ethanol production. Therefore, it is not surprising that in 2019 the world producers allocated 192 mln ha of sown area for this crop, 3 mln more than in 2018.

According to the US Department of Agriculture (USDA), the leaders in corn production are the US, China and Brazil, which account for 48% of the world's corn

area. The US takes this position due to its high yield of 10.5 t/ha last year. In total, American farmers harvested 347 mln t of grain on an area of 33.1 mln ha, accounting for about 33% of global production.

China ranks second owing to its significant areas. In 2019, Chinese agrarians harvested 254 mln t of grain on an area of 41 mln ha. In Brazil, 18.1 mln ha were allocated for corn and 101 mln t of grain were harvested.

The development of modern states largely depends on participation in the international division of labor, the purpose of which is the sale of national goods to new markets. Foreign trade, which is focused on the export of goods, aims to generate additional profits by selling their goods in foreign markets.

The concept of "market" is one of the most widely used and widespread in economic theory. This is explained by the fact that the formation of the market environment in Ukraine in one way or another affects everyone in society. The emergence of the market is due to certain factors: the evolution of property, the separation of producers, the deepening of the social division of labor, the development of commodity production and its laws, the need to improve society as a whole.

Ukraine comes on 6th place in this ranking. Although it is hard to believe today, in the early 2000s the volume of corn production in the country was only 3.8 mln t. And already in 2019, 35.5 mln t of the crop were harvested.

According to the January IGC report, global corn production is expected to reach 1.111 bln t in 2019/20.

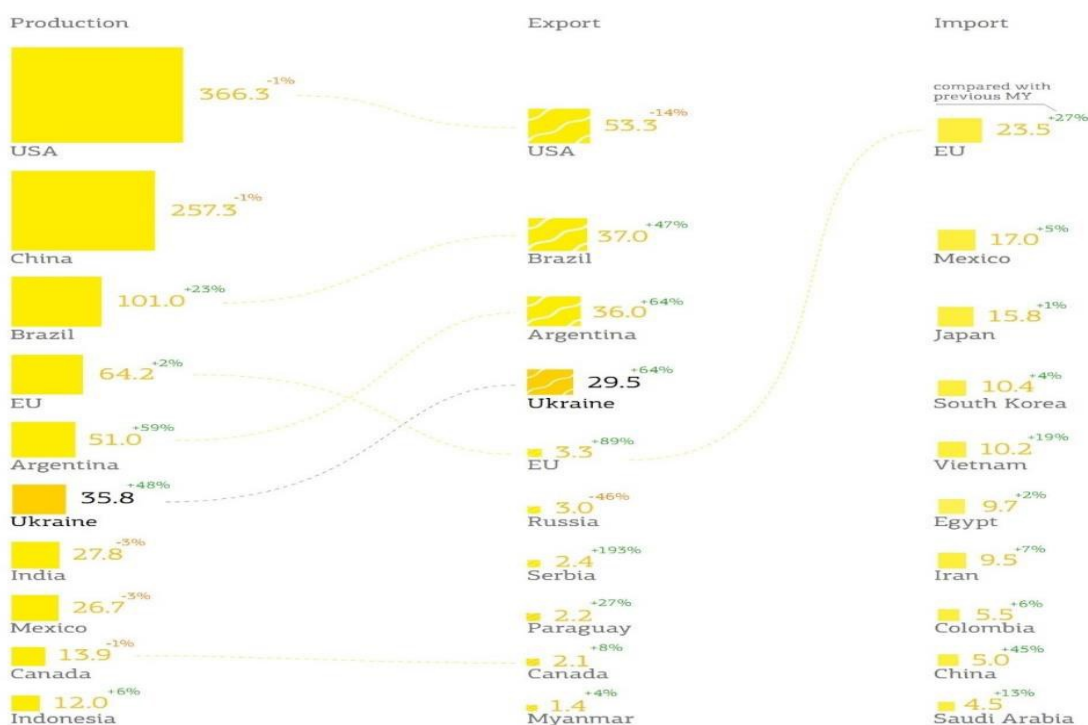


Fig. 1 World main corn producers, exporters, importers

The main conditions for the functioning of the commodity market are the following four conditions:

1. Material interest of the manufacturer in serving demand. It is based on the ownership of the means of production and the product created. Ownership determines

the freedom of the producer to maneuver resources, provides an opportunity to make decisions with benefits for themselves and for society as a whole, to be responsible for their decisions, in particular materially.

2. Availability of reserves of production capacity and labor. If production capacity is used at 100% with full employment of the entire working population, then production can not respond quickly to changes in demand, the manufacturer has no maneuver to readjust production to produce new products.

3. The presence of market economy infrastructure, ie the presence of an interconnected system of organizations that serve the flows of goods, services, money, securities, labor.

4. The presence of a stable cash flow. Unstable money circulation in the country forms a special psychology of market participants. High inflation will cause the consumer to have high inflation expectations. Under these conditions, in order to get rid of "hot money" and get rid of losses, the consumer shows a rush of demand for goods and services, which gives the manufacturer a false reference point to expand production and supply of goods. [1, p.123].

The corn grain market is a complex system with a large number of participants, which requires a clear performance of each of their functions in a dynamic relationship. Such a market has its own mechanism of formation, its functions and structure and is a set of exchange relations, through which the processes of production, processing, consumption and sale of corn grain and products of its processing [2, p.572].

At the heart of the functioning and formation of external and domestic markets for corn grain is the supply and demand for food, technical, fodder and seed grain, which create the appropriate conditions and affect the price range. This process requires constant regulation of competitive production of corn grain, the need for which is determined by market demand. The processes of formation of the corn grain market show that they should be adapted to the specifics of a particular market [3].

The corn market is generally developing under the influence of external factors, such as climate change on the planet, the steady rise in oil and gas prices, increasing global aggregate demand for food and the share of corn used to produce alternative energy sources [4, p.43]. The corn market is also driven by easy availability and low production cost of the product. Favorable government policies, as well as growing flows of foreign direct investment for both medicines and personal care products, are contributing to the growth of the corn market [5].

Thus, today we are faced with an acute question about the rational application of a set of measures to regulate the grain market. We have a significant potential for the production and export of corn, so we must apply a prudent foreign economic, tax and pricing policies.

References

1. Vlasov D.V. Genesis of the concept of "market". Economics of agro-industrial complex. - 2018. № 4. S. 121–124.
2. Dzyubetsky B.V. Selection of corn / BV Dzyubetsky, V. Yu. Cherchel, SP Antonyuk, // Genetics and selection in Ukraine at the turn of the millennium. –K .: Logos, 2017.- T 4.- P.571-589.
3. Information-analytical article "Grain crops in crop production of Ukraine" [Electronic

resource] - Mode of access to the resource: <https://subject.com.ua/agriculture/crop>.

4. Mishchenko I.A. System of ecological management of rural territories / IA Mishchenko // Investments: practice and experience. - № 12, 2016 p. 35 - 37. Access mode: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5052&i=5>

УДК 39.5.018

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ВИДИ

Прасол В.О., магістрант
Голомша Н.Є., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Одним із пріоритетних напрямів вдосконалення зовнішньої торгівлі України є її диверсифікація. Сьогодні не існує майже жодної країни світу, яка спромоглася досягти високого рівня економічного розвитку, не диверсифікувавши експортні й імпорتنі поставки товарів та послуг. Кожна країна прагне оптимізувати власні товарну та географічну структури торгівлі товарами та послугами, що вимагає правильного вибору методів, шляхів та напрямів здійснення диверсифікаційного процесу в зовнішній торгівлі.

Термін «диверсифікація» походить від латинських слів «diversus» - різний, та «facere» - робити. Аналіз економічного трактування терміну «диверсифікація» в зовнішньоторговельній сфері зарубіжними вченими довів різноманітність тлумачення даного поняття (табл.1).

Таблица 1

Тлумачення поняття «диверсифікація зовнішньої торгівлі»

Автори	Диверсифікація зовнішньої торгівлі – це:
Р. Алі, Дж. Алван [3, с.7]	зміна в структурі кошику експортної продукції або країн призначення експортних поставок.
Ж. Бертелемі, С. Шовен [4, с.10]	розширення виробництва й експорту за галузями економіки.
М. Агозін, Р.Алварез [2, с.2]	зміна структури зовнішніх товаропотоків країни, що може бути досягнута або шляхом зміни наявного експортного/імпортного кошику товарів та послуг, або через модернізацію продукції в існуючих зовнішньоторговельних потоках

А. Денніс, Б.Шеферд [5,с.5]	розширення асортименту продукції, яку суб'єкти ЗЕД постачають на зовнішні ринки
--------------------------------	---

Отже, узагальнивши вищенаведені тлумачення поняття «диверсифікація зовнішньої торгівлі», можна визначити її як розширення номенклатури товарів і послуг та географічних векторів експортно-імпоротної діяльності на загальнонаціональному рівні.

У процесах диверсифікації зовнішньої торгівлі доцільно розрізняти певні різновиди, які розрізняють за двома критеріями: напрямом руху товарних потоків та структурою зовнішньоторговельних зв'язків. (Рис. 1)

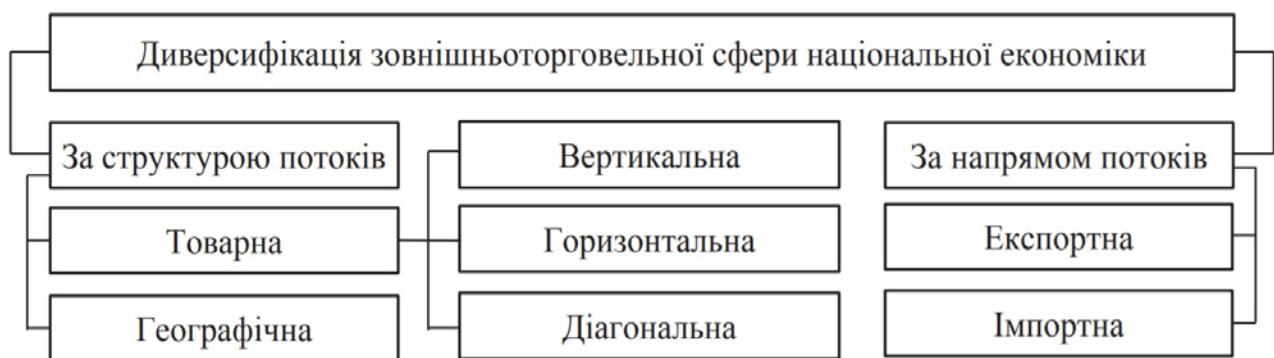


Рис.1. Різновиди диверсифікації зовнішньої торгівлі [1. С.18]

Різновиди зовнішньоторговельної диверсифікації за напрямом руху товарних потоків (експортна та імпортна диверсифікації) передбачають здійснення заходів щодо покращення ситуації в експортній та імпортній діяльності для того, щоб уникнути різних типів ризиків, що пов'язані з товаропотоками. Диверсифікація зовнішньої торгівлі потрібна насамперед для країн, які експортують та (або) імпортують один чи кілька товарів, що мають значну частку в структурі експорту (імпорту) країни.

За структурою зовнішньоторговельних зв'язків диверсифікацію поділяють на товарну й географічну. Товарна диверсифікація передбачає заходи спрямовані на удосконалення товарної структури зовнішньої торгівлі. Найбільш необхідною вона є для тих країн, у яких у товарних структурах експорту та (або) імпорту певні товари значно переважають над іншими, особливо, якщо ці товари є сировинними. Водночас товарна диверсифікація може набувати таких форм:

– горизонтальна, яка відбувається в межах одного сектору економіки країни (аграрного, промислового) та полягає в реструктуризації експорту через додавання нових товарів до наявної номенклатури зовнішніх поставок у межах однієї товарної групи;

– вертикальна, яка передбачає перехід від сировинного до промислового сектору економіки і сприяє розвитку економічної активності у сфері обробки та перероблення сировинної продукції, маркетингу та інших супровідних послуг;

– діагональна, яка полягає в розширенні імпортного кошика комплектуючих і обладнання для оптимізації виробничих процесів підприємств переробної промисловості.

Географічна диверсифікація передбачає зміни в географічній структурі експорту (імпорту) та спрямована на збалансування торгівлі з різними країнами світу й уникнення ризиків від масштабної торгівлі з однією або кількома країнами-партнерами.

Політика диверсифікації зовнішньої торгівлі стала сьогодні важливим чинником забезпечення випереджаючого розвитку для країн, що сформували міжнародну спеціалізацію у виробництві й експорті сировини й товарів із первинним рівнем обробки, таких як Україна. Вертикальні диверсифікаційні зрушення в зовнішньоторговельній сфері цих країн виконують завдання мінімізації ризиків від істотних цінових коливань, притаманних світовим ринкам сировини, а також формують передумови для активізації їхнього економічного розвитку на основі поставок продукції з висхідними ціновими тенденціями та високою доданою вартістю.

Список використаних джерел

1. Іванов Є.І. Теоретичні основи диверсифікації зовнішньої торгівлі. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2018. №4 (47). С. 17 – 20.
2. Agosin M.R., Alvarez R., Bravo-Ortega C. Determinants of Export Diversification Around the World: 1962-2000. The World Economy. Oxford: Blackwell Publishing Ltd., 2011. 20 p.
3. Ali R., Alwang J., Siegel P.B. Is export Diversification the best way to achieve export growth and Stability? A look at three African Countries. World Bank Working Papers. 1991. № 729. 44 p.

4. Berthelemy J.C., Chauvin S. Structural Changes in Asia and Growth prospects after the crisis. CEPII Working papers. 2000. № 00-09. 38 p.
5. Dennis A., Shepherd B. Trade Costs, Barriers to Entry, and Export Diversification in Developing Countries: Policy Research Working Paper № 4368. Washington: World Bank, 2007. 40 p.

УКД 631.164.23

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ АГРОПРОДОВОЛЬСТВОМ З КРАЇНАМИ ЄС В УМОВАХ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ

Пермякова І.С. студентка
Голомша Н.Є. кандидат економічних наук, доцент кафедри
дміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Постійний моніторинг сучасного стану розвитку зовнішньоторговельних відносин України і ЄС в умовах ЗВТ – важливе завдання з огляду на закріплення позитивних результатів та пошук шляхів вирішення актуальних проблем у цій сфері. Така інформація є надзвичайно важливою для формулювання ефективної державної політики, спрямованої на забезпечення максимально повного використання можливостей, що надаються Угодою, та нівелювання викликів і ризиків, які також, безперечно, пов'язані з її імплементацією. Майбутній розвиток та зміцнення подальших позицій зовнішньоторговельної співпраці мають позначитись на економічному, соціальному й політичному становищі України.

Угода про асоціацію між Україною та ЄС – це найбільш масштабний пакет домовленостей в історії незалежної України. Економічна частина Угоди охоплює основні сфери й галузі економіки і за умови успішної реалізації суттєво наближає економічну систему України до економічної системи Євросоюзу на основі взаємної лібералізації руху товарів, капіталів та послуг, а також гармонізації значної частини законодавчої бази України з нормами і практикою ЄС [3].

Застосування торговельної частини Угоди про асоціацію між Україною та Євросоюзом розпочалося із січня 2016 р. Розділ «Торгівля та питання пов'язані з торгівлею» мав розпочати дію ще наприкінці 2014 р., але через протидію Росії його запуск було відкладено для проведення тристоронніх консультацій [2].

У 2020 р. взаємна торгівля сільськогосподарською продукцією між Україною і Європейським Союзом становила \$10,2 млрд. Цей показник, хоч і не перевищив рекорду 2019 р. у 10,6 млрд дол. США, став другим результатом за часів дії Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Головними європейськими партнерами для України залишились Нідерланди, Польща, Іспанія, Німеччина, Італія, Франція, а також Велика Британія і Бельгія, які протягом останніх років міцно закріпились у цьому списку. Ці країни створюють понад 80 % сумарного вітчизняного торговельного обороту агропродовольством з Європейським Союзом.

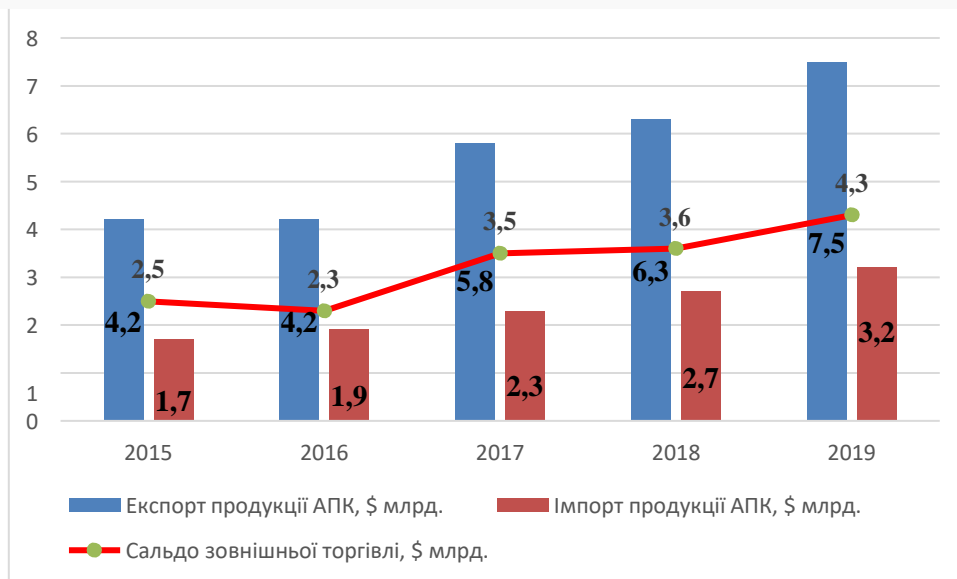


Рис. 1. Динаміка зовнішньої торгівлі аграрною продукцією Україна-ЄС, \$ млрд.

Джерело: складено автором за даними [1]

Також позитивними тенденціями у вітчизняному експорті аграрної продукції до ЄС стало постійне нарощування його вартісних обсягів. З моменту підписання Угоди про асоціацію у 2014 р. експорт аграрної продукції у ЄС збільшився більш ніж на третину. Хоча паралельно простежується і зростання імпорту аграрної продукції в Україну, додатне сальдо для України протягом 2015

–2019 рр. увесь час збільшувалося, сягнувши \$4,3 млрд за підсумками 2019 року (рис. 1).

Якщо говорити про перспективи розвитку агробізнесу України у рамках виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, а також у цілому формування вітчизняної аграрної політики, включаючи її торгову складову, на фоні поступового уповільнення світової економіки відбувається велика кількість економічних подій, які прямо чи опосередковано впливають на аграрні ринки. [4].

На даний час завдяки Угоді про вільну торгівлю Європейський Союз є провідним торговельним партнером України. Незважаючи на позитивні зрушення, зберігається дефіцит торгівлі товарами України з країнами Європи через високу частку в імпорті товарів з високою доданою вартістю. Опанування ж нових ринків вітчизняними експортерами стримується тривалим та капіталомістким процесом приведення української продукції до європейських стандартів. Одним з перспективних шляхів вирішення може бути посилення орієнтації на експорт не тільки сировини, а й продукції з високою доданою вартістю, виробленої харчовою і переробною промисловістю.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. ЄС – Україна: поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі [Електронний ресурс] / Представництво Європ. Союзу в Україні. – Режим доступу : http://eeas.europa.eu/archives/delegations/ukraine/documents/virtual_library/dcfta_guidebook_web.pdf.
3. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у 2018 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://eu-ua.org/sites/default/files/inline/files/association-agreement-implementation-report-2018.pdf>.
4. Співробітництво між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс] /. М-во екон. розвитку і торгівлі. – Режим доступу : <http://me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=10ca8da3-169d-419b-a6f2d42635f92b8b&tag=SpivrobotnitstvoMizhUkrainoiuTaYevropeiskimSoiuzo>.

Денисенко Є.Р., студент
Коваленко Н.О., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

Живлення рослини вважається основним процесом, який здійснюється поглинанням речовин, необхідних для підтримання життєдіяльності [1]. Основною задачею для агронома є забезпечення та підтримка посіяної культури CO₂ та макро-, мікро- та ультрамікроелементами на всіх стадіях росту.

Рослина потребує повітряне живлення (листякове, поглинання та засвоєння з повітря вуглекислого газу, який є вихідним продуктом для фотосинтезу) і мінеральне (кореневе, поглинання та засвоєння з ґрунту води та хімічних елементів), які інтегруються, але головний чинник для високого розкриття потенціалу рослини є ґрунт та його родючість.

Нинішній екологічний стан земельних ресурсів України погіршився, відбувається масштабне зниження родючості ґрунтів, що зумовлюють потребу суттєвих змін у внесенні мінеральних добрив. Тому для відновлення ґрунту та підвищення продуктивності врожаю необхідно, забезпечення диференційованого внесення різних типів добрив, залежно від даної ґрунтової зони.

В останні роки спостерігається тенденція до розвитку точного землеробства, воно базується на диференційованому внесенні добрив і засобів захисту рослин на різних ділянках поля, де є потреба в певній нормі добрив, за допомогою карт і врожайності або оптичними приладами машини. Тому в деяких ділянках поля норма внесення стає менше середньої, відбувається перерозподіл добрив на користь ділянок, де норма повинна бути вища, і, тим самим, оптимізується внесення добрив.

Також за допомогою датчика, який в інфрачервоному і червоному діапазонах світла визначає вміст хлорофілу в листі та біомасу оброблює

матеріал. На підставі отриманих даних, а також особливостей сорту і фенофазою рослини визначається доза азотних добрив.

Мета даного роботи – проаналізувати метод диференційного внесення добрив розкидачем Amazone та зробити висновки за допомогою графіків за минулі роки.

«Завдяки диференційованому внесенню добрив можна досягти 10% економії на технологічних витратах при вирощуванні зернових та олійних культур, а також 10% додаткового прибутку за рахунок збільшення урожайності» – про це розказав Джеймі Денбоу, віце-президент з розвитку бізнесу компанії Farmers Edge [2].

Диференційоване внесення добрив передбачає застосування добрив на унікально різних ділянках у полі відповідно до заздалегідь встановленої карти поля, яка розроблена на основі різних типів інформації: ґрунтові відміни, аналіз ґрунту, карти урожайності, рельєф, карта електропровідності ґрунту, NDVI, ділянки за потенціалом тощо. Використання потрібної кількості продукту в потрібному місці допомагає ефективно використовувати потенціал кожної неоднорідної ділянки поля та вхідних ресурсів і отримати додатковий економічний ефект [3].

Список використаної літератури

1. Господаренко Г.М. *Мікроелементи і добрива в живленні рослин*. Рута, 2020, 348 с.
2. Агробізнес [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/>.
3. Agrilab [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.agrilab.ua/>.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА СУТЬ КАТЕГОРІЇ РИНОК

Сіяно Д.І., студентка,
Артиш В.І., кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

Коли ми говоримо про ринок, ми зазвичай візуалізуємо багатолюдне місце з великою кількістю споживачів та кількома магазинами. Люди купують різні товари, такі як продукти харчування, одяг, електроніка тощо.

Але що таке ринок в економіці? В економічній науці ми не називаємо ринок фізичним місцем. Економісти описують ринок як об'єднання покупців і продавців, тобто домовленість, коли покупці та продавці вступають у прямий або непрямий контакт для продажу / купівлі товарів і послуг [1].

Існує кілька особливостей формування ринку:

- Ринок також не обмежується одним фізичним або географічним розташуванням. Він охоплює загальну широку територію, сили попиту та пропозиції регіону.

- Для становлення ринку повинна існувати група покупців і продавців товару. І відносини між цими продавцями та покупцями мають бути діловими.

- І продавці, і покупці повинні мати доступ до знань про ринок. Повинні бути обізнані про попит на товари, вибір споживачів та уподобання, модні тенденції тощо.

- У будь-який момент часу на ринку товарів і послуг може переважати лише одна ціна. Це можливо лише за умови досконалої конкуренції [2].

Основними умовами функціонування товарного ринку є нижче наведені умови:

- Матеріальна зацікавленість виробника в обслуговуванні попиту. Її основу складають відносини власності на засоби виробництва й створюваний продукт. Власність визначає свободу виробника в маневруванні

ресурсами, надає можливість самостійно ухвалювати рішення з вигодою для себе, а також для суспільства в цілому, відповідати за свої рішення, зокрема матеріально.

- Спонукальним мотивом до дій для виробника є прибуток. Тому держава повинна створювати відповідні умови для реалізації виробником матеріального інтересу, тобто формувати законодавчу базу, яка дозволить об'єднувати всі види інтересів у суспільстві.
- Наявність резервів виробничих потужностей та робочої сили. Якщо виробничі потужності використовуються на 100 % при повній зайнятості всього працездатного населення, то виробництво не може оперативно реагувати на зміни попиту, у виробника немає маневру для переналагодження виробництва на випуск нової продукції. Звідси - випуск продукції, яка не має попиту, втрата конкурентних позицій на ринку.
- Що стосується резерву робочої сили, то практика показала, що в ринковій економіці повинен підтримуватися оптимальний розмір цього резерву.
- Наявність інфраструктури ринкового господарства, тобто наявність взаємозв'язаної системи організацій, які обслуговують потоки товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили. Тут важливо вказати, що в ринковому господарстві всі суб'єкти господарювання, незалежно від форм власності, повинні знаходитися в рівних умовах, кожному з них з боку держави повинно бути гарантований однаковий юридичний і фактичний захист.
- Наявність стійкого грошового обігу. Нестійкий грошовий обіг у країні формує особливу психологію учасників ринку. Висока інфляція викличе у споживача високі інфляційні очікування. У цих умовах, щоб позбавитися "гарячих грошей" та позбутися збитків, споживач проявляє ажіотажний попит на товари та послуги, що дає виробнику помилковий орієнтир на розширення виробництва і пропозиції товарів [3].

Поняття "ринок" є однією з найпоширеніших та складних категорій економічної теорії та однією з найпоширеніших умов суспільства. Це пов'язано

з тим, що поява ринку є результатом об'єктивних умов, формування структури споживання та торгівлі, поглиблення соціального поділу, еволюції майна, відокремлення виробників товарів, спеціалізації та співпраці. Все це вплинуло на формування ринкового середовища зі своїми законами, що визначає рівень життя суспільства в цілому, а також безпосередньо або опосередковано кожної людини [4].

Таким чином, до сьогоднішнього дня вчені не сходяться в єдиній ідеї створення ринкової термінології, що дає можливість на повне та досконале вивчення поняття "ринок" з позиції існування організації внутрішнього ринку, існування суспільного господарства. Ринок є основою ринкової економіки. Тому суспільне господарство, яке працює на ринкових принципах, називається ринковою економікою, яка характеризується вільним ціноутворенням, конкуренцією, тощо.

Список використаних джерел

1. Власов Д. В. Генезис формування поняття «ринок». Економіка АПК. – 2018. № 4. С. 121–124.
2. Леоненко П. М., Юхименко П. І. Історія економічних вчень: підручник. Київ: Знання, 2017. 639 с.
3. Сенишин О. С., Дзюбенко Н. О. Теоретичні засади дослідження продовольчого ринку. Економічний вісник. 2016. № 2. С. 164–171.
4. Інформаційно-довідкова стаття «Принципи класифікації ринку» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21564/

УДК 005.8:658

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Сірман Г.А. студент
Костюк О.Д. кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Практичні досягнення від реалізації проектів в аграрній сфері є результатом застосування керівниками і управлінцями в своїй роботі практик, принципів, процесів, інструментів і методів управління проектами. Керівники

проектів використовують ряд ключових навичок і застосовують знання, необхідні для задоволення потреб своїх клієнтів та інших людей або організацій, які беруть участь в здійсненні або зазнають вплив в результаті реалізації проекту (стейкхолдери).

Реалізація проектів – це основний спосіб створення цінності і досягнення вигоди в підприємстві. У сучасній аграрній сфері керівникам підприємств необхідно вміти здійснювати управління в умовах обмежених бюджетів, стислих термінів, нестачі ресурсів і швидкої зміни технологій. Аграрна сфера характеризується високою динамічністю, тому аби зберегти конкурентоспроможність в такому середовищі, компанії активно вивчають мистецтво управління проектами з метою домогтися неухильного отримання нових цінностей. [1]

Відповідно до довідника з управління проектами (PMBOOK), проект – це тимчасове підприємство, спрямоване на створення унікального продукту, послуги або результату. [1] Проект повинен мати певні точки початку та кінця (термін), бюджет (вартість), чітко визначений зміст (або масштаби) роботи, яку необхідно виконати та конкретні вимоги до результатів, яких потрібно досягти [3].

Управління проектом - це діяльність, спрямована на реалізацію проекту з максимально можливою ефективністю при заданих обмеженнях (часу, ресурсів, якості) кінцевих результатів проекту. Управління проектом – це процес управління людськими, фінансовими та матеріальними ресурсами протягом всього циклу здійснення проекту за допомогою сучасних методів управління з метою успішного досягнення поставленої мети. Управління проектом - це робота по встановленню зв'язків між різними елементами проекту, які повинні встановлюватись та регулюватись також і між учасниками проекту. [2]

Проект можна реалізовувати відповідно до трьох різних сценаріїв: як самостійний проект, в рамках програми, або в рамках портфеля. Коли проект реалізується в складі портфеля або програми, керівник проекту взаємодіє з керівником портфеля і програми. Наприклад, для здійснення кількох цілей і завдань організації може знадобитися здійснити кілька проектів. У таких

ситуаціях проекти можуть бути згруповані разом в одній програмі. Програма – це ряд пов'язаних один з одним проектів, допоміжних програм, управління якими координується для отримання вигод, які були б недоступні при управлінні ними окремо. [1]

Основні принципи управління проектами: цілеспрямованість; системність; комплексність забезпеченість; пріоритетність; економічна безпека заходів. [2]

Результативне управління проектом допомагає аграрним підприємствам досягати бізнес-цілей; задовольняти очікування зацікавлених сторін (стейкхолдерів); підвищувати ефективність власної діяльності; створювати та постачати потрібний продукт в потрібний час; своєчасно реагувати на ризики; оптимізувати використання ресурсів організації; виявляти, відновлювати або припиняти невдалі проекти; управляти обмеженнями (наприклад, змістом, якістю, розкладом, вартістю, ресурсами); розуміти вплив обмежень на проект (наприклад, збільшення змісту проекту може вимагати збільшення вартості або термінів); краще управляти змінами. [1]

Погане управління проектом або відсутність управління проектом може привести до порушення встановлених термінів, перевищення вартості, поганої якості, неконтрольного розширення проекту, репутаційних втрат організації, незадоволеності зацікавлених сторін, нездатності досягти цілей, заради яких проект був організований.

Роль менеджера проекту – зробити проект можливим. Його завдання полягає у тому, щоб допомогати команді здійснити роботу, розв'язувати поточні питання, здобувати дефіцитні ресурси, котрі потрібні членам команди та захищати учасників від сторонніх сил, які можуть завадити роботі. Але, члени команди також повинні допомогати менеджеру планувати проект. Наприклад, менеджер проекту може неправильно оцінити тривалість виконання завдань проекту, що поставить під загрозу успішність його виконання. [3]

Сучасні виклики вимагають від агропідприємств створення принципово нових продуктів, послуг та досягнення більш високих результатів у своїй

діяльності. Від успішної реалізації проектів залежить успіх підприємства, тому управління проектами є важливою і актуальною темою для менеджера.

Список використаних джерел

1. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК). – 6-е изд. – РА: РМІ, 2017. – 726 с.
2. Навчальний посібник «Управління проектами» / Т.Л. Мостенська, Т.В. Лобунец – К.: Вид. центр НУБіП, 2017. – 121 с.
3. Основи управління проектами / Хігні Дж.; пер. з англ. –5-е вид., – К. : Фабула, 2020. – 272 с.

УДК 631.164.23

УПРАВЛІННЯ БІОГАЗОВИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кобизський П.Ю. студент
Коваленко Н.О. кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

У рамках Паризької Угоди щодо досягнення кліматичної нейтральності однією з цілей було встановлене значне скорочення споживання викопних джерел енергії до 2050 року із заміщенням їх відновлюваними ресурсами. Згідно цього, Україна сприятиме виконанню зобов'язань щодо зниження викидів парникових газів та досягненню цілі Енергетичної стратегії України до 2035 року у якій зазначено, що частка енергії з відновлювальних джерел повинна збільшитись з 9% (у 2019 році) до 25% (у 2035 році) від загального постачання первинної енергії [1].

Відновлювані джерела енергії (ВДЕ) – це не лише енергія сонця та вітра. До ВДЕ належать також геотермальна енергія, гідроенергія, рідке та тверде біопаливо (біоетанол, біогаз, тощо). Якщо говорити про біогаз, то Україна має великий потенціал у даній сфері, адже наша держава має добре розвинене сільське господарство, відходи від діяльності якого дають відмінну сировинну базу.

Отриманий біогаз використовують в трьох напрямках. Перший - для виробництва електрики. Такий газ хоч дорожче в порівнянні з іншими ВДЕ, але

має велику перевагу у порівнянні з сонцем чи вітром – електростанції на біогазі можуть працювати за розкладом, швидко запускають свою роботу, і швидко зупиняють. Це дає можливість використовувати їх для балансування напруги в електромережах. Другий – біогаз після відповідної технологічної сепарації, очищується до біометану, який перевершує природний газ за теплотворністю. Біометан використовують для опалення. Третій – очищений та стиснений біометан можна використовувати у якості моторного палива.

Якщо держава вважає досягнення енергетичної безпеки, як пріоритетну ціль, це обґрунтовує необхідність розвитку сектору ВДЕ. Формування та швидкий розвиток ринку біопалива в Україні – це вимога сьогодення. Адже можливості зменшення енергетичної залежності нашої держави через виробництво та продаж біопалива має хороші перспективи стати одним із важливих пріоритетів розвитку української економіки [2]. Але варто дослідити готовність бізнесу до інвестицій в біогазові потужності.

За даними Держенергоефективності, на початок 2021 року в Україні діє 53 установки, які виробляють енергію з біогазу та працюють за "зеленим" тарифом. Загальна електрична потужність зазначених установок 103,4 МВ, що майже у 6 разів більше, ніж наприкінці 2015 року (18 МВт). Протягом 2018 року було введено 12 МВт біогазових потужностей (12 установок), протягом 2019 року – 40 МВт (16 установок). Таким чином, темпи зростання біогазових потужностей в Україні в 2019 році майже в 3,5 рази перевищили показники 2018 року. Загальна кількість інвестицій у цей сектор протягом 2012-2019 років – 140 млн євро [3].

Для реалізації державної стратегії були затверджені "зелені тарифи", які роблять вигідним для бізнесу виробництво електроенергії з біогазу, що і є стимулом розвитку біоенергетики. Правильно розроблений біогазовий комплекс, з урахуванням всіх особливостей і конкретних умов, здатний не тільки окупити витрати будівництва, але і в перспективі приносити додатковий дохід від продажу електроенергії за зеленим тарифом.

Якщо ринок зеленої електроенергії активно розвивається, то виробництво біометану ще знаходиться на стадії встановлення. У квітні 2021 року Міністерство енергетики оприлюднило законопроект "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо розвитку виробництва та споживання біометану". Ухвалення цього законопроекту дозволить створити в Україні прозорий ринок біометану, що буде стимулювати збільшенню обсягів його виробництва та дасть змогу використовувати українську газотранспортну систему для експорту біометану в країни ЄС [3].

Україна має найбільшу в Європі площу сільськогосподарських угідь. Відповідно, в Україні один з найкращих в світі потенціалів аграрної сировини для виробництва біометану, а транспортування біометану газовими мережами і використання біометану в газовому обладнанні (газові пальники, двигуни, турбіни) не потребує витрат для їх модернізації. Наразі потенціал виробництва біометану в Україні оцінюється в 7,8 млрд м³/рік [4], якщо держава вибудує правильну стратегію розвитку даного напрямку.

Отже, наша держава також підтримує політику розвитку зеленої енергетики, адже в умовах нестабільної енергетичної безпеки та необхідність заходів щодо зниження викидів парникових газів, виробництво енергії з відновлюваних джерел стає все більш актуальним. Головна перевага біогазу – це його універсальність. З біогазу можна отримувати електроенергію або тепло для обігріву, а у збагаченому вигляді його застосовують в автомобільних двигунах в якості палива.

Список використаних джерел

1. Енергетична стратегія України 2035. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. URL: https://merp.org.ua/images/Docs/MERP_USAID_ESU_2035.pdf (дата звернення: 23.04.2021).
2. Glowacki, S.; Hutsol, T.; Mudryk, K.; Yermakov, S.; Kucher, O., Melnyk, M., Knapczyk, A.; Muliarchuk, O.; Koberniuk, O.; Kovalenko, N.; Kovalenko, V.; Ovcharuk, O. Agrobiomass of Ukraine - Energy Potential of Central and Eastern Europe. Monograph. SGGW, Warszawa, 2021.
3. Біометан в Україні законодавчо визначають як газ. Міненерго : інтернет-стаття. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3222324-biometan-v-ukraini-zakonodavco-viznacat-ak-gaz-minenergo.html> (дата звернення: 23.04.2021).
4. Біометан – майбутнє біогазу : інтернет-стаття. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/04/15/673050/> (дата звернення: 23.04.2021).

УДК 333.43:631.11

ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Красько Я. В., студент
Коваленко Н.О., кандидат економічних наук, доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Україна – це країна, яка займає значну частку в світовому аграрнопромисловому виробництві та має великий потенціал в розвитку сільського господарства. Наша країна має оптимальні кліматичні умови, що дає можливість вирощувати різний спектр сільськогосподарської продукції, а також повністю забезпечити власні потреби основних продовольчих культур. В додаток ми маємо високоякісні земельні ресурси та географічне розміщення, що додатково надає можливість мати значно більшу результативність та прибутковість з розрахунку вкладених ресурсів.

Проте незважаючи на наші переваги та здобутки, в аграрному секторі ще багато питань та викликів, які чекають на вирішення.



Рис. 1. Основні виклики, що на даний момент стоять перед агровиробниками

В даній роботі ми визначимо:

- основні виклики, що поставлені перед агропідприємствами;
- рішення, які приймають підприємства в умовах сталого розвитку;
- можливі варіанти вирішення поставлених викликів;

До основних викликів, що на даний момент визначені перед агровиробниками представлені на рис. 1.

Станом на сьогоднішній день агровиробництва зіштовхнулися з рядом викликів, одним з яких є ринок землі, що безпосередньо вплине на фінансове забезпечення підприємств, до негативних сторін можна безпосередньо віднести такі основні аспекти, як: відсутність доступного кредитування, підвищення орендної плати, збільшення конкуренції [1]. В наслідок відсутності доступного кредитування підприємствам потрібно буде жертвувати оновленням власного технічного забезпечення, скорочення інвестиційної діяльності в напрямках дослідження, реструктуризації та реінновації власних виробництв. В випадку залучення кредитування на покупку землі, підприємствам потрібно буде закладати під заставу власну землю, на що не кожне підприємство буде в змозі погодитися зважаючи на різні кліматичні, політичні та економічні ризики.

За рахунок надходження нових інвестицій при відкритті ринку землі, значно збільшиться рівень конкуренції за новий вид активу, за попередніми опитуваннями землевласників, лише незначна частка власників земельних ділянок готові до продажу власної землі, відповідно за наявності попиту, що значно перевищує пропозицію, ціну на цей вид активу важко передбачити, але за прогнозами ціна за один гектар буде в діапазоні 1500 – 3000 тис. дол., додатково до цього можна відслідкувати кореляцію на підвищення орендної плати, що слугує значним викликом для агровиробничого сектору.

Тому з представленого аналізу можна чітко виділити основні проблеми: відсутність доступного кредитування, відсутність значних державних дотацій та програм підтримки агровиробництв, відсутність культури та розвинутої системи страхування, відсутність державної довгострокової стратегії, невиконання законодавства та відсутність контролю зі сторони державних інституцій [1].

Наступною досить значною проблемою, яка з кожним роком тільки наростає – це проблема кадрового забезпечення. З кожним роком агросектору потрібно все більше зусиль для вирішення цього виклику. За різними думками

HR експертів агросектору [2], можна виокремити основні варіанти, щодо регулювання цього питання:

- матеріальне стимулювання,
- гарний соціальний пакет,
- відповідність цінностей компанії та дружня корпоративна культура,
- забезпечення технічними засобами працівників,
- оптимізація та автоматизація виробництва,
- державні програми відродження та розвитку сільської місцевості.

Та не менш важливий виклик, який постав в останні роки перед агровиробниками це природо-кліматичні зміни. В останні роки в Україні та й в цілому у світі стрімко зростає температурний режим, що безпосередньо впливає на вологозабезпечення ґрунту, та відповідно на врожайність. Перед агровиробництвом постає питання трансформації та зміни традиційної технології виробництва на технології з мінімальним обробітком Mini-till, Strip-till та No-till [3]. Що в свою чергу потребує оновлення технічного забезпечення та значні фінансові вкладення.

З огляду на це, можна зробити висновок, що перед аграріями поставлені досить серйозні та важкі виклики, що в свою чергу потребують пошуку нових способів вирішення даних викликів, можливостей трансформації агровиробництва та особливо потребують підтримки зі сторони держави.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт організації European Business Association [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://eba.com.ua/yak-seo-stavlyatsya-do-vidkryttya-rynku-zemli-v-ukrayini/>.
2. Офіційний сайт видавництва Агробізнес сьогодні, IV щорічна аграрна HR-конференція [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/podiiia/item/12571-kadrovyi-holod-i-liudskyi-faktor.html>.
3. Офіційний сайт LATIFUNDIST [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://latifundist.com/blog/read/2743-no-till-strip-till-ili-mini-till-cho-luchshe-dlya-ekologii-i-produktivnee-dlya-agrariya>.

УДК 338.439:633.911

РИНОК СОЇ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Красій М.А. студент
Міщенко І.А. кандидат економічних наук, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Соя - це рід рослин з сімейства "Бобові". Її батьківщиною вважається Східна Азія. Насіння культурної сої, які зазвичай називають "соєвими бобами", є широко поширеним у світі продуктом харчування, одна з головних білково-олійних культур із широким спектром застосування: харчовий, кормовий, технічний і медичний.

Вирощування сої найбільш поширене в Азії, Південній Європі, Північній і Південній Америці, Центральній і Південній Африці, Австралії, а також на островах Тихого і Індійського океанів.

Ринок сої – це складова ринку продовольства із сукупністю економічних відносин між суб'єктами господарювання, за допомогою яких здійснюється купівля-продаж сої та продуктів її переробки відповідно до законів ринкової економіки. Характерними особливостями вітчизняного соєвого ринку є: тісний зв'язок із ринком тваринницької продукції від супутнього (у вигляді кормів) до конкуруючого (у вигляді харчових соєвих білків); найбільшим попитом на ринку продуктів переробки сої користується шрот, а не олія; складність позиціювання соєвої олії, яка є не традиційним продуктом для українського споживача; недостатня і суперечлива поінформованість споживачів щодо продуктів глибокої переробки сої (текстуровані білки, борошно тощо).

Варто зазначити, що загальна площа під посівом соєю в світі у 2019 році становила 122 млн га. Виробництво сої в минулому році досягло 336 млн тонн. За 5 років приріст виробництва культури становив 26 млн тонн або 8% [2].

Країни лідери с виробництва сої млн. т 2017-2019рр

Країна	2017р	2018р	2019р
США	117	119,5	96,8
Бразилія	112,5	116,5	124
Аргентина	59,8	53,4	51
Китай	11,9	16,6	18
Індія	14	10,5	9,3
Парагвай	10,3	10	10
Канада	6,2	7,7	6
Україна	3,9	4,4	3,7
Уругвай	2,2	3,2	4,3
Болівія	3,2	3,6	2,9

Вирощування більшості олійних культур знаходиться майже на одному рівні вже протягом багатьох років. З соєю все інакше — протягом останніх 60-ти років її урожай помітно зменшувався лише чотири рази, але тільки тому, що було необхідно зрівняти попит з пропозицією. Останні 4 роки соя показує особливо високі темпи росту — на 36%, з 250 до 340 млн тонн.

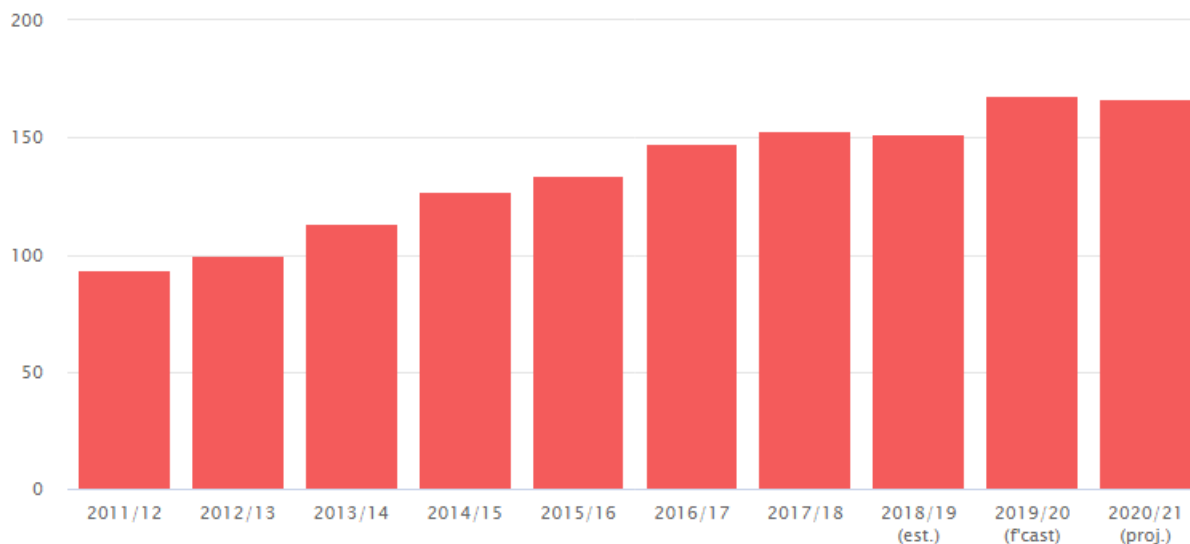


Рис. 1 Загальний рівень експорту сої у світі [3]

Проаналізувавши графік експорту сої у світі, можна зробити висновок, що починаючи з 2010 року, рівень експорту сої тільки збільшується, у 2019-2020рр. він досягнув рекордного показника – 167.9 млн.тонн.

Головні експортери сої у світі 2017-2019рр. [4]

Країни	2017р. млн. тони	2018р. млн. тони	2019р. млн. тони
Аргентина	7,2	4,6	9,5
Бразилія	68,8	84,4	69,1
Україна	2,8	2,6	2,5
США	59,4	58,1	48
Канада	4,4	4,9	5,6

Роблячи висновки з таблиці 2 можна зауважити нестабільність у показниках основних експортерів сої за останні роки, показники, то зростають, то спадають, щорічний підйом спостерігається тільки у Канади, в той час, як у США та України показник щорічно падає.

Таблиця 3

Головні імпортери сої у світі 2017-2019 рр. [1]

Країни	2017 р. млн. тони	2018 р. млн. тони	2019 р. млн. тони
Європейський союз	13,4	15	15,8
Мексика	4,1	4,6	4,9
Туреччина	2,3	2,6	2,6
Китай	93,5	94	94
Японія	3,2	3,3	3,3
Таїланд	3,1	2,5	3,2
Єгипет	2,1	3,3	3,3

З таблиці 3 ми бачимо, що головним імпортером сої є Китай – 94 млн. тонн у 2018-2019рр., а також Європейський союз – 15,8 млн. тонн у 2019р.

В загальному спостерігаємо, що такий продукт як соя набуває популярності кожного року, тому розвиваються, як ринки виробництва так і збуту.

Ураховуючи зростаючі потреби світового ринку, Україна знаходить й усе більше утверджується на місці провідного експортера соєвих бобів, а, враховуючі, достатньо високі біржові ціни, це сприятиме збільшенню валютних

надходжень. Збільшення кількості заводів з переробки сої дає Україні можливість стати лідером не лише у виробництві сировини, але й готової продукції.

Список використаних джерел

1. Аграрне інформаційне агентство [Електронний ресурс] Режим доступу: agravery.com
2. Головний сайт для агрономів [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://superagronom.com>
3. Міжнародна зернова рада [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://igc.int>
4. Статистика торгівлі для міжнародного бізнесу [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.trademap.org>

УДК 338.439.4:636.5.034

УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ У ПТАХІВНИЦТВІ

Волкодав О.Д. студент,
Коваленко Н.О., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

З огляду на сьогоднішні темпи росту та розвитку населення, питання оптимізації виробництва для найбільшої ефективності постає як ніколи. Птахівницькі підприємства у своєму намаганні отримати максимальний прибуток з одного пташника завжди створюють такі умови скупчення для птахів, що значно відрізняються від природних. Такі умови утримання призводять до дисбалансу у атмосфері пташника, яка потребує постійного моніторингу та підтримання у належних умовах з боку персоналу господарства.

Основною метою будь-якого птахівницького підприємства є отримати якнайбільше готової продукції – м'яса птиці або яєць, зазнавши найнижчих витрат та мінімізувавши збитки. В той час як корми забезпечують найкращу продуктивність, кліматичні умови дозволяють цю продуктивність зберегти та підтримати на належному рівні, у повній мірі розкрити генетичний потенціал поголів'я [1,2,3].

До ключових показників які необхідно піддавати постійному контролю відносять температуру та відносну вологість повітря, вміст вуглекислого газу та аміаку, запиленість повітря, тощо. Ці показники залежатимуть як від

навколишнього середовища, будь то погодні умови чи сезонність, так і від внутрішніх умов пташника – кількості птиці на м², підстилки, обладнання що використовується, налаштувань системи вентиляції.

Зміни у цих показниках здатні впливати на несучість, рівень приросту, стан імунітету, споживання корму пташками. Так, навіть незначні відхилення у одному із показників можуть привести до істотних втрат у масштабі ферми, через те що кожна окрема пташка буде виявляти певне зниження у продуктивності.

Рівні забруднення повітря які здатні викликати зниження продуктивності птахів можуть знаходитися нижче порогу чутливості людських органів чуття, тому з метою моніторингу та керування фермою завдаються до більш актуальних методів.

Сучасні технології на яких базується керування внутрішнім середовищем пташника здійснюють моніторинг умов утримання та повідомляють відповідальний персонал про їх зміну або регулюють їх самостійно. З цією метою використовуються різноманітні датчики, вентилятори, зволожувачі повітря, фільтри, тощо. Залежно від типу системи що використовується результати виводяться у режимі он-лайн або зберігаються на сервері. Таким чином досягається певна сталість у виробничому процесі, що дозволяє уніфікувати отриману продукцію, підвищує точність прогнозування та однорідність між партіями та різними пташниками [1,3].

Проведені дослідження

Нами було проведено дослідження на базі птахівницького підприємства із метою виявлення впливу кліматичних факторів утримання птахів на ключові показники продуктивності даного підприємства. Ми визначили оптимальні рівні даних показників шляхом аналізу попередніх даних про кліматичні умови у пташнику у порівнянні із продуктивністю птахів та шляхом експерименту зі зміною у вентиляції та зволоженні повітря.

Завдяки цьому ми визначили оптимальні кліматичні умови для обраного виду птахів на даному підприємстві у заданий вік, що у подальшому допоможе

оптимізувати виробництво, зменшити втрати у прирості, збільшити споживання корму.

Список використаних джерел

1. Wei, F.X.; Hu, X.F.; Xu, B.; Zhang, M.H.; Li, S.Y.; Sun, Q.Y.; and Lin, P. Ammonia concentration and relative humidity in poultry houses affect the immune response of broilers. *Genetics and Molecular Research* 14 (2), 2015, 3160-3169.
2. Zhou, Y.; Zhang, M.; Liu, Q.; Feng, J. The alterations of tracheal microbiota and inflammation caused by different levels of ammonia exposure in broiler chickens. *Poultry Science*, 2020. doi: <https://doi.org/10.1016/j.psj.2020.11.026>.
3. Cândido, M.G.L.; Xiong, Y.; Gates, R.S.; Tinôco, I.F.F.; Koelkebeck, K.W. Effects of carbon dioxide on turkey poult performance and behavior. *Poult Sci.* 2018,;97(8), 2768-2774. doi: 10.3382/ps/pey128. PMID: 29669041.

УДК 349.338.43:620

ЗАКОНОДАВСТВО ТА ВИРОБНИЦТВО БІОЕТАНОЛУ В УКРАЇНІ

Колесник А.К., студент,
Ковтун О.А., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

У 2019 році Україна зробила обов'язковою норму вмісту вагових 7% біоетанолу в паливі, що в 10 разів збільшило ринок виробництва біоетанолу. Верховна Рада України зареєструвала законопроект №7348, який передбачає обов'язкову норму добавки біоетанолу та біодизеля в усе паливо, що продається в країні. Проектом закону передбачалося, що з 1 січня 2019 року сумарна місткість біокомпонентів для бензину повинна становити вагових 5%, а з 1 липня 2020 року – не менше 7%. За відмову додавати біокомпоненти в автомобільне паливо передбачені штрафи. У разі затвердження документу в Україні буде створено гарантований ринок збуту для 350 тис. т етанолу на рік.

Зараз в Україні є близько 13 виробників біоетанолу. Шість із них працюють досить успішно – Зарубінський, Гайсинський спиртзаводи, приватні заводи Екоенергія та Фазор, а також Узинський і Гнідавський цукрові заводи. За 2018 рік вони виробили 80 тис. т біоетанолу, який пішов на виробництво альтернативного палива. Очікуваний попит на ринку України складе більше 300

тис. т біоетанолу при 5% добавці в бензин. При збільшенні вмісту біоетанолу до 7% попит очікується на рівні 450 тис. т разом з альтернативним паливом. В умовах України найбільш ефективною сировиною для виробництва біоетанолу є меляса та кукурудза [1].

Наразі діє закон за останньою редакцією від 28.06.2015 (Закон № 1391-VI, підстава - 222-VIII), який містить інформацію «Про внесення змін до деяких законів України щодо сприяння виробництву та використанню біологічних видів палива [2].

ДФС випустила свої пропозиції до податкового законодавства, а саме:

- окремий порядок виробництва і ліцензування біоетанолу
- біоетанол оподатковувати за ставкою 30 євро за 1 тону.
- оподатковується нафтова частина (202 EUR/t), біоетанол (30 EUR/t), фінальний продукт при змішуванні не оподатковується [3].

Був запропонований новий проект закону України від 19.11.2019 № 2471 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» (щодо розвитку сфери використання рідкого біопалива (біокомпонентів). Суб'єктом законодавчої ініціативи виступив народні депутати України - О. Семінський, М. Бондар, О. Юрченко, С. Литвиненко, А. Кіт, О. Шипайло, Д. Припутень.

Висновок відповідального комітету (Верховна Рада України) містить наступне : Комітет Верховної Ради України з питань бюджету на засіданні 5 лютого 2020 року (протокол N 24) відповідно до статей 27 і 109 Бюджетного кодексу України та статті 93 Регламенту Верховної Ради України розглянув проект Закону України про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо розвитку сфери використання рідкого біопалива (біокомпонентів) (реєстр. N 2471 від 19.11.2019), поданий народними депутатами України Семінським О. В., Бондарем М. Л. та іншими. Законопроектом пропонується, зокрема, передбачити: забезпечення суб'єктами господарювання, що виробляють та/або імпортують паливо моторне та/або паливо моторне альтернативне для продажу на митній території України, вмісту обов'язкової частки рідкого біопалива (біокомпонентів) у загальному річному обсязі продажу на митній території

України палив моторних та палив моторних альтернативних (з 01.01.2021 року - не менше як 3,4 %, з 01.01.2023 рік - не менше як 4,8 %, з 01.01.2025 року - не менше як 6,9 %); відповідальність шляхом накладення штрафів за: недотримання такими суб'єктами господарювання вимог щодо вмісту зазначеної обов'язкової частки рідкого біопалива (біокомпонентів); неподання або несвоєчасне подання такими суб'єктами господарювання інформації щодо вмісту зазначеної обов'язкової частки рідкого біопалива (біокомпонентів) [4].

На сьогоднішній день існує неврегульованість та суперечливість правової бази, відсутність законодавчо визначеного порядку виробництва спиртовмісних компонентів до палив. Тому на мою думку МАПУ, ДФС та Департамент продовольства повинні розробити правильну, врегульовану та уніфіковану законодавчу і податкову базу, встановити окремий код УКТЗЕД та створити новий термін: "Спиртовмісна продукція технічного призначення" (до якої можливо буде віднести усі спиртовмісні добавки до палив).

Список використаних джерел

1. [Електронний ресурс]. : <http://www.ukrsugar.com/uk/post/biopaliwo-majbutne-cukrovoi-galuzi-ukraini#:~:text=%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%>
2. [Електронний ресурс]. : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1391-17#Text>
3. [Електронний ресурс]. : https://saee.gov.ua/sites/default/files/Schulmeister_bioethanol_1.pdf
4. [Електронний ресурс]. : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI00827A.html

УДК 635:338.439.5

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Пилипенко Д.О., студент,
Діброва Л.В, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

Органічне сільське господарство робить великий внесок у вирішення глобальних екологічних та соціальних проблем та реалізацію головних цілей сталого розвитку, що було доведено численними науковими дослідженнями. Щоб повністю реалізувати свій потенціал, органічне сільське господарство має

розвиватися: постійно підвищувати продуктивність, розширювати масштаби виробництва та асортимент продукції.

Завдяки гарним ґрунтово-кліматичним умовам, вигідному географічному розташуванню, близькості до традиційних та найперспективніших ринків органічної продукції, Україна має цілком сприятливі умови для органічного виробництва і розширення мережі збуту органічної продукції на міжнародному та внутрішньому ринках.

2020 рік з кризою COVID-19 був особливим роком для органічного сектору. Хоча консолідовані дані за 2019 рік демонструють постійну тенденцію зростання як органічного виробництва, так і ринку, у 2020 році зростання відбувалося значно швидше, ніж у попередні роки, оскільки споживачі звертались до продуктів, що мають мінімальний негативний вплив на організм людини та приділяли більше уваги профілактиці захворювань.

За даними моніторингу, проведеного Мінекономіки, у 2019 році загальна площа сільськогосподарських земель з органічним статусом та перехідного періоду склала близько 468 тис. га, що становить 1,1 % від загальної площі земель сільськогосподарського призначення України. При цьому нараховувалось 617 операторів органічного ринку, з них 470 – сільськогосподарські виробники.

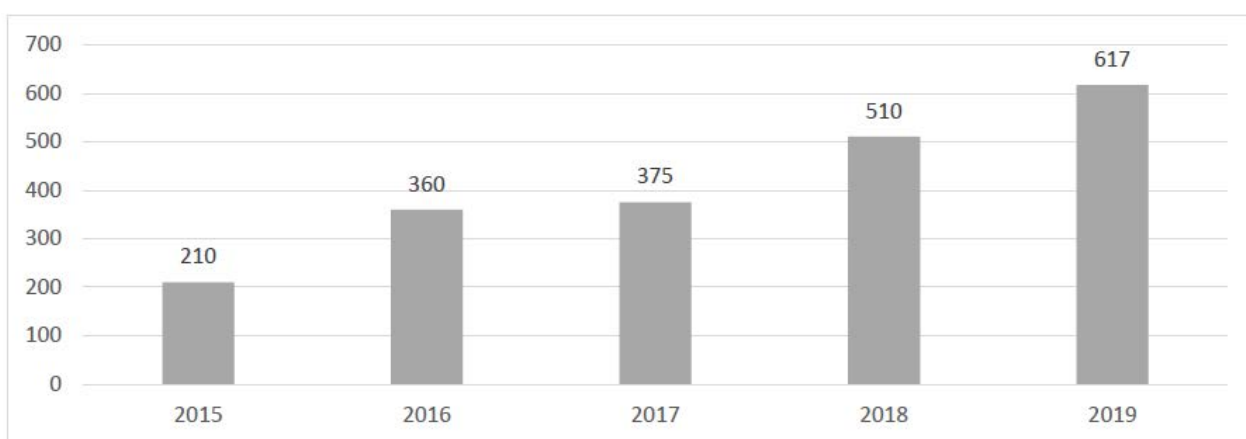


Рис. 1. Кількість сертифікованих органічних господарств в Україні за період 2015-2019 роки.

Джерело: за даними IFOAM та Федерації органічного руху України [2].

Сьогодні внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні продовжує розширюватись через основні мережі супермаркетів. Основними

видами органічної продукції, яка виробляється в Україні є зернові культури, молоко та молочні продукти, крупи, м'ясо та м'ясні продукти, фрукти та овочі [1].

У 2019 році органічні сільськогосподарські угіддя в Європі зросли на 0,92 млн га (ЄС: 0,82 млн га) або на 5,9 відсотка (ЄС: 5,9 відсотка). В Європі абсолютний приріст був вищим, ніж у Європейському Союзі, через значне збільшення органічних сільськогосподарських угідь в Україні. Відбулося збільшення земель відведених для виробництва органічних продуктів на 158 880 гектарів у порівнянні з 2018, завдяки чому Україна посіла друге місце в переліку 10 країн, що мали найбільше збільшення території для органічного виробництва у 2019 році.

Країнами, які найбільше сприяли зростанню, були Франція, Україна, Іспанія, Угорщина, Німеччина та Португалія, що зробило майже 740 000 додаткових гектарів. Найвище відносне зростання було в Косово (+548 відсотків), Боснії та Герцеговині (+88 відсотків), Молдові (+62 відсотки) та Україні (+51 відсоток). Однак деякі країни продемонстрували зменшення кількості органічних земель, такі як Туреччина, Ірландія, Ісландія та Болгарія.

Українську органічну продукцію купують переважно країни ЄС. У 2019 році Україна посіла 2-ге місце зі 123 країн за обсягами імпортованої органічної продукції до ЄС, піднявшись на дві сходинки порівняно з попереднім роком.

Так, протягом 2019 року до ЄС ввезено 3,24 млн. тонн органічної агропродовольчої продукції, більше 10 % з якої – українська. При цьому український імпорт до ЄС збільшився на 27 % - з 265,8 тис. тонн у 2018 році до 337,9 тис. тонн в 2019 році.

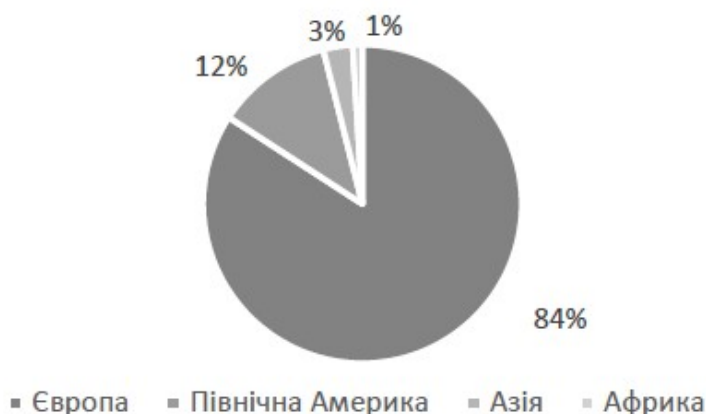


Рис. 2. Розподіл експорту органічної продукції з України за частинами світу
Джерело: за даними IFOAM та Федерації органічного руху України [3].

Найбільшими країнами-споживачами вітчизняної органічної продукції є Нідерланди, Німеччина, США, Швейцарія, Італія, Великобританія, Австрія, Польща, Чехія, Франція, Угорщина, Румунія, Бельгія, Болгарія, Литва, Канада та Данія. Українські виробники також експортують в Австралію та деякі азіатські країни.

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.

Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (надалі - Органічний Закон України) № 2496-VIII було ухвалено 10.07.2018 р. Верховною Радою України, підписано Президентом України 30.07.2018 р. Закон набув чинності 02.08.2018 р. та введений в дію 02.08.2019 р. Наразі Міністерство розвитку економіки, торгівлі і сільського господарства України спільно з місцевими зацікавленими сторонами та міжнародними партнерами розробляє відповідні підзаконні акти для подальшого впровадження Органічного Закону України. Для української органічної сертифікованої продукції був розроблений та зареєстрований як торговельна марка державний логотип для маркування органічної продукції. Логотип є власністю Міністерства. Станом на лютий 2020 р. ще немає жодного органічного продукту, маркованого цим логотипом. На

поличках магазинів є органічні продукти, марковані органічним логотипом ЄС (євролисток) та деякими іншими логотипами міжнародних/приватних органічних стандартів [4].

Нині ситуація на ринку органічних продуктів досить напружена, у зв'язку з подіями 2020 року. Але це не заважає шукати нові рішення щодо розвитку цього напрямку в Україні. Привабливими для України є азійські ринки, попит на органічні продукти якого стабільно зростає. Також українські виробники можуть нарощувати об'єми експорту до країн Північної Америки. Не менш важливим, є розвиток внутрішнього ринку та адаптація суспільства до українського продукту, останні законодавчі дії встановили власну торгову марку для української продукції, але широкого розповсюдження вона не набула, адже європейський листок, що позначає якість продукції яка відповідає нормам Європейського Союзу є привабливішим для суспільства.

Список використаних джерел

1. Органічне виробництво в Україні [Електронний ресурс] / - // Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>.
2. Органік в Україні [Електронний ресурс] // Федерація органічного руху України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini/>.
3. Огляд експорту української органічної продукції з України, 2019 [Електронний ресурс] // Органікінфо. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2020/07/for_web_ua_2019_02.jpg.
4. ОРГАНІЧНИЙ РИНОК В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] // OrganicInfo. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2020/02/UAOrganic_fact_sheet_2020-UA-1.pdf.
5. The World of Organic Agriculture 2021 [Електронний ресурс] // FiBL / IFOAM. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2021.html>.

УДК 330.341.1

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ**

Кубінський Р.В., студент,
Артиш В.І., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

За останні роки проблема конкурентоспроможності продукції в Україні стала однією з найбільш важливих. Від випуску конкурентоздатної продукції залежить ефективний та стабільний розвиток економіки. Цей показник характеризує не лише окремі підприємства, а й економіку країни загалом. Неминучий процес глобалізації не обходить стороною і Україну, яка вже 6 років є членом СОТ. Завдяки вступу до Світової Організації Торгівлі, Україна отримала переваги щодо одержання режиму найбільшого сприяння в торговельному просторі всіх країн-членів СОТ, тобто одночасне покращення умов торгівлі із більш ніж 150 країнами. Але і сьогодні конкурентоспроможність української продукції залишається на дуже низькому рівні, не зважаючи на величезний експортний потенціал багатьох галузей української економіки. Тому тема дослідження, присвячена питанню підвищення конкурентоспроможності української продукції на зовнішньому ринку, є актуальною і своєчасною.

Загальновизнано, що основою конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможні національні підприємства. За визначенням В. Фоміна, конкурентоспроможність - складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та вдержати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншими аналогічними товарами. Конкурентоспроможність є вагомим критерієм доцільності виходу підприємств на міжнародний ринок. Україна є молодою державою, тому вітчизняні виробники майже не мають досвіду, щоб бути в змозі конкурувати з міжнародними компаніями, які досягли успіху в умовах жорстокої конкуренції, високої насиченості товарних ринків та перевищення на них пропозиції над попитом. Українська продукція не відповідає основним критеріям міжнародних

стандартів, тому тільки 1% українських товарів та послуг визнані конкурентоздатними на світовому ринку.[1]

Можна виділити основні критерії оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку:

- наявність споживача даного виду продукції;
- кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію;
- обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів у цілому й у сфері діяльності українського підприємства;
- важливість для конкурентів «панування» на тому сегменті ринку, який опанований чи планується до «завоювання» вітчизняним підприємством;
- основні напрямки конкурентної боротьби на зовнішньому ринку;
- оцінка стратегічної діяльності конкурентів;
- політика горизонтальної інтеграції (з метою виявлення можливостей проведення контролю та управління станом сектору певної галузі);
- розмаїття методів конкуренції (ціни, якість, технологічний рівень, дизайн продукції, сервісні послуги, імідж підприємства, товарний знак тощо);
- стабільність попиту на продукцію, яку має підприємство на кожному сегменті ринку.[3]

Якщо розглядати сучасну діяльність українських підприємств на міжнародному ринку, то можна стверджувати про велику обмеженість експортної номенклатури українських товарів: наша продукція більшою мірою представлена на ринках із переважно ціновою конкуренцією, тобто ринках сировинної продукції і стандартизованих масових готових виробів. В Україні на сьогоднішній день дуже повільно відбувається переорієнтація з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю, іншими словами – високотехнологічними виробами. Тоді як сучасні тенденції світового ринку свідчать про перехід від цінової конкуренції до нецінової, тобто конкуренції технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, оскільки продукція з кращою якістю

значно ефективніша у використанні.[2] Недостатня дослідженість сутності і значення якості продукції продовжує бути однією з основних причин низької ефективності виробництва української продукції та її низької конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Окрім цього, в умовах майже повної залежності України від зовнішніх енергетичних ресурсів, та найвищої в Європі енергоємності найбільш експортованих товарів, неможливо говорити про конкурентоспроможність української продукції.

В Індексі глобальної конкурентоспроможності (GlobalCompetitivenessIndex 2013-2014, GCI) Україна за рік опустилася на 11 позицій, посівши 84 місце зі 148 країн. Серед негативних факторів впливу на позицію України у рейтингу можна назвати: доступ до фінансування(16,7%), корупція(15,5%) та податкове адміністрування(11%).[4]

По суті, основними шляхами підвищення конкурентоздатності української продукції на міжнародному ринку є:

- Поліпшення стандартизації, як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості на підприємствах. В рамках цього – впровадження сучасного комплексу систем управління якістю (організація механізму покращення якості продукції тощо).Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках, покращення взаємозв'язків з іншими країнами.

- Створення умов для поліпшення розвитку інноваційної діяльності, запровадження у виробництво новітніх технологій, сучасних виробів нової техніки, запобігання витоку талановитих розробників. Україна на даному етапі є постачальником технологій, інтелекту на світовий ринок. Але замість того, щоб отримувати від цього прибуток, вона, навпаки, терпить збитки.

- Своєчасна реакція на зміни кон'юнктури ринку: українські підприємства повинні оперативно формувати раціональні та ефективні варіанти відповідей на ці зміни, а для цього необхідне досконале вивчення потреб ринку.

- В умовах євроінтеграції необхідним є запобігання диспаритетності між цінами на внутрішньому ринку України та світовими цінами на товари і

послуги, а також впровадження сучасного інструментарію захисту внутрішнього ринку та відстоювання інтересів національних виробників.

Отже, існуючі позиції України на зовнішньому ринку свідчать про дуже низьку конкурентоздатність українських підприємств у світі, що обумовлено рядом проблем, насамперед – сировинною структурою українського експорту. Для підвищення конкурентоздатності української продукції, необхідно брати приклад з розвинутих країн, де конкурентоспроможність постійно перебуває в центрі уваги державних діячів та ділових кіл. Можна сказати, що українські підприємства мають великий потенціал для виходу на міжнародний ринок. Але тільки за умови комплексних дій держави можна вивести вітчизняну продукцію на конкурентоспроможний рівень.

Список використаних джерел

1. Алтухова І. Н. Конкурентоспособность предприятий на внешнем рынке / И. Н. Алтухова // Вісник Донецького університету. – 2008. – Вип. 1. – С. 106–111.
2. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Балабанова Л.В., Холод В.В. – К.: «ВД Професіонал», 2006. – 448 с.
3. Багрова І.В., Редіна Н.І. та ін. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Підручник/ Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 580 с.
4. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності [Електроний ресурс] // Інформаційне агентство Interfax-Україна. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/166276.html>

УДК 338.43.008

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шептицька М.Е., студентка
Коваленко Н.О., кандидат економічних наук, доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Поняття корпоративної соціальної відповідальності в Україні з'явилося порівняно недавно. На Заході це явище сформувалося близько 20 років тому. На початку свого становлення під соціальною відповідальністю розуміли лише

політику взаємин з працівниками, своєчасну виплату заробітної плати, оплату податків.

У 70-х років найбільші компанії США і розвинених західноєвропейських країн усвідомили свою відповідальність перед суспільством, вирішивши виробити єдині цінності у взаєминах зі співробітниками і зовнішнім середовищем підприємства.

В даний час існує безліч трактувань поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Згідно з найпоширенішою КСВ - це концепція, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну і екологічну політику в бізнес-операції і їх взаємини з усім колом пов'язаних з компанією організацій і людей [2].

Розглядаючи дане визначення, слід зазначити, що КСВ включає в себе:

- відповідальність компанії у взаєминах з партнерами;
- відповідальність по відношенню до споживачів;
- відповідальність щодо своїх співробітників;
- екологічна відповідальність компанії;
- відповідальність компанії перед суспільством в цілому [1].

Також необхідно підкреслити, що головна характерна риса КСВ - це добровільність, фактично синонім філантропії. По суті, бізнес розуміє свою відповідальність перед зовнішнім і внутрішнім середовищем компанії і віддає частину своїх доходів на громадські потреби.

Проте, не дивлячись на всю безкорисність концепції КСВ, існує думка, що КСВ — це не про турботу підприємства про власних співробітників, а, як стверджують деякі дослідники всього лише модна димова завіса у світі бізнесу.

Щодо КСВ в Україні, тут постає питання: «Які ж перспективи становлення КСВ в Україні і чи можливе більш широке впровадження її на підприємствах?»

Вітчизняне бізнес-співтовариство тільки стає на шлях розуміння істинного значення соціально-відповідальної діяльності. Раніше весь внесок в розвиток суспільства включав в себе щомісячну заробітну плату, безкоштовне харчування, в деяких компаніях йшлося навіть про безкоштовне медичне страхування для

своїх співробітників. Найбільші ресурсні компанії обмежувалися заявами про майбутніх благодійних акціях, рекламними роликами про порятунок природи і рідкісних тварин.

У зв'язку з виходом України на світовий ринок, що посилюються темпами глобалізації, бажанням вітчизняних підприємств отримання іноземних інвестицій (особливо в умовах світової економічної кризи) постало питання про введення нових стандартів корпоративної відповідальності з орієнтиром на прозахідну модель.

І все ж розглядати корпоративну відповідальність без внутрішньополітичної ситуації, специфічних особливостей регіонів неможливо, особливо для містоутворюючих підприємств. Внаслідок цих факторів становлення КСВ в Україні стикається з низкою труднощів.

По-перше, серйозно про політику соціальної відповідальності замислюються і мають матеріальну можливість лише великі, загальнонаціональні компанії, а також філії і дочірні підрозділи міжнародних компаній. На жаль, середній і дрібний бізнес, особливо в регіонах, не має можливості жертвувати своїми доходами заради суспільства, організовуючи лише разові акції благодійності.

По-друге, до бар'єрів на шляху КСВ в Україні можна віднести соціальну пасивність громадян. Гостра критика на адресу роботодавців щодо їх небажання вирішити гострі соціальні проблеми, але в той же час повна відсутність готовності до спроб зробити самостійні дії.

Третій фактор, що стоїть на заваді більш широкого впровадження соціальної відповідальності — низький рівень достатку в регіонах, особливо зараз — в умовах коронакризи.

Отже, український бізнес, з одного боку, прагне до вироблення індивідуальних і загальних підходів до соціальної відповідальності, прагне впровадити в практику міжнародні принципи прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства.

З іншого боку, він змушений утримувати і зберігати заробітну плату і численні пільги для персоналу, вкладати матеріальні кошти в розвиток свого підприємства, ділитися з місцевою владою і численними контролюючими органами, що аж ніяк не сприяє поширенню концепцій КСВ в Україні!

Список використаних джерел

1. Абрамова С.Г. Про поняття "корпоративна культура" / Абрамова С.Г., Костенчук І.А....
2. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності / О. Апостолук // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. - 2016. - № 2. - С. 68-73. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_14
3. Створення корпоративної культури [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://hurma.work/blog/stvorennya-korporativnoyi-kulturi/>.
4. Що таке корпоративна культура компанії і як зрозуміти, що з нею не все гаразд? [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://happymonday.ua/shho-take-korporativna-kultura>.

УДК 339.13.637.5

ДЕТЕРМІНАНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ М'ЯСА ПТИЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ЕКСПОРТУ

Гомоль О.В., студент
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Сучасний стан вітчизняної економіки вимагає створення умов для забезпечення зростання конкурентоспроможності птахівництва, яка складає 70% всього виробництва м'ясної галузі. Від розвитку даної сфери залежать економічні, екологічні та соціальні умови розвитку сільських територій.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, під час посилення впливу євроінтеграційних процесів, підвищується ризик та невизначеність умов функціонування підприємств. Особливо загострюється боротьба за ринки збуту продукції, залежність від маркетингового середовища.

Це обумовлює важливість застосування на торговельному підприємстві останніх досягнень стратегічного управління та вибору стратегії розвитку, що спрямована на забезпечення високої ефективності кінцевих результатів різних напрямів діяльності та його стійких конкурентних позицій на ринку.

Світовий ринок є перенасиченим, це вимагає від виробників підвищення конкурентоспроможності самих підприємств, що позитивно впливає на ціну та якість м'яса птиці. Також, визнання української продукції на світовому ринку підвищує престиж та репутацію українських товаровиробників

Україна має привабливі умови та ідеальне конкурентне середовище для розвитку птахівництва, саме тому вона є потужним виробником та експортером даної продукції. Обсяги даних показників з кожним роком зростають, Наприклад, виробництво впродовж досліджуваних років зросла на 15,9% та становило 1374 тисяч тон у 2019 році. Основними операторами на вітчизняному ринку є ПрАТ «МХП», ТОВ «Комплекс Агромарс», ТОВ «Птахокомплекс Дніпровський», що розділяють 65% ринку птахівництва [1].

Головною продукцією представленою на ринку птахівництва є курятина, яка має 99,5% у структурі експорту птиці України. У 2019 році Україна посіла 5 місце серед світових експортерів м'яса курятини [2].

Обсяги експорту за 2017-2019 роки зросли на 52,7%. У тому числі ріст експорту спостерігається на європейський ринок – у 2019 році було поставлено 134 тисячі тон, що у порівнянні із 2017 роком збільшилось на 67,5 %. Наразі, Україна посідає третє місце серед світових експортерів м'яса птиці до Європейського Союзу.

Вітчизняна галузь м'яса птиці є конкурентоспроможною на світовому ринку протягом проаналізованих років, про що свідчить позитивний індекс РТА . Як видно із рисунку 1, даний показник має тенденцію до зростання. Така динаміка характерна завдяки розширенню ринків збуту, тобто застосування стратегії географічної диверсифікації експорту після втрати російського ринку.

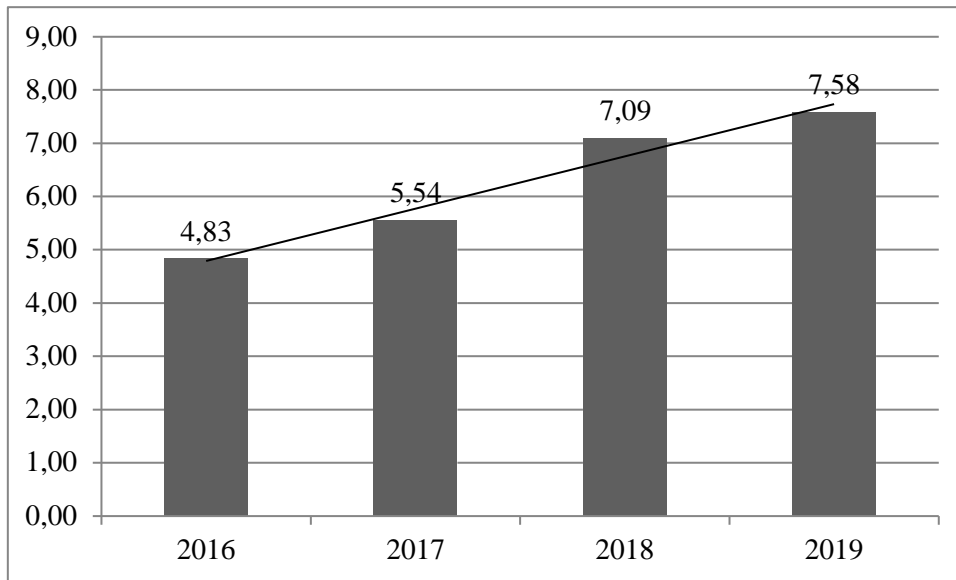


Рис. 1. Динаміка світової конкурентоспроможності галузі птахівництва України, 2016-2019р.

Джерело: побудовано на основі розрахунків автора

$$RXA = \frac{(X_{nj} - X_{ij}) / X_i}{(X_n - X_i)} \quad (2.3)$$

Нами були обраховані індекси RXA для провідних країн у сфері виробництва м'яса птиці. Результати обрахунків зведено у таблицю 1. Даний аналіз дав змогу наочно переконатись, що вітчизняній продукції птахівництва майже неможливо наздогнати Бразилію, яка посідає перше місце у експорті м'яса птиці до ЄС. Загальна вартість експорту м'яса птиці Бразилії за 2019 рік становила 811 мільйонів доларів США [3].

Інша ситуація із найбільшими виробниками даної продукції у ЄС. Німеччина та Франція, що займають 10 та 11 відсотків частки виробництва всього об'єму продукції Європейського Союзу [4], мають показник RXA нижче одиниці, що означає – країни не мають переваг щодо експорту даної продукції. Значення індексу відносних експортних переваг України з кожним роком зростає, та у 2019 значення – 8,21. Це означає, що українська галузь птахівництва є конкурентною на світовому ринку та має тенденції до розвитку.

Індекси відносних експортних переваг галузі птахівництва країн світу,
2016-2019 р.

	2016	2017	2018	2019
Бразилія	29,32	27,54	22,80	25,93
Таїланд	1,61	1,80	2,03	2,35
Польща	6,73	7,04	8,41	8,95
Німеччина	0,49	0,47	0,47	0,45
Нідерланди	3,13	2,86	3,03	2,90
Франція	0,13	0,12	1,28	1,13
Україна	5,44	6,27	7,79	8,21

Джерело: побудовано на основі розрахунків автора

Отже, з урахуванням вище зазначених показників, можна стверджувати, що вітчизняне виробництво та експорт даної продукції є конкурентоспроможним на світовому ринку.

Рівень конкурентоспроможності птахівництва є величиною змінною. Лише за умови впровадження конкретного виду стратегії можливе утримання конкурентних позицій на міжнародному ринку. Для підприємств даної галузі буде доцільним впровадження стратегії зміцнення світової конкурентоспроможності, яка досягається за рахунок оптимізації використання ресурсів, зростання виробничої ефективності, підвищення кваліфікації персоналу, диверсифікації ризиків та розширення масштабів виробництва поза межами України.

Впровадження стратегії диверсифікації є одним із найбільш ефективним способом забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Це може бути як розширення асортименту та випуск нових видів товару, тобто розширення номенклатури, так і географічна диверсифікація збуту продукції, тобто освоєння компаніями нових ринків та підтримка конкурентних позицій на уже наявних ринках.

Одним із можливих факторів підвищення конкурентоспроможності продукції птахівництва є впровадження вертикально інтегрованої системи. Одним з головних переваг є гарантування стабільних поставок матеріалів та сировини, що призводить до зменшення витрат, так як компанія отримує матеріал безпосередньо, а не заковує його за ринковою ціною. Також економиться час та постачання та логістику. Під час інтеграції відбувається оптимізація всього виробничого процесу.

Також способом підвищення конкурентоспроможності підприємства може бути розміщення акцій компанії на фондових біржах.

Розширення частки української продукції на світовому ринку потребує злагодженої роботи підприємств з виробництва м'яса птиці і державних органів України. Дана продукція повинна відповідати всім вимогам якості та безпечності, які закладені у регламентах країн імпортерів м'яса курятини.

За даним дослідженням можна зробити висновок, що галузь птахівництва України є високоефективною та конкурентоспроможною на рівні світових стандартів.

Список використаних джерел

1. Автоматизований баланс попиту та пропозиції м'яса України [Електронний ресурс] // FAO Food Price Index – Режим доступу до ресурсу: <http://meatbalance.org.ua/>.
2. Поголів'я худоби та птиці [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/sg/ph/ph_u/arh_ph2005.html.
3. Chicken Exports by Country [Електронний ресурс] // World's Top Exports. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.worldstopexports.com/chicken-exports-by-country/>.
4. DG AGRI DASHBOARD [Електронний ресурс] // European Commission. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/poultry-meat-dashboard_en.pdf.
5. Експортні горизонти ЄС для нішевих виробників м'яса птиці [Електронний ресурс] // Agravery. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://agravery.com/uk/posts/show/ekspornii-gorizonti-es-dla-nisevih-virobnikov-masa-ptici>.
6. Агросвіт. // ТОВ "ДКС Центр". – 2018. – №3. – С. 78.
7. List of exporters for the selected product in 2019 [Електронний ресурс] // Trade Map. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%7d)

РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ШВЕЙЦАРІЄЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сухобок Т.О., студент
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Одним із найбільш дієвих механізмів соціально-економічних перетворень зовнішньоекономічних зв'язків країни та її регіонів є активізація інвестиційного процесу, який не тільки визначає рівень економічного розвитку держави та певного регіону у віддаленому майбутньому, але й безпосередньо впливає на процеси відтворення господарства загалом. Для економіки України, зокрема її областей, особливе значення мають не внутрішні інвестиційні ресурси, а зовнішні іноземні інвестиції. Адже нині саме іноземні інвестиції виступають ресурсом, який може значно сприяти ефективному функціонуванню української економіки, а отже, забезпечити належний рівень соціально-економічного розвитку та підвищити конкурентоспроможність країни загалом. Саме тому пріоритетним завданням інвестиційної політики нашої держави є стимулювання іноземної інвестиційної діяльності [1].

Швейцарія та Україна встановили дипломатичні відносини невдовзі після проголошення незалежності України у грудні 1991 року, а у 1997 році уклали і підписали угоду про технічне та фінансове співробітництво. Відтоді Швейцарія зарекомендувала себе як надійний партнер.

Наразі, після кризи 2014-2015 років спостерігається покращення бізнесового та інвестиційного клімату в українсько-швейцарських відносинах.

Під час кризи у 2014 році швейцарські інвестиції збільшилися удвічі. Через географічну близькість до Східної Європи Швейцарія також особливо зацікавлена у стабільності та безпеці в регіоні, в розвитку нових ринків та інвестиційних можливостей, у кращому контролі над процесами міграції.

Україна і Швейцарія також є важливими партнерами у групі директорів ЄБРР під проводом Швейцарії [3].

У 2018 році Швейцарія посіла 7 місце за обсягами наданої допомоги серед усіх донорів і з 2007 року обсяг досягнув 189,7 млн швейцарських франків. Допомога надається відповідно до 4-річних стратегій співробітництва Швейцарії з Україною, так за 2007-2010 роки реалізовано проектів на 30,7 млн швейцарських франків, за 2011-2014 роки - на 60 млн швейцарських франків, за 2015-2018 роки - до 99 млн швейцарських франків [2].

Зокрема, за 2019 рік приріст швейцарських інвестицій становив 163 млн доларів або 10,5%.

Станом на 1 січня 2020 року Швейцарія входить до п'ятірки головних країн-інвесторів в економіку України. Швейцарські інвестиції становлять 1,715 млрд доларів США, що відповідає 4,8% від загального обсягу вкладеного іноземного капіталу.

Найбільший обсяг швейцарських інвестицій – 60% - надійшов до промисловості. В Україні працює кілька всесвітньовідомих швейцарських підприємств, серед яких Nestle SA, Sandoz AG, Philip Morris International, F.Hoffman la Roche, Geberit International AG, Sika AG, Novartis Pharma AG, Syngenta AG, Hilti (Schweiz) AG, Ferrexpo AG, Glas Trösch AG, Acino AG, Calyx Capital Advisers.

Так, у 2019 році загальний обсяг двосторонньої торгівлі наблизився до рекордного рівня у 3 млрд доларів США. Експорт з України вперше перевищив суму в 1 млрд доларів, а імпорт становив 1,8 млрд доларів.

Пріоритетні напрями співробітництва між двома країнами є хімічна та фармацевтична промисловість, сільське господарство і переробка сільськогосподарської продукції, машино- та приладобудування, охорона навколишнього середовища і, звичайно, банківська та страхова сфери. Останнім часом Швейцарія велику увагу приділяє розвитку цифрових технологій в державному та бізнес-секторах. Також цікавим напрямом є

розвиток співпраці між містами наших країн з імплементації проєктів Smart City [4].

На сьогодні в Мінекономрозвитку зареєстровано 9 проєктів технічної допомоги загальною вартістю близько 70 млн швейцарських франків.

Проєкти технічної допомоги реалізуються за такими напрямками: енергетика та енергоефективність (обсяг 35,7 млн швейцарських франків), регіональний розвиток (25,4 млн швейцарських франків), аграрний сектор (2,6 млн швейцарських франків), урядування та громадянське суспільство (4,3 млн швейцарських франків), відновлення Донбасу та ВПО (понад 1,5 млн швейцарських франків), освіта і наука (0,5 млн швейцарських франків) [2].

За останні 5 років у рамках Стратегії швейцарського співробітництва з Україною на проєкти швейцарської допомоги для сходу було виділено 125 млн швейцарських франків.

Інвестиційна програма швейцарського співробітництва з України на 2020–2023 роки передбачає такі чотири пріоритетні напрями діяльності: 1) розбудова миру, захист громадян і підтримка демократичних інститутів; 2) сталий розвиток міст; 3) малі та середні підприємства (МСП) конкурентоспроможність; 4) охорона здоров'я.

На наступні чотири роки запропоновано бюджет в обсязі 108 мільйонів швейцарських франків, або в середньому 27 мільйонів швейцарських франків на рік. Розподіл бюджету зображений на рисунку 1.

Так, на перший напрямок виділено 43,9 млн шв. франків, на другий – 32 млн шв. франків, на третій – 17,3 млн шв. франків і на четвертий – 13,6 млн шв. франків [3].

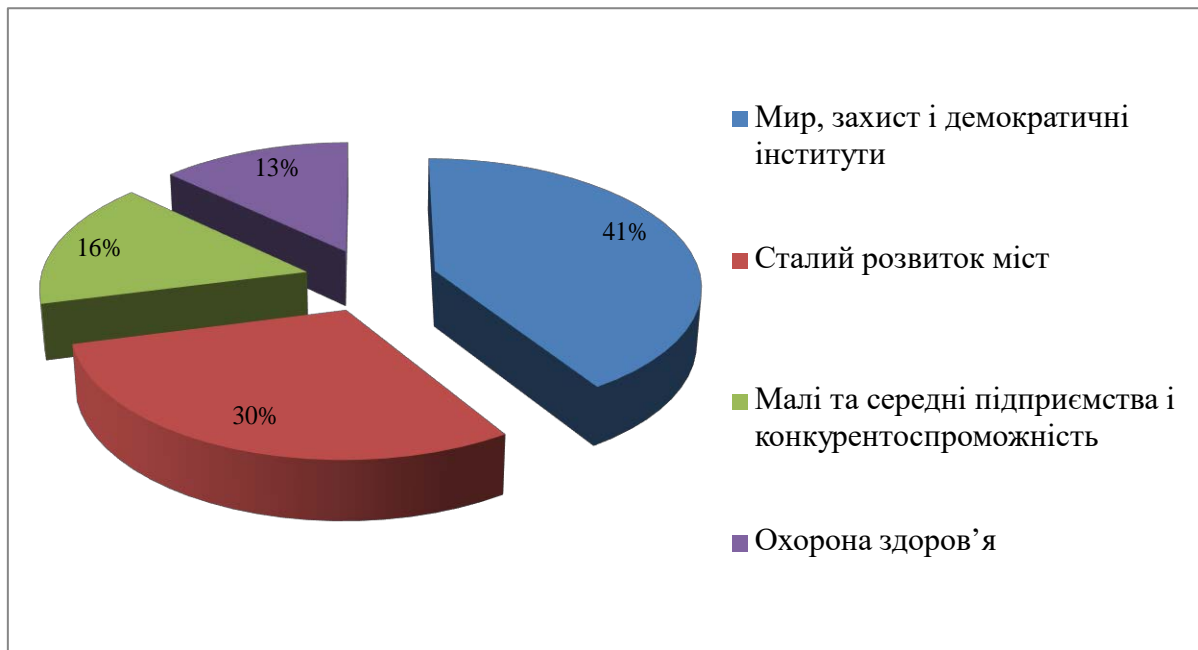


Рис. 1 Інвестиційна програма швейцарського співробітництва з Україною на 2020-2023 роки

Отже, Швейцарія – одна з найбільш розвинених країн світу зі стабільною економікою, де розміщено європейські офіси багатьох транснаціональних корпорацій. Саме тому представники українського бізнесу, та наша країна в цілому мають шанс у налагодженні взаємовигідного інвестиційного співробітництва зі Швейцарією.

Список використаних джерел

1. Іноземні інвестиції як фактор розвитку економіки держави [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5156>
2. Мінекономрозвитку ініціювало перегляд портфелю проектів міжнародної технічної допомоги, що фінансуються урядом швейцарської конфедерації - [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?id=4b0bda77-d117-4c92-a372-75ce6be182f3>
3. Програма швейцарського співробітництва з Україною на 2020–2023 роки [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.eda.admin.ch/dam/countries/countries-content/ukraine/uk/swiss-cooperation-programme-ukraine-2020-23_UA.pdf
4. Швейцарія входить до ТОП-5 інвесторів України — посол [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3006594-svejcarija-vhodit-do-top5-investoriv-ukraini-posol.html>

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ВИКЛИКИ ВЕДЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Дегтярьов О.М., студент
 Мостенська Т.Л., доктор економічних наук,
 професор кафедри менеджменту та ЗЕД,
 Національний університет біоресурсів і
 природокористування України, м. Київ, Україна

Відкриття ринку землі, залучення інвестицій, посуха, стимулювання програм розвитку зрошення, фермерських господарств та підприємництва на селі – виклики сьогодення, які стоять перед нашою державою.

Україна – країна, експорт аграрної продукції якої генерує 40% усієї валютної виручки та складає 9% ВВП (рис.1) [1], як ніколи потребує реформ і створення довгострокової стратегії та програм підтримки і розвитку.

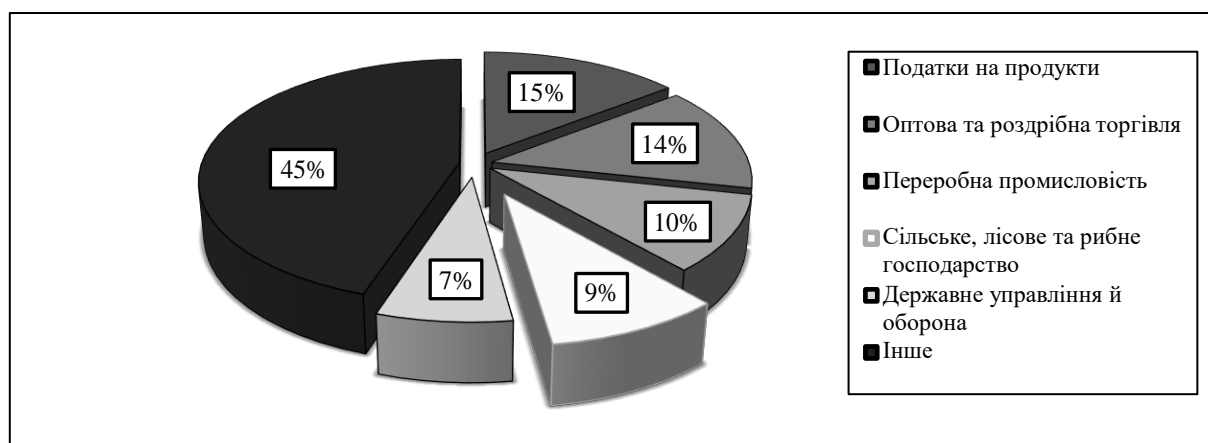


Рис.1. Структура ВВП у 2020 р. у розрізі галузей, %

За даними FAOSTAT (2019) Україну можна визначити як одного з основних гравців на світовому ринку виробників продукції рослинництва: соняшникової олії (2 місце) – 15,3 млн. т або 27,2% від загальносвітового виробництва; злакових культур (9 місце) – 74,4 млн. т. або 2,5% від загальносвітового валу [2].

Галузь тваринництва в Україні знаходиться у стані стагнації та приходить до занепаду через відсутність бачення стратегії розвитку та підтримки зі сторони держави. У 2020 році поголів'я ВРХ та свиней за даними Державної служби статистики, у порів'янні з 2015 роком, скоротилося на 20,4% та 22,1%, відповідно.

Слід зазначити, що виробництво курятини за цей же період збільшилося на 3,4%, що робить країну топ-5 експортером цього м'яса у світі[3].

Зняття мораторію, запровадження земельної реформи та відкриття ринку землі – один із найважливіших етапів розвитку країни за останні десятиліття. Обіг землі з 1 липня 2021 року для фізичних осіб, а з 1 січня 2024 року для юридичних осіб дасть змогу купувати та реалізовувати земельні ділянки.

Перепоною на шляху до повного відкриття ринку землі для усіх суб'єктів ринкових відносин є нечітке розуміння державою всіх можливих економічних та юридичних наслідків як для учасників ринку так і для суспільства в цілому. Тому, «тестовий» режим до 2024 року дасть змогу повністю опрацювати та доробити механізми продажу с.-г. земель та зрозуміти потенційний попит на землі с.-г. призначення, а значить і розуміння відсоткової ставки по кредитах для залучених коштів та подальшому створенні програм підтримки.

Зменшення кількості вітчизняного товару, підприємств та підприємців, як основних драйверів економіки – нова сучасна реальність. Наповнення ринку товарами та послугами, які хоче бачити споживач, створення нових робочих місць, формування ефективного конкурентного середовища, наповнення бюджету і стабільний розвиток економіки, якщо не повністю, то частково, зможе забезпечити розвиток малого підприємництва. Досвід більшості розвинених країн світу переконливо доводить необхідність існування та забезпечення ефективної діяльності малого підприємництва [4, с.54].

Низькі врожайність основних сільськогосподарських культур у 2020 році (пшениця, соняшник, кукурудза), що була спричинена аномальними погодними умовами, негативно вплинула на вітчизняного виробника, особливо це стосувалося фермерів, які зафіксували ціну майбутнього урожаю, заключивши форвардні контракти. З іншої сторони, ситуацію зі зміною клімату врятували високі ціни на продукцію, причиною яких є зниження валового збору продукції основних гравців цього ринку, збільшенням попиту і бажанням країн з розвинутою економікою забезпечити власну продовольчу безпеку[5,6].

Відновлення та розвиток систем зрошення, як застарілих так і нових, спростить виклики перед якими постав сільськогосподарський сектор. Капітальні інвестиції на будівництво з розрахунку на гектар складають від 2,5 до 3 тис. доларів[7], що за умови запровадження ринку землі й бажанням фермерів зберегти свій земельний банк та отримати землю у власність, майже унеможливує розвиток та будівництво нових іригаційних систем.

Відсутність довгострокової стратегії розвитку галузі дозволяє нашим конкурентам на світовій арені розвиватися швидше і бути більш інвестиційно привабливими для залучення капіталу як іноземного, так і внутрішнього. Серед основних стримуючих факторів для залучення інвестицій в Україну на думку респондентів ЕВА є: недовіра до судової системи; розповсюджена корупція; монополізація та захоплення влади; обтяжливе та нестабільне законодавство[8].

Вирішення цих вузьких горловин кожної із систем дозволить залучити іноземні та внутрішні інвестиції у розвиток переробної та логістичної інфраструктури та розвиток українських стартапів, зокрема, і AgFoodTech, яких потребує держава, зможе залучити інноваційні технології та сучасні системи менеджменту для ефективного управління і збільшення конкурентоздатності як українських компаній, так і їх продукції.

Список використаних джерел

1. Валовий внутрішній продукт у фактичних цінах у 2020 році [Електронний ресурс] // ДержстатУкраїни. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/vvp/vvp_kv/vvp_kv_u/vvpf_kv2020u.xls.
2. FAOSTAT. Food and agriculture data. Crops [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>.
3. Тваринництво [Електронний ресурс] // Держстат України. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/sg/sg_rik/sg_u/tvar_u.html.
4. Сучасний стан та перспективи розвитку малого бізнесу в аграрній сфері [Електронний ресурс] / І. В. Федулова, Т. Л. Мостенська // ModernEngineeringandInnovativeTechnologies. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://moderntechno.de/index.php/meit/article/view/meit06-03-038/pdf06-03-038>.
5. Shrinkinggrainsuppliessendpricessoaring [Електронний ресурс] / KirkMaltais // TheWallStreetJournal. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wsj.com/articles/shrinking-grain-supplies-send-prices-soaring-11610552009>.
6. FAO FoodPriceIndexrisingfortenthstraightmonth [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>.
7. Головні виклики АПК у 2021 році [Електронний ресурс] // AgroPolit.com. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://agropolit.com/spetsproekty/837-golovni-vikliki-apk-u-2021->

[rotsi-rinok-zemli-posuha-zroshennya-eksport-fermerstvo-elevatori-zovnishni-rinki-dodana-vartist-forvardi-zalznitsya-kredituvannya.](#)

8. П'яте щорічне опитування іноземних інвесторів. Перешкоди іноземним інвестиціям [Електронний ресурс] // ЕВА, DragonCapital, CES – Режим доступу до ресурсу: https://eba.com.ua/wpcontent/uploads/2020/11/2020_ForeignInvestorSurvey_Presentation_ua.pdf.

УДК 339.1:633.1

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА ТОРГІВЛІ ЗЕРНОВИМИ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КНР

Васильчук Т.Є., студент
Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Китай – стратегічно важливий напрямок зовнішньої торгівлі України. Це один з найбільш перспективних ринків для експорту української продукції, визначений Експортною стратегією України..

Значний розмір ринку, стрімкий економічний розвиток, а також очікувана переорієнтація торговельних потоків Китаю на ринки третіх країн створює можливості для інтенсифікації двосторонньої торгівлі між Україною та Китаєм, зокрема, Китай уже посідає значне місце в експорті зернових з України. Так, в 2019/2020 маркетинговому році (МР) експорт зернових України до КНР сягнув 6,3 млн тонн, а за прогнозами на 2020/2021 МР - збільшення обсягу експорту відбудеться до рівня 6, 9 млн тонн.

Швидкі темпи розвитку науково-технічного прогресу стимулюють розвиток технологій вирощування зернових та олійних культур, удосконалення системи обробки, сушіння та фумігації зерна, імплементацію сучасних систем мікрозрошення, що призводить до зростання врожаїв та підвищення якості зерна. Внаслідок чого, дана галузь України здатна забезпечити продовольчу безпеку країни та сформувати потужний експортний потенціал. Якщо проаналізувати, де є попит на вітчизняні зернові, то надзвичайно перспективними в цьому фокусі є

азійські ринки, особливо з погляду на приріст населення та цінові тренди, що вкотре доводить актуальність обраної теми.

Україна залишається незмінним лідером серед експорту зернових культур, при цьому українським експортерам вдається не лише триматись своїх позицій, а ще більше рухати їх вперед, в результаті чого у 2019/2020 маркетинговому році в сукупності за обсягом експорту всіх зернових культур Україна стала «срібними призерами», пропустивши вперед лише США.

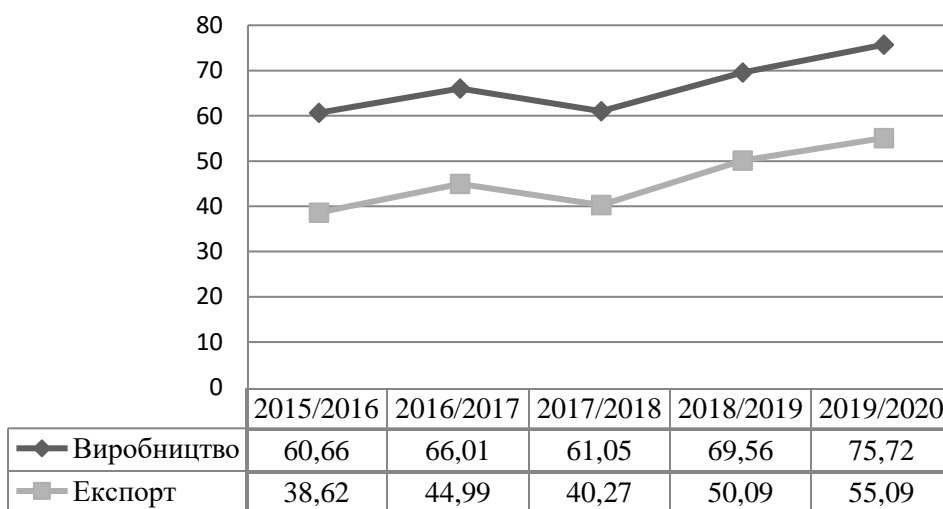


Рис. 1. Динаміка виробництва і експорту зернових протягом 2015/2016 – 2019/2020 МР, млн.т.

Джерело: [1].

Дані рис. 1. свідчать, що ринок зернових культур має висхідну тенденцію росту, що позитивно відображається на експортному потенціалі країни. У 2020 році Україна експортувала зернових на 9,4 млрд дол., при цьому у структурі експорту зернових культур перше місце займає пшениця – 70%, друге кукурудза – 24% і найменше ячмінь – 6%.

Основну п'ятірку імпортерів українського зерна формують нижче наведені країни, які у 2020 році закупили в Україні зернових культур на відповідні суми:

1. Китай – 1855 млн. дол. США
2. Єгипет – 1120 млн. дол. США
3. Індонезія – 547 млн. дол. США
4. Іспанія – 543 млн. дол. США

5. Нідерланди – 519 млн. дол. США

Результати досліджень, що наведені вище, дають можливість стверджувати що наразі Китай - найбільший імпортер зернових культур України.

У 2020 році Китай вперше очолив ТОП-5 імпортерів українського зерна, закупивши близько 1/5 вартісних обсягів вітчизняного експорту зернових. За три роки, починаючи з 2018 року, ця країна збільшила обсяги закупівель зерна з України більш ніж в 3 рази. Статус Китаю, як найбільшого імпортера кукурудзи, може призвести до глобальних змін на світовому ринку зерна, адже виробники почнуть сіяти кукурудзу ще більше задля задоволення попиту Китаю, що в свою чергу може призвести до росту цін на цю та інші зернові культури.

Незважаючи на пандемію минулого року, українські експортери майже нічого не втратили у грошовому еквіваленті саме завдяки Китаю, адже поки торгівля з ЄС та СНД падала, товарообіг України з Китаєм зріс більше, ніж з іншими. Наслідком вигідних взаємовідносини України з Китаєм стало швидке відновлення Китаю після жорсткого карантину.

Тому, якщо порівнювати весь 2019/2020 маркетинговий рік (який закінчився у червні минулого року), то обсяг експорту зернових культур з України в Китай наразі вже більший. Так у 2019/2020 МР він склав 6,3 млн тонн, а станом на 01.03.2021 році становить 6,9 млн тонн зерна, що на 9,5% більше [2].

На сьогодні левову частку експорту зерна до Китаю складає кукурудза та ячмінь. Для відкриття ринку Китаю для української пшениці, сорго, гороху та інших культур потрібно підписати відповідні міждержавні фітосанітарні протоколи [3].

Україна та Китай вже підписали меморандум про співпрацю. Сторони спільно створять китайсько-українську Раду з міжнародного співробітництва в аграрній галузі для реалізації спільних аграрних проєктів двох країн [4]. Також сторони домовилися організувати двосторонні візити за участю членів Української зернової асоціації, тільки-но дозволить епідемічна ситуація в обох країнах та у світі.

Слід також зазначити, що в КНР намагаються зменшити торговельну залежність від США, які є найбільшим аграрним експортером у світі, що пояснює інтерес Китаю до України, адже інвестиції Пекіна в український АПК рік від року зростають, так само як й експорт до Китаю українського продовольства. Основа експорту з України до Китаю – олія та олійні культури (близько третини аграрного експорту України до КНР), зернові (близько половини експорту) та аграрні відходи (понад 10% експорту). Пріоритетом для Китаю є зернові та олійні культури з України, на першому місці з-поміж них – кукурудза[5].

Таким чином, в ході дослідження було доведено, що експортний потенціал зернових культур, зокрема кукурудзи зростає з року в рік, що дозволяє Україні забезпечувати продовольчу безпеку не лише власної країни, а й світу. Проте США досі залишається суперником, що на нашу думку, викликано торговельною угодою між Китаєм та США за правління Трампа. У маркетинговому році, що закінчується 30 червня, Міністерство сільського господарства США прогнозує, що Китай імпортує рекордні 24 мільйони тонн кукурудзи. Разом з тим, Україна здатна збільшити експорт зерна в Китай вдвічі або навіть втричі, але за таких перспектив:

По-перше, підписання двосторонніх санітарних угод щодо пшениці, сорго, гороха тощо.

По-друге, створення китайсько-української Ради з міжнародного співробітництва в галузі сільського господарства.

Список використаної літератури

1. Міністерство сільського господарства США.
2. За пів року Україна експортувала до Китаю 6,9 млн т зернових. – 2021. Landlord. URL: <https://landlord.ua/news/za-piv-roku-ukraina-eksportovala-do-kytaiu-6-9-mln-t-zernovykh>
3. Україна могла би збільшити експорт зерна до Китаю у 2-3 рази. – 2021. Ukrinform.ua. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3231358-ukraina-moze-u-23-razi-zbilshiti-eksport-zerna-v-kitaj.html#:~:text=%C2%>.
4. Україна планує збільшити експорт зерна до Китаю у рази. – 2021. Agropolit. com. URL: <https://agropolit.com/news/20372-ukrayina-planuye-zbilshiti-eksport-zerna-do-kitayu-u-razi>.
5. Юань-зерно-юань: китайські інвестиції в українське село. – 2021. Radiosvoboda.org <https://www.radiosvoboda.org/a/china-investment-in-ukrainian-agriculture/31102511.html>.

УДК 636.2.034

ОПТИМІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Каньовський М.А., студент,
Мостенська Т.Л., доктор економічних наук, професор кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Ця стаття присвячена проблемі організації процесів матеріально-технічного забезпечення на підприємствах України, що займаються виробництвом молока в промисловому масштабі. Економічний аналіз показує, що система матеріально-технічного забезпечення молочних ферм України визначає близько половини всіх виробничих витрат. Д. е. н. О. В. Захарчук в своїй статті говорить про те, що підприємства сільськогосподарської галузі в цілому та тваринництва зокрема, сильно страждають від зносу основних засобів. Матеріально-технічне забезпечення молочного скотарства не є виключенням. І це, на думку автора, є вагомою причиною низької ефективності виробництва молока, що призводить до перманентного зменшення поголів'я молочної великої рогатої худоби. Автор вважає, що такий негативний наслідок виник в основному через неправильну регуляторну аграрну політику держави.[5 с.26-27]

Згідно з дослідженнями Інституту аграрної економіки за 2016 рік, вартість основних засобів в структурі капіталу підприємств-виробників молока складає менше 30%. При цьому необхідно підкреслити, що згідно комплексної структури всіх факторів сільськогосподарського виробництва частка основних засобів повинна складати не менше, ніж 40%.[1 с 74-75]

Канд. техн. наук Н.Г. Михайлов вважає, що проблеми технічного забезпечення призводять до порушення технологій виробництва, підвищують фінансові втрати під час виробництва та зумовлюють технологічну відсталість. Важливо відзначити, що в молочному скотарстві, порівняно з іншими напрямками тваринництва, ця проблема має найвище значення. Тому що саме молочна галузь є найбільш залежною від кількісних та якісних характеристик

основних засобів виробництва. Це пов'язано з високою різноплановою технологічністю процесу виробництва молока.[7]

Ціллю цієї роботи є запропонувати первинні інструменти для вдосконалення системи матеріально-технічного забезпечення промислових підприємств-виробників молока. Після аналізу теоретичного масиву інформації, запропонована концепція стратегічних дій, яку підприємствам необхідно дотримуватися для оптимізації процесів матеріально-технічного забезпечення в структурі виробництва молока. По-перше, необхідно визначити оптимальні параметри структури підприємства для скорочення різновидів техніки, що використовується на виробництві. По-друге, потрібно забезпечити підприємства досконалими засобами для перевірки справності техніки. По-третє, необхідно запровадити різні форми організації використання техніки та механізмів з метою забезпечення вчасності їхньої підготовки до використання у виробничому процесі.[3 с. 145]

Далі, оцінку результатів модернізації потрібно проводити за видами ефективності. Наприклад, технічну ефективність можна прослідкувати за зростанням продуктивності роботи агрегатів та механізмів. Технологічна ефективність визначається за продуктивністю худоби на одиницю вартості використаних технічних ресурсів. Корпоративна ефективність проявляється в зростанні рівня оплати праці та поліпшення умов праці персоналу молочного господарства.[1 с. 76]

Сутність зазначеного вище зводиться до того, що сьогодні сільськогосподарські підприємства, які мають в своєму продуктовому портфелі молочний напрямок бізнесу, повинні основною ціллю стратегічного напрямку розвитку ставити оновлення основних засобів згідно з сучасними інноваційно-інвестиційними тенденціями в галузі. Тому для якісного впровадження цієї стратегії запропоновано ряд ефективних дій, які зводяться до безперервного контролю якості наявних засобів виробництва, оптимізації організаційної структури підприємства та впровадження фінансових механізмів для забезпечення матеріально-технічної модернізації[2 с. 2-3].

Список використаних джерел

1. Михайлов, М. Г. Методичні засади вдосконалення системи матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників. Економіка АПК, 2017, 6: 73-79.
2. Терлиця, О. О.; Лагодиєнко, В. В. Фінансово-кредитна складова матеріально-технічного забезпечення аграрних підприємств регіону. Економіка. Управління. Інновації, 2011, 1.
3. Бондаревская, Ксения Валентиновна. "Материально-техническое обеспечение аграрных предприятий как фактор их прибыльности." *Theoretical & Applied Science* 2 (2014): 143-145.
4. ШУЛЬГА, О. Проблеми матеріально-технічного забезпечення підприємств аграрного сектору України. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, 2009, 1: 67-73.
5. Захарчук, О. В.; Михайлов, М. Г. Оцінка економічної ефективності використання матеріально-технічної бази підприємств. Економіка АПК, 2017, 2: 25-32.
6. КОВАЛЁВ, И. Л. Техобслуживание оборудования молочных ферм. Нормы расхода материальных ресурсов. *Молочная промышленность*, 2012, 8: 10-13
7. Михайлов, Н. Г. "Развитие материально-технической базы аграрных предприятий Украины." *Экономика и бизнес: теория и практика* 11 (2017).

УДК 331.45

ЗАСТОСУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ESH ПРОЦЕДУР В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

Трофименко Є.Є., студент
Костюк О.Д. кандидат економічних наук, доцент
Кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Галузь ESH (Environment, Safety, Health) менеджменту відповідає за екологічну безпеку (E), безпеку виробництва (S) та гігієну виробництва (H). Більш вживаним у нашій країні є термін «охорона праці».

Охорона праці — це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності [1].

Кожне підприємство повинно відповідати за життя і здоров'я всіх своїх співробітників під час робочого процесу. Це визначає високий рівень виробничої діяльності, оскільки немає нічого ціннішого за життя та здоров'я працівника.

Перед початком роботи нового співробітника роботодавець згідно зі ст. 29 Кодексу законів про працю України зобов'язаний проінформувати його про умови праці, наявні на його робочому місці. У тому числі, про всі небезпечні чи шкідливі виробничі фактори, які ще не усунуто, та про можливі наслідки їх впливу на здоров'я працівника, а також про можливі пільги та компенсації за роботу в таких умовах.

Крім того, при прийнятті на роботу всі працівники повинні за рахунок роботодавця пройти вступний інструктаж, навчання, перевірку знань, первинний інструктаж на робочому місці, стажування і набуття навичок безпечних методів праці. Тільки після цього працівники допускаються до самостійної роботи. Вступний інструктаж проводить спеціаліст з охорони праці, а первинний – безпосередній керівник працівника [2].

Правовою основою діяльності щодо охорони праці є Конституція України, Закон України «Про охорону праці» від 1992 року та нормативно-правові акти.

Нормативно-правові акти з охорони праці — це правила, норми, регламенти, положення, інструкції та інші документи, обов'язкові для виконання. Опрацювання та прийняття нових, перегляд і скасування чинних нормативно-правових актів з охорони праці провадяться центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони праці, за участю професійних спілок і Фонду соціального страхування України та за погодженням з органами державного нагляду за охороною праці.

Нормативно-правові акти з охорони праці переглядаються в міру впровадження досягнень науки і техніки, що сприяють поліпшенню безпеки, гігієни праці та виробничого середовища, але не рідше одного разу на десять років. Нормативно-правові акти з охорони праці є обов'язковими для виконання у виробничих майстернях, лабораторіях, цехах [1].

Також діяльність з охорони праці може регламентуватися корпоративними розпорядженнями та процедурами. Вони можуть як і доповнювати сучасні вітчизняні нормативно-правові акти з охорони праці, так і не мати аналогів серед них.

Корпоративні процедури з охорони праці у Байєрі є універсальними для всіх філіалів компанії, що знаходяться в економічному регіону ЕМЕА - у Європі, на Близькому Сході та в Африці. Налічується 66 корпоративних процедур. Серед яких 9 з екологічної безпеки, 10 з гігієни виробництва, 27 з безпеки виробництва та 20 інших загальних процедур з охорони праці. Їх дотримання гарантує високий міжнародний рівень охорони праці на виробництві, здоров'я співробітників та підтримку стабільно успішного іміджу організації.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про охорону праці» від 14.10.92. [Електронний ресурс] / zakon.rada.gov.ua. 27.02.21. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>.
2. Охорона праці на підприємстві: що потрібно знати? [Електронний ресурс] //dsp.gov.ua. 09.06.19. Режим доступу до ресурсу: <https://te.dsp.gov.ua/ohorona-pratsi-na-pidpryyemstvi-shto-potribno-znaty/>.
3. Насінневий завод. [Електронний ресурс] / bayer.com. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://www.bayer.com/uk/ua/seed-plant>.

УДК 339.9.012.435

РОЛЬ НЕТАРИФНИХ ЗАХОДІВ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Суха Т.М., студентка
Міщенко І.А, к.е.н., доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

У другій половині ХХ в. в міжнародній торгівлі відбувалося послідовне зниження ролі тарифних інструментів в регулюванні глобальної торгівлі.

По-перше, створення і розширення спочатку Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), а потім і Світової організації торгівлі (СОТ) мало одним з ключових завдань зниження тарифних обмежень в світової торгівлі, що

скоротило можливості країн світу щодо застосування механізмів тарифного захисту. Слід зазначити, це завдання було значною мірою виконане. Наприклад, середній рівень імпортного тарифу розвинених країн знизився з приблизно 40% в кінці 1940-х рр. до 5,5% до 1990 р .; середній тариф на сільськогосподарські і несільськогосподарські товари знизився з 19,9% і 7,2%, відповідно, в 1995 р до 7,4% і 2,4% в 2008 р. [2].

По-друге, отримали активний розвиток формати міжнародних регіональних інтеграційних об'єднань, а також механізми преференційних торгових угод і угод про зону вільної торгівлі, в рамках яких також здійснювалося зниження тарифного захисту національних ринків держав-учасників. Так, за станом на травень 2018 року в СОТ було нотифіковано 673 регіональних торговельних угод, включаючи угоди про торгівлю послугами та інтелектуальної власністю, а також по інвестиційній та інфраструктурній співпраці.

Обидва ці процеси призвели до того, що міжнародні обмеження у використанні нетарифних заходів виявилися слабкішими обмежень, що діють щодо тарифних заходів. Це підвищило привабливість НТЗ для регулювання торгових потоків [3], що було помітним, наприклад, під час глобальної фінансово-економічної кризи 2008 р.

Ряд передумов, що впливають як з природи даного виду заходів, так і тенденцій розвитку глобальної торгівлі товарами і послугами:

- 1) зростання географічної і товарної диверсифікації глобальної торгівлі;
- 2) широкий перелік нетарифних заходів;
- 3) ефективність застосування.

В результаті, якщо на початок 2000 р. в світі діяло трохи більше 3 тис. НТЗ, то до 2010 р. це число наблизилося до 10,5 тис., а до 2020 р. – перевищило 13,5 тис (рис. 1).

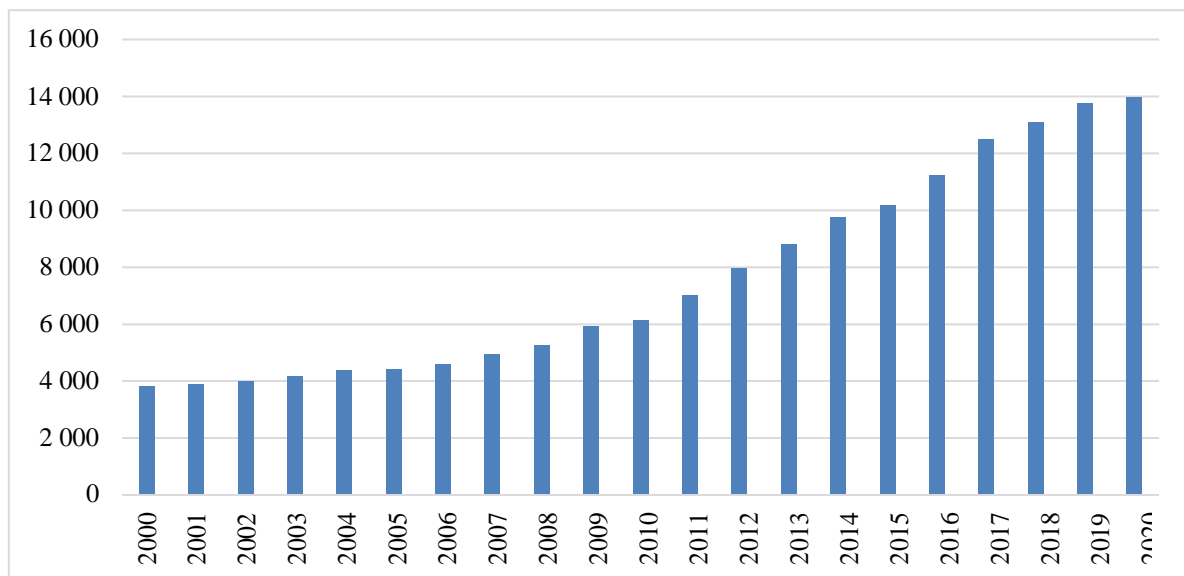


Рис. 1 Кількість нетарифних заходів, які застосовувалися країнами світу в 2000-2020 рр.

Джерело: сформовано автором за даними [1]

Відповідно, зросли і ефекти впливу НТЗ на світову торгівлю. Тарифний еквівалент застосування основних НТЗ становить 12% для загального товарообігу та 10% – при зважуванні з урахуванням імпорту. При цьому рівень тарифного еквівалента зростає до 45% і 32% відповідно, якщо розрахунок проводиться лише щодо товарних позицій, регульованих НТЗ.

Наявність НТЗ зробило ціни на одяг вищі на 15% в США, на 66% – в ЄС, на 25% – в Канаді; ціни на папір і товари з паперу вищі на 67% – в Південно-Східній Азії, на 119% – в Південній Азії і на 199% – в Японії; ціни на шкіряне взуття вищі на 39% в Японії і на 80% – в Мексиці і країнах Центральної Америки; на рослинні масла і жири – на 30% в Мексиці, на 49% в Південно-Східній Азії і на 90% – в Південній Африці.

ЮНКТАД в ході дослідження в 2012 р. [4] прийшла до висновку, що обмежувальний вплив НТЗ практично в 2 рази перевищує аналогічну дію тарифних заходів.

В якості найбільш поширених НТЗ в даний час виступають санітарні та фітосанітарні заходи та технічні вимоги, які за станом на початок 2020 р. сумарно становили приблизно половину від загального числа НТЗ, що застосовуються в світі (рис. 2).

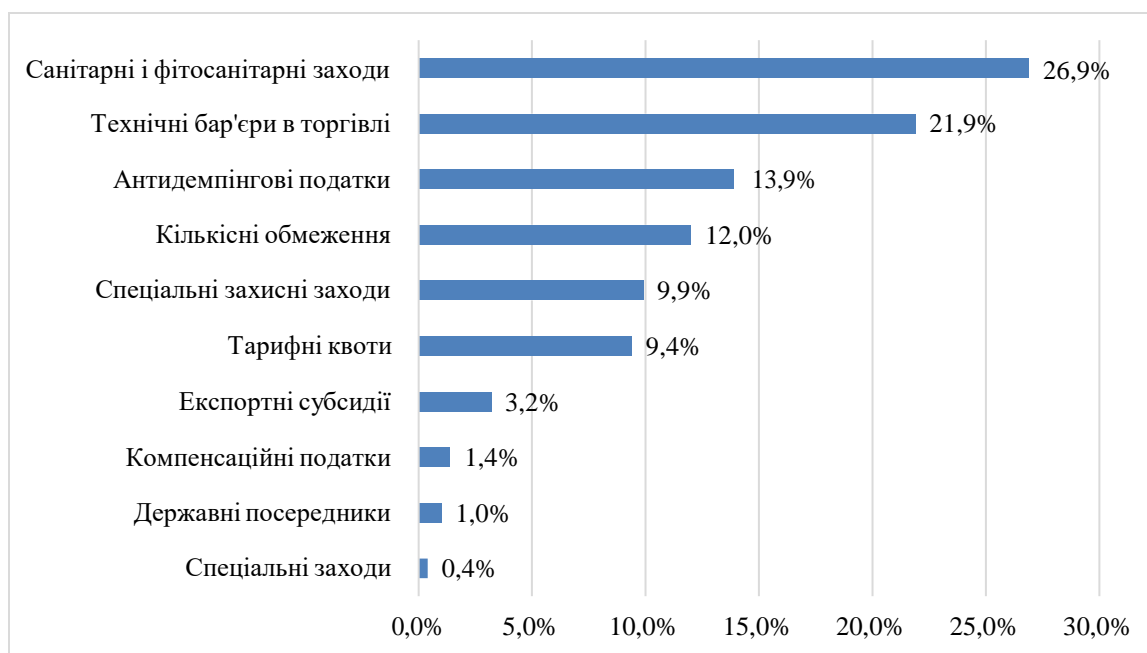


Рис. 2 Частка окремих видів НТЗ в загальній кількості НТЗ, що застосовуються країнами світу (станом на початок 2020 р.)
Джерело: сформовано автором за даними [1]

Головним чином, нетарифні заходи застосовуються в регулюванні торгівлі продуктами харчування і сільськогосподарською сировиною, хімічними товарами, гумовими і пластмасовими виробами, машинами, обладнанням і виробами з них та металами (рис. 3).



Рис. 3 Розподіл нетарифних заходів, що застосовуються країнами світу, за категоріями товарів (на початок 2020 р.)
Джерело: сформовано автором за даними [1]

Специфіка застосування окремих нетарифних заходів щодо конкретних категорій товарів різна. Так, санітарні та фітосанітарні заходи застосовуються щодо продуктів харчування та сільськогосподарської сировини, технічні бар'єри – щодо продуктів харчування і сільськогосподарської сировини, хімічної продукції і машин, обладнання та транспортних засобів, антидемпінгові мита – щодо хімічних товарів і металів, спеціальні захисні заходи – щодо продуктів харчування і сільськогосподарської сировини, кількісні обмеження – щодо продуктів харчування та сільськогосподарської сировини та хімічних товарів, тарифні квоти, державні посередники і експортні субсидії – щодо продуктів харчування і сільськогосподарської сировини.

Список використаних джерел

1. Світова організація торгівлі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.wto.org/index.htm>
2. Laird, S., Yeats, A. Quantitative Methods for Trade Barrier Analysis / S. Laird, A. Yeats. - New York University Press. – 1990. - 307 p.
3. Anderson, S.P., Schmitt, N. Non-Tariff Barriers and Trade Liberalization / S.P. Anderson, N. Schmitt // CESifo Working Paper Series 254, - 2000. - CESifo Group Munich.
4. United Nations Conference on Trade and Development Guidelines to Collect Data on Official Non-Tariff Measures. - Geneva, Switzerland. – 2016. - 28 p.

УДК 332:339.7

УПРАВЛІННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Присяжнюк А.С., студент
Ковтун О.А., кандидат економічних наук, доцент
Кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

Світ ніколи не стоїть на місці, все довкола нас і ми в тому числі постійно перебуваємо в процесі росту та розвитку. З початком етапу глобалізації, як всеохоплюючого явища, що на початку 1990-х років захопило світ, зазнали змін

всі аспекти життєдіяльності людей. Глобалізація передбачає гомогенізацію життя: ціни, продукти, медицина, рівень прибутків, певні економічні показники набули в даному контексті тенденції до нівелювання на світовому ринку. Процес глобалізації безпосередньо сприяє появі міжнародної за масштабом системи взаємозалежності, генерує трансконтинентальні потоки; економіка практично інтегрується в цілісне поняття.

Глобалізація зображується як економічна сила політичного визволення, яка звільняє механізми утиску та відкриває нові можливості [2]. Але, з огляду на останню реакцію світу на пандемію covid-19, глобалізаційні процеси можуть бути загальмовані або призупинені.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи роль управління в міжнародному менеджменті, із впевненістю можемо стверджувати, що воно має зосереджуватися на політичних, економічних стратегіях **[Помилка! Джерело посилання не знайдено.; Помилка! Джерело посилання не знайдено.]** та практиках транснаціональних інститутів, державних органів влади, керівництва та акціонерів транснаціональних корпорацій, неурядових організацій, місцевих установ, а також на мережах [4, 13], сформованих перерахованими суб'єктами.

Запорукою ефективного функціонування та взаємодії складових будь-якого уряду в умовах глобалізації є управління, а саме поняття «міжнародного менеджменту».

Досліджуючи управління в міжнародному контексті, слід спитатися на поняття глобальної політичної економії - це економічна наука, що займається вивченням проблем суспільного виробництва в умовах глобалізації, досліджує зміни в світовому господарстві за умов процесів інтеграції, проводить аналіз глобального економічного середовища за розглядом політичних та економічних аспектів. Особливим завданням глобальної політичної економії є розробка спеціальної моделі закономірностей та функціонування економічної системи в країнах, що перебувають в умовах глобального розвитку, оскільки застосування знань та навичок звичайної політекономії в умовах глобалізації є неефективним.

Глобалізація призвела до послаблення національного суверенітету регулюючої функції держави, яка вже не здатна обороняти національну економіку від небажаних впливів з боку транснаціональних корпорацій (ТНК), які задають тенденції, формують власні правила на глобальному рівні. Беручи до уваги цей факт, особливу увагу слід приділити збільшенню потужності з точки зору управління такими корпораціями.

Спираючись на приріст взаємозалежності окремо між державами, між бізнес-організаціями, а також між бізнес-організаціями та державами, британські теоретики та професори Стопфорд і Стрендж [6] стверджують, що національні уряди країн, що розвиваються, визнають важливість «управління» дефіцитними ресурсами, контрольованими транснаціональними корпораціями. Вони зазначають, що взаємодія через співпрацю, ведення переговорів, укладення інвестиційних проектів ТНК та національних урядів, стимулювали структурні перетворення в технологічній, фінансовій та політичній сферах держав, що розвиваються.

Одним із аспектів даного дослідження розглянуто трикутну рамку дипломатії, розроблену британськими теоретиками. Особливість цієї рамки полягає в тому, що вона розширює поняття традиційної сфери дипломатії: «уряд повинен вести переговори не тільки з іншими урядами, але і з фірмами або підприємствами, тоді як фірми, в свою чергу, укладають угоди як з урядами, так і між собою» [7]. Цей міждисциплінарний план взаємодії урядів та компаній свідчить, що ТНК так само стурбовані питаннями управління, особливо в країнах, що розвиваються, як і самі держави.

Хоча держави все ще контролюють доступ до власної території та робочої сили, корпорації контролюють капітал та технології (або мають кращий доступ до обох). Завдяки зростаючому значенню капіталу та технологій у глобальному капіталізмі, ТНК посилили свою переговорну силу. Зрештою, уряди та компанії повинні навчитися ефективніше керувати цими новими процесами задля стійкого економічного зростання.

Дебати про необхідність мультидисциплінарних, міждисциплінарних, багаторівневих та міжкультурних спільних досліджень у галузі міжнародного менеджменту посилюються протягом останніх років [1].

Коротко кажучи, ці аргументи встановлюють розуміння того, що ні економічні показники транснаціональних корпорацій, ні політична діяльність урядів не можуть вирішуватися в рамках, орієнтованих лише на поодинокі управління. Відповідно, і корпорації і держави повинні визнати необхідність взаємодії. Вони могли б проблематизувати не лише приватних суб'єктів та організацій, а й громадських; не лише приватні риси ТНК та публічні особливості держав, а переважно публічні та приватні риси обох.

Можемо стверджувати, що економічні інтереси держав в наш час набувають додаткових труднощів: приватні економічні інтереси проявляються однаково на всіх рівнях, але національні інтереси, інтереси транснаціональних корпорацій та міжнародних суб'єктів мають різні прояви. Хоч на розвиток держав в глобалізаційних умовах впливають як історично стійкі складові, що притаманні будь-якій моделі господарювання, так і соціально-культурні фактори, такі як переконання, цінності, національні особливості керування та підприємництва. Тому предметом глобальної політекономії лишається вивчення взаємин між людьми в процесі соціально-економічної взаємодії, проте з обов'язковим врахуванням усіх змін, притаманних економіці в ході процесу глобалізації.

Висновки. В результаті зростання значимості ТНК для світової економіки, дане дослідження виявило, що міжнародне управління включає в себе не лише керівників та їх конкретні потреби, а й різні типи соціальних та політичних суб'єктів. Позиція управління в міжнародному менеджменті може допомогти дослідникам та інтернаціональним менеджерам з більшою точністю зрозуміти сутність міжнародного управління, зосередившись на політичній та економічній практиці транснаціональних інститутів, державних органів влади, вищих керівників та акціонерів ТНК, неурядових організацій, місцевих установ, а також на мережах, сформованих цими суб'єктами.

На засадах трикутної структури дипломатії, визначено, що дослідникам міжнародного управління необхідно розвивати міждисциплінарні дослідження в міжнародному менеджменті, міжнародній політичній економіці, а також міжнародній сфері бізнесу. Така структура може краще представляти складність відносин бізнесу та уряду в країнах, що розвиваються в контексті глобалізації.

Цей тип міждисциплінарних розробок нелегко здійснити внаслідок домінування глобалістичної теорії у сфері міжнародного управління. Відповідно до цього, дослідникам з міжнародного управління слід визнати, що транснаціональні корпорації скористалися ослабленням держав в епоху глобалізації і що це в свою чергу призвело до суперечливих результатів. З цієї причини, міждисциплінарний підхід, запропонований цим дослідженням, міг би бути ефективно запроваджений у країнах, що розвиваються, при отриманні підтримки основних академічних інститутів та установ.

Сфера міжнародного менеджменту є надто важливою в контексті глобалізації, тож її слід розглядати з точки зору, що включає політичний, економічний та ідеологічний аспекти знань в галузі управління [2].

Список використаних джерел:

1. Boddewyn J. The meanings of «international management»: management international review / J. Boddewyn, B. Toyne, Z. Martínez; 2004. – 195-212.
2. Clark T. Global myopia: globalization theory in international business. Journal of International Management / T. Clark, L. Knowles; 2003. – 361-372.
3. O'Brien R. And Williams M. Global Political Economy. Evolution and Dynamics. – New York, 2004.
4. Sklair L. Globalization, capitalism & its alternatives / L. Sklair; Oxford: Oxford University Press, 2002.
5. Steffek J. The legitimation of international governance: a discourse approach. European Journal of International Relations / J. Steffek; 2003. – 249-275.

УДК 656.614.3

**ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РИНОК МОРСЬКИХ
КОНТЕЙНЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ 2020-2021 РР.**

Нікора О.І.,

начальник відділу морських перевезень,

ТОВ «Аджиліті логістікс», м. Київ, Україна

2020 рік видався нелегким для всіх сфер господарювання та не обійшов стороною міжнародну морську логістику. Пандемія значно вплинула не лише на морські перевезення, а й взагалі в цілому на логістику – міжнародну та локальну, оскільки, весь ланцюг постачання взаємопов'язаний.

В даній роботі ми здійснили короткий огляд проблем, з якими зіткнувся ринок морських контейнерних перевезень в умовах пандемії COVID-19:

- різке скорочення ринку контейнерних перевезень в першій половині 2020 року та різке зростання обсягів перевезень в другій половині 2020 року;
- зростання ставок фрахту в геометричній прогресії;
- зниження рівня надійності розкладу руху контейнеровозів та значне порушення судноплавними лініями транзитного часу і термінів постачання;
- рекордно-високий дефіцит контейнерів у Китаї;
- затримка постачання продовольчих товарів.

Далі розглянемо причини вказаних проблем для того, щоб зрозуміти всю складність ситуації на ринку морських контейнерних перевезень на сьогодні.

В першому кварталі 2020 року, через введення локдауну у Китаї, глобальний ринок морських контейнерних перевезень скоротився на 4,7% в порівнянні з попереднім роком. У другому кварталі 2020 року через введення жорстких локдаунів в більшості країн світу попит на контейнерні перевезення скоротився на 9,6% в порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. Таким чином, за результатами першого півріччя зниження обсягів перевезень у світі склало 6,6%. Судноплавні лінії у березні 2020, як завжди, в очікуванні зростання перевезень у квітні-травні, підвищили ставки морського фрахту, але через

подальше скорочення об'ємів перевезень вже у квітні почали поступово знижувати ставки фрахту. Введення локдаунів в країнах Європи та США, де знаходяться одні з найбільших морських портів, багато з яких являються транзитними, призвело до затримки в обробці суден, що, у свою чергу, призвело до заторів у цих портах та, як наслідок, до порушення графіків руху контейнеровозів.

Друга половина 2020 року виявилась позитивною, але досить відносно та тільки з боку об'ємів перевезень. З іншого боку, ринок контейнерних перевезень спіткала більш серйозна та непрогнозована проблема, що стала наслідком не лише пандемії, а й наслідком подій у світовій торгівлі 2019 року. Вірус вдарив якраз тоді, коли ринок був ослаблений несприятливими умовами [4, 5] торгівлі у 2019 році. Значний вплив мало посилення торгових та політичних суперечностей між Китаєм та США, невизначеність умов та строків виходу Великобританії з ЄС, торговий конфлікт між Японією та Кореєю.

У третьому кварталі обсяг морських контейнерних вантажоперевезень наблизився до показників аналогічного періоду минулого року. Причиною зростання обсягів перевезення стало різке зростання попиту у США та Європі на такі товари як побутова техніка, товари для дому, тренажери, іграшки й т.п. Люди, опинившись замкнутими у домі та без можливості користування спортзалами, ресторанами, кафе та кінотеатрами, почали активно облаштовувати свої будинки, роботи ремонту. Інтернет-магазини були переповнені замовленнями, деякі покупці були змушені чекати свої замовлення майже місяць. Китай на цей час відновив свою роботу та намагався якомога швидше відвантажувати замовлення.

Але у четвертому кварталі почався найважчий період: з кінця жовтня морські контейнерні лінії зіткнулися з нестачею порожніх стандартних 40-футових контейнерів у Китаї та при подальшому сезонному збільшенні об'ємів перевезень це швидко стало проблемою, яка призвела до різкого збільшення ставок фрахту на всіх напрямках з Азії. Так, на прикладі напрямку Азія–Україна ставки фрахту для стандартних контейнерів вирости з 1900-2500 дол. США/40

до майже 4000 дол. США/40 у жовтні. В листопаді ставки піднялись до 8000 дол. США і при цьому не можливо було отримати букінг – через нестачу контейнерів судовиходи були перебуковані на 1-1,5 місяці наперед. Якщо лінія і підтверджувала букінг, то треба було знайти порожні контейнери – і це вже була задача Відправника чи Фрахтового експедитора. Пізніше (грудень – лютий) деякі лінії почали вводити додатковий сервіс – гарантоване надання порожнього обладнання під букінг. Такий сервіс коштував 1000 – 1500 дол. США за контейнер. В другій половині грудня 2020 та січні 2021 ставки фрахту за 40-футові контейнери перевищили 10000 дол. США. Деякі лінії на грудень скасовували судовиходи з Китаю та організовували повернення порожнього обладнання. Весь цей колапс був спричинений дисбалансом через торгове ембарго між Китаєм та США. Китай став менше закуповувати американських товарів, а попит США на китайські товари збільшився. Тобто ріст контейнерних перевезень був досить локальним – попит на перевезення через збільшення експорту товарів з Азії в Північну Америку приблизно на 12%, а у зворотному напрямку перевезення скоротилися майже на 14%. Це призвело до значного накопичення порожніх контейнерів в портах Північної Америки та Європи та значної нестачі порожніх контейнерів у портах Азії, особливо Китаю. Така ситуація призвела до певного хаосу в морських перевезеннях: протягом 5 місяців спостерігалось падіння надійності розкладу руху й у грудні 2020 дотримання розкладу впало до 44,6% – це найнижчий показник з 2011 року. Дефіцит породив нову проблему – затримка в постачанні продовольчих товарів, які накопичувались в самих невідповідних місцях, допоки лінії перевозили порожні контейнери в Китай не дочекаючись зворотного завантаження. Так, наприклад, Таїланд не міг відвантажити рис, Канада – горох, а Індія – цукор. Одною з причин такого дефіциту є те, що Китай швидше за інші країни впорався з наслідками пандемічної кризи, активізував експортну діяльність та був готовий до виплати премій за отримання контейнерів.

Найбільше відчує наслідки впливу кризи малий бізнес та кінцеві споживачі [1, 2, 6]. Малий та середній бізнес зменшив імпорт з Китаю, оскільки при таких високих ставках фрахту їм важко конкурувати з великими компаніями [3].

Пандемія COVID-19 вчинила значний вплив на економічну ситуацію в вантажоперевезеннях. За 1 рік відбулося значне скорочення попиту, а за ним настало стрімке зростання попиту на 40-футові контейнери, що стало найбільшим за всю історію морських контейнерних перевезень.

Нині ситуація з порожнім обладнанням та місцями на суднах подекуди покращилась, але ставки тримаються на рівні листопада 2020 року і поступово зростають у всіх інших напрямках.

Список використаних джерел

1. Луцяк В. В. Життєвий цикл малого виробничого підприємства. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2015. Т. 21. №. 4. С. 45–52.
2. Луцяк В. В. Забезпечення конкурентоспроможності малих виробничих підприємств засобами стратегічного управління. Київ : НУХТ, 2014. 292 с.
3. Луцяк В. В., Семенюк І. В. Організаційні здібності як основа адаптаційного управління конкурентоспроможністю підприємства. Регіональна бізнес-економіка і управління. Вінниця: ВФЕУ. 2016. № .3(51). С. 12–19.
4. Луцяк В. В., Стратійчук В. М. Особливості формування товарної стратегії підприємства. Науковий вісник Чернівецького університету : Збірник наук. праць. 2015. Вип. 730-731. С. 60–62.
5. Остапчук А. Д. (2010). Рівень розвитку сільських територій як індикатор сталості аграрного сектору. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України, 154 (3), 280–284. Вилучено з: <http://elibrary.nubip.edu.ua/8563/1/OAD.pdf>.
6. Остапчук А. Д. Мале підприємництво - основа сталого розвитку сільських територій. URL: <http://elibrary.nubip.edu.ua /12831/1/1load.pdf> (дата звернення: 01.02.2021).

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СИСТЕМ КОНТРЕЙЛЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Красноштан О.М., к. т. н.,
Національний транспортний університет, Київ, Україна

Останнім часом у транспортній галузі України сталось ряд змін, які потягнули за собою виникнення системних проблем. Зазначені зміни та наслідкові проблеми стались фактично в усіх галузях транспорту. Однак, найбільш відчутними вони виявились на автомобільному та на залізничному видах транспорту. Це пов'язано із їх масовістю та загальнодоступністю. Відповідно, системні збої в їх роботі відчуває на собі фактично кожен громадянин та кожен активний учасник економічного процесу в державі .

Стосовно залізничного транспорту – головною системно проблемою галузі на сьогодні є так звана «проблема надлишкової інфраструктури». Полягає вона в тому, що при фактичній незмінності ступеня розвитку інфраструктури в порівнянні з початком 90-х років минулого сторіччя, обсяги перевезень суттєво скоротились. Так, якщо залізничним транспортом України в 1989 році було перевезено 1,07 млрд. тон вантажів, то в 2020 році – 305 млн тон, тобто більш ніж втричі менше. Відповідно, втричі скоротились як вантажооборот, так і вантажонапруженість інфраструктури. При цьому надлишкова інфраструктура вимагає витрат на її утримання.

Головними критеріями, які традиційно визначають якість та привабливість для користувачів будь-якої транспортної системи є [1]: швидкість (можливість вчасно доставити вантаж); продуктивність (пропускна або перевізна здатність); безпека (безпека руху та забезпечення збереженості вантажу); безвідмовність (можливість виконувати потрібні функції в певних умовах протягом заданого інтервалу часу, як елемент надійності згідно ДСТУ 2860-94).

Поточні умови жорсткої конкуренції [2] на транспортному ринку визначають п'яту категорію, яку умовно можна визначити як гнучкість.

При цьому в загальному випадку ці показники знаходяться в певному протиріччі [3]. Так, наприклад, при підвищенні гнучкості неодмінно (за інших рівних умов) безумовно знизяться як продуктивність, так і швидкість. Це саме стосується швидкості та безпеки: для підвищення швидкостей руху без зменшення допустимого рівня безпеки необхідним є застосування ряду прогресивних технічних рішень.

Принципово, контрейлерні перевезення мають всі підстави для бурхливого розвитку в умовах українського транспортного ринку. Головною перевагою їх повинна стати швидкість перевезень, яка забезпечить менші строки доставки вантажів порівняно із автомобільним транспортом.

Пошук способів підвищення ефективності транспортних систем є актуальним завданням, спрямованим на підвищення добробуту суспільства та задоволення потреб економіки у перевезеннях [5, 6]. Одним з реальних і універсальних способів його вирішення є застосування комплексно оптимізованих контрейлерних перевезень.

Контрейлерні перевезення мають значні перспективи розвитку в Україні за умови вирішення ряду технічних та технологічних проблем [4, 7]. Вирішення зазначених проблем повинно бути спрямоване на досягнення більшої операційної гнучкості та адаптивності до потреб клієнтів – вантажовласників, вантажовласників та автоперевізників при дотриманні умов збереження та підвищення перевізної здатності (продуктивності) та швидкісних характеристик (маршрутної швидкості, швидкодії).

Застосування технологічних рішень, що використовуються в країнах Європейського Союзу не є можливим з огляду на технічні особливості транспортної системи України та особливості організації експлуатаційної роботи.

Найбільш ефективним підходом до вирішення зазначених проблем є використання методології спрямованого синтезу складних систем. Особливістю

цієї методології є те, що вона дозволяє вийти на наперед задані параметри складної системи.

Синтезована структура терміналу для забезпечення вискоефективного швидкого вантажообміну при організації контрейлерних перевезень дозволяє здійснювати вантажообмін контрейлерних поїздів на проміжних станціях їх маршруту за мінімальний час без суттєвого зниження маршрутної швидкості та перевізної здатності системи.

Застосування синтезованої технології дозволить розширити можливості для розвитку системи контрейлерних поїздів, що своєю чергою дозволить значно підвищити рівень транспортної системи загалом за всіма основними параметрами: швидкість та продуктивність, безпечність, екологічність, економічна ефективність тощо.

Список використаних джерел

1. Ломотько Д. В., Красноштан О.М. *Вісник Національного транспортного університету. Серія «Технічні науки». Науково-технічний збірник.* 2021. Вип. 1(48). С. 188–202. URL: <http://publications.ntu.edu.ua/visnyk/48/188-202.pdf> (дата звернення: 15.04.2021).
2. Луцяк В. В. *Забезпечення конкурентоспроможності малих виробничих підприємств засобами стратегічного управління.* Київ : НУХТ, 2014. 292 с.
3. Луцяк В. В., Стратійчук В. М. Особливості формування товарної стратегії підприємства. *Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наук. праць.* 2015. Вип. 730-731. С. 60–62.
4. Мельник Т. С., Красноштан О. М., Христофор О. В. Розвиток маркетинг-логістики в секторі залізничних пасажирських приміських і регіональних перевезень. *Збірник наукових праць SCIENTIA.* 2021. С. 92–95. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/download/8190/8162> (дата звернення: 15.04.2021).
5. Остапчук А. Д. (2010). Рівень розвитку сільських територій як індикатор сталості аграрного сектору. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України.* 2010. 154 (3). 280–284. Вилучено з: <http://elibrary.nubip.edu.ua/8563/1/OAD.pdf>.
6. Остапчук А. Д. *Мале підприємництво - основа сталого розвитку сільських територій.* URL: <http://elibrary.nubip.edu.ua/12831/1/1load.pdf> (дата звернення: 01.02.2021).
7. Прохорченко А. В., Маловічко В. В., Декарчук О. М., Красноштан О. М., Казмірчук Н. В. Сучасні напрями автоматизації диспетчеризації руху поїздів на залізницях світу та перспективи їх упровадження в Україні. *Збірник наукових праць УкрДУЗТ.* 2017. Вип. 173. С. 114–136.

УДК: 339.920:061.1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вакуленко О.О., студентка
Файчук О.М., к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна*

В умовах сучасного розвитку економіки як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринку підприємство має забезпечувати якісне стратегічне управління аби залишатись конкурентоспроможним та не втрачати позиції. Як результат, підприємства мають постійно відслідковувати негативний вплив на здійснювану господарську діяльність, що може стримати розвиток експортної ефективності.

Питанням стратегічного управління напрямів підвищення експортної ефективності підприємства присвячені праці багатьох науковців, серед яких варто виділити О. Галаган, Т. Бондарєва, А. Бондаренко, А. Осадчук, А. Фатенок-Ткачук та інші.

Серед існуючих теоретичних підходів до визначення питання стратегії підприємства, варто звернутись до думки О. Гончаренко, який визначає стратегію підприємства як це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення [1]. А. Томпсон у своїй науковій праці звертає особливу увагу на те, що стратегія підприємства – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей [2]. Отже, можемо зробити висновок, що стратегія являє собою сукупність визначених цілей підприємства та тих напрямів, якими дані цілі можуть бути досягнуті.

Наступне питання, яке варто розглянути це те, на що спрямована стратегія підприємства в умовах здійснення зовнішньоекономічних операцій, а саме

експорту. Так як підприємство завжди прагне отримати максимальний прибуток, здійснення експортних операцій має бути ефективним. Поняття ефективності експортних операцій розкриває С. Мочерний, який стверджує, що ефективність експорту проявляється в тому наскільки він є вигідним для підприємства [3]. З іншого боку розглянув це питання В. Андришин, який зазначає, що експортна діяльність здійснюється на рівні виробничих структур та орієнтована на отримання прибутку. Вона є складовою частиною виробничо-комерційної діяльності підприємства та характеризується самодостатністю у виборі іноземних партнерів, номенклатури продукції, встановлення цін, об'ємів та строків поставки [4].

Варто зазначити, що кожне підприємство має відмінні показники господарської діяльності та фактори впливу зовнішнього і внутрішнього середовища тому вибір стратегічного напрямку підвищення економічної ефективності є індивідуальним питанням. Проте, спираючись на досвід науковців та приклади функціонування вітчизняних підприємств ми можемо навести перелік основних напрямів, які підприємство може інтерпретувати та адаптувати під свою діяльність. Тому, основні стратегічні напрями підвищення ефективності експорту включають:

1. Диверсифікація продукції на експорт, що виробляє підприємство, тобто виробництво товарів, які в технологічному та маркетинговому аспекті пов'язані з існуючими товарами фірми;
2. Дотримання мінімальних витрат, а саме досягнення підприємством мінімуму сукупних витрат на одиницю експортної продукції і отримати прибуток вище середнього у галузі на ринку;
3. Залучення до проведення господарської діяльності провідних інжинірингових та інших послуг для виробництва, що зможуть забезпечити вищу якість експортної продукції та меншу ціну;
4. Удосконалення планувальної експортної діяльності підприємства, що забезпечить кращий розподіл ресурсів на експортну продукцію;

5. Залучення іноземних інвестицій для збільшення виробничих потужностей та збільшення обсягу та якості експортованої продукції;
6. Залучення державної підтримки у здійсненні експортної діяльності.

Вибір напрямку підвищення ефективності експортних операцій підприємства узгоджується керівництвом підприємства та детально аналізується план дій та власне мета щодо реалізації обраної стратегії. Також керівництво має визначити які ресурси потребує виробництво та сама організація для реалізації напрямку, а також поставити конкретні завдання перед працівниками щоб правильно організувати їхню роботу.

Отже, вибір стратегічного напрямку для підвищення ефективності експортної діяльності включає досягнення конкретних поставлених цілей, а саме який показників підприємство прагне досягти, або на які ринки розширити постачання своєї продукції. Саме тому підприємство має визначити цілі, розробити програму дій та супроводити реалізацію даної програми. Вибір конкретного напрямку підвищення ефективності може бути визначеним лише за наявності повного аналізу як внутрішнього середовища так і зовнішнього із прорахунком усіх показників, що впливають на здійснення експортної діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко О.М. Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації / О.М. Гончаренко / Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 1. – № 56. – С. 35–40.
2. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ; Пер. англ. – М. : „Вильямс”, 2003. – 928с.
3. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник: у 2-х т. / С.В. Мочерний, А.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.Г. Юрій; за ред. С.В. Мочерного. – Т.2. – Львів: Світ, 2006. – 568с.
4. Андришин В. П. Фактори ефективності експортної діяльності підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 5, Ч. 2. С. 11–14.

УДК: 339.920:061.1

ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Жук А. Ю., студентка
Файчук О.М., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Регулювання міжнародної торгівлі в Україні має певні здобутки та виклики у даній сфері. Регулювання міжнародної торгівлі відбувається з використанням і тарифних, і нетарифних заходів. Також можна сказати, що формування зовнішньоторговельної політики України в сучасних умовах європейської інтеграції здійснюється в поєднанні політики вільної торгівлі та протекціоністської політики держави. Лібералізація торгівлі та відкриття світових ринків протягом останніх двох десятирічч були безперечною тенденцією, що справила значний вплив на світову економіку. Водночас зростання світових виробничих потужностей, обсягів торгівлі та глобальної конкуренції, яка найбільше відчувається на сировинних ринках, примушує уряди замислюватися над тим, як зберегти і підтримати вітчизняного виробника, а з ним – і робочі місця та податкові нарахування. Саме тому, у світі активно поширюється протекціонізм, що може мати негативний вплив на країни-експортери, в тому числі і Україну.

Тарифні та нетарифні заходи є тими методами, які безпосередньо впливають на імпорт, експорт, транзит і контроль за якістю товарів. Згідно зі статтею 271, частини 2, 3, Митного кодексу України:

2. В Україні застосовуються такі види мита:

1) ввізне мито;

2) вивізне мито;

3) сезонне мито;

4) особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне, додатковий імпортний збір.

3. Забороняється застосовувати інші види мита, крім тих, що встановлені

цим Кодексом. [1]

В Україні діють експортні мита на шкіру, насіння льону, соняшнику та рижу, живу худобу, брухт чорних і деяких кольорових металів, природний газ.

Загальним правилом, яке діє для всіх членів СОТ, є обов'язок утримувати мита на одному рівні для всіх торгових партнерів, не створювати додаткових перешкод для іноземних експортерів і не підіймати ставки мит вище, ніж погоджені для країни максимальні розміри, а так як Україна є членом СОТ, так само повинна дотримуватись усіх зобов'язань.

Щодо нетарифного регулювання, на відміну від тарифів, які жорстко регулюються умовами членства в СОТ і не можуть перевищувати максимальні ставки, нетарифне регулювання є більш гнучким та дозволяє державам застосовувати адаптивні методи для захисту вітчизняних виробників. Наприклад, при ввезенні в Україну деякі товари підлягають таким видам державного контролю:

- санітарно-епідеміологічному;
- фіто санітарному;
- екологічному;
- радіологічному;
- контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин;
- контролю за переміщенням культурної спадщини. [2]

Зазвичай такі види контролю проводяться ще в пункті пропуску і передбачають попередній документарний контроль або фактичну перевірку в пункті пропуску чи в зоні митного контролю на території України. За останні кілька років Україна переглянула й оновила свою систему технічного регулювання, привівши її у відповідність до норм і практики ЄС. Нині, в Україні діє загальна вимога щодо безпечності нехарчової продукції, за якою підприємство чи особа, що вводить продукцію в обіг, відповідає за її безпечність. Введення в обіг таких товарів дозволяється за умови, якщо вони відповідають вимогам технічних регламентів, що зазвичай підтверджується декларацією та

сертифікатом відповідності.

У свою чергу, ЄС активно захищає внутрішній ринок, використовуючи тарифні квоти. Слід зазначити, що навіть в умовах дії Поглибленої та всеосяжної зони вільної торгівлі між Україною та ЄС значна кількість вітчизняних видів товарів завозиться на європейський ринок під впливом такого зовнішньоторговельного інструменту. Наприклад, великі обсяги тарифних квот введенні на наступну сільськогосподарську продукцію українського походження: пшениця м'яка, пшеничне борошно та гранули; кукурудза, кукурудзяне борошно та гранули. Також можемо спостерігати тенденцію до збільшення щорічного обсягу тарифних квот для даних товарів, в той час як величина тарифних квот для свинини, яловичини, м'яса птиці і переважно готових видів продовольства із більш високою доданою вартістю є фактично перманентною величиною.

Підводячи підсумки, щодо формування зовнішньоторговельної політики України, можемо сказати, що вона знаходиться на етапі свого розвитку. В умовах євроінтеграції Україна здебільшого притримується доктрини лібералізму з елементами селективного протекціонізму. Також слід зазначити, що підписання угоди про створення ПВЗВТ для вітчизняних виробників та експортерів дало досить багато нових можливостей для економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
2. Іван Бараненко, юрист, Тетяна Танчин, помічник юриста. Регулювання міжнародної торгівлі: між лібералізацією та протекціонізмом. Режим доступу: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA011547
3. Європейська економічна інтеграція: навчальний посібник / С.М. Кваша, О.М. Файчук, О.В. Файчук. – К.: НУБіП України, 2019. – 282 с.

UDC: 339.920:061.1

FEATURES OF UKRAINE'S TRADE IN GOODS WITH THE EUROPEAN UNION UNDER CONDITION OF COVID-19

Mahovskij I.P., student
Oleksandr Faichuk, PhD in Economics, Associate Professor
at the Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Cooperation with The European Union is one of the main priorities of Ukraine's foreign economic policy, namely therefore, measures are currently being taken that aimed at deepening cooperation between Ukraine and the European Union, in the field of agro-industrial complex.

This is evidenced by holding regular meetings Ukraine-EU dialogue on agrarian issues, which allows systematically and constructively exchange useful information and study the EU experience on topical issues for the development of the agricultural sector of Ukraine, meetings of the Coordination Council on issues agrarian reform, the main task of which is the adaptation of the agricultural sector of Ukraine to EU conditions, as well as the conclusion of the Association Agreement between Ukraine and the EU, which presents a separate section "Rural economy and rural development "

Arrangements within the framework of the Free Zone trade with the EU create a number of benefits for the Ukrainian agricultural sector, including, in particular, liberalization of food trade, unification of sanitary and phytosanitary measures, deepening cooperation in the veterinary field and agriculture in general. European prospects increase domestic grain, oil and fruit potential create the basis for the development of the meat sector, and in the future - and the dairy sector of Ukraine.

Indeed, the EU is currently the second largest trade partner of Ukraine after the CIS. Since the early 2000s, Ukraine's trade with the EU has gradually grown, and today we have small "Pluses" of the trade balance. In terms of products, there are trade flows between Ukraine and the EU They differ significantly: Ukrainians export more agricultural raw materials, and instead import machinery and equipment, mostly from

Germany. Geography of agricultural trade of Ukraine with the EU applies to countries such as Spain, Poland, Italy, Germany, the Netherlands, Belgium and France.

The COVID-19 crisis caused both exports and imports between the EU and Ukraine to fall in 2020. Exports reached a minimum of EUR 1.5 billion in April 2020. By December 2020 they had recovered to EUR 2.1 billion. Imports reached a minimum of EUR 1.2 billion in May 2020. By December 2020 they had recovered to EUR 1.5 billion.

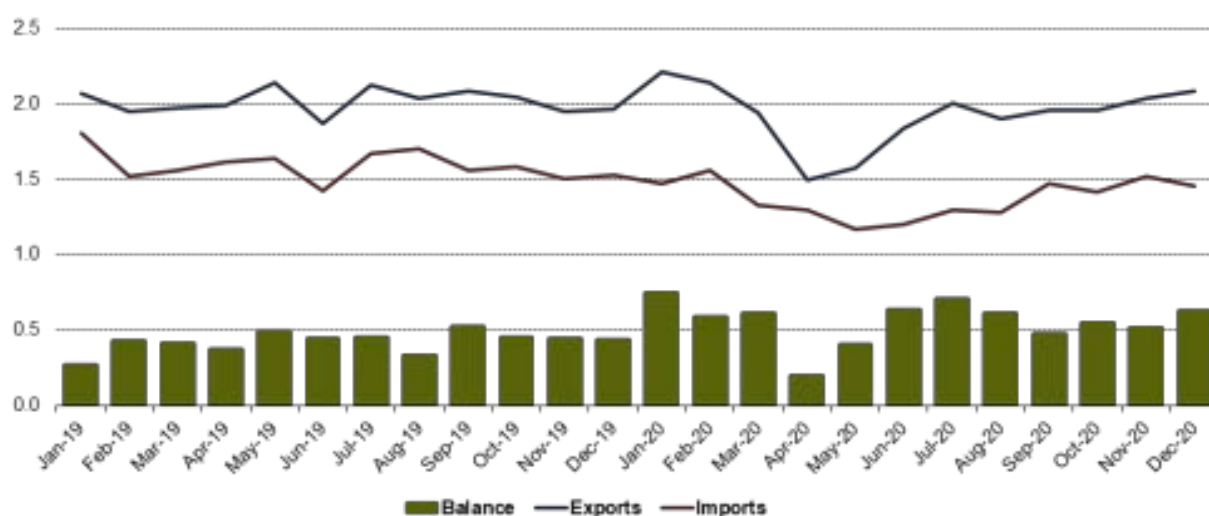


Figure 1. EU trade in goods with Ukraine, 2019-2020 (EUR billion, seasonally and working-day adjusted).

Source: Eurostat

Thus, despite the growth of trade in Ukraine with the EU, according to Eurostat, the share of trade in agricultural products with Ukraine in general the foreign trade turnover of the EU countries remains extremely insignificant. One of the most promising solutions may be to strengthen orientation for export not only raw materials but also high value-added products produced by food and processing industry

References

1. Бабенко А. Г. Державне регулювання та підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору. Економіка АПК. 2008. № 5. С. 85–88.
2. Пасхавер Б. Й., Шубравська О. В, Молдован Л. В. та ін. Виклики і шляхи агропродовольчого розвитку. К. : Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2009. 432 с.
3. Дем'яненко М. Я., Іванина Ф. В. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва. Економіка АПК. 2009. № 9. С. 3.
4. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2013 році. — К.: Державна служба статистики України, 2014. — С. 122—125.

UDC: 338.47: 35.073.537 (477)

**JUSTIFICATION OF TRANSPORT LOGISTICS DEVELOPMENT
STRATEGY**

Shevchuk A.O. student,
Mishchenko I.A., Ph.D., Associate Professor
at the Department of administrative management
and foreign economic activity,
National University of Life and Environmental Science of Ukraine

In modern conditions, the efficiency of enterprises directly depends on the level of development of transport logistics, as not all of them are sufficiently equipped with means of transport for the transportation of goods. A necessary condition for ensuring the rhythm of production processes is the relationship of technical and vehicle. For this purpose it is necessary to adjust transport to production conditions, and also its rational use with minimization of expenses.

The main goal of transport logistics is to provide the necessary transport services in the supply, marketing and processing of waste at minimal cost, with a focus on stable reduction of transport needs.

One of the main categories of transport logistics is its functions. It is through them that the content and essence of transport logistics, its tasks and purpose, as an economic, management science is revealed. The functions themselves are determined by the characteristics of the subject of transport logistics [1].

In today's world, logistics has become an integral part of business strategy, especially for organizations or industries that focus on the international market. The globalization of the economy has caused competition among businesses for location and placement. In addition, trade conditions suggest new and rapid changes. Mergers and intensive development of information and communication systems only intensify these processes. In such conditions, it is on logistics that the interaction between organizations and increase their economic efficiency is built. This is due to the increasing role of logistics services in the modern world market. Therefore, recently the growth rate of logistics services, typical of developed countries, has been observed in almost all countries involved in world trade in goods and services [2]

The LPI developed by the World Bank is a weighted average of the country's logistics system efficiency assessments, which includes:

1. "Customs" - the effectiveness of customs clearance and border management procedures;
2. "Infrastructure" - the quality of trade and transport infrastructure;
3. "International transportation" - the simplicity of organizing affordable international transportation;
4. "Quality and competence" - competence and quality of logistics services;
5. "Cargo tracking" - the ability to track and control the passage of goods;
6. "Timeliness of regulations" - the frequency with which the time spent on transporting goods to the destination is within the expected because of a predetermined delivery schedule

According to the Logistics Performance Index, Germany has the most developed logistics system. The final value of its index was 4.12 points. The top three were supplemented by the Netherlands (4.05 points) and Belgium (4.04). And the most unfavorable conditions for the work of logistics and forwarding companies are created in politically unstable Afghanistan (2.07), the Democratic Republic of the Congo (1.88) and Somalia (1.77). According to the level of efficiency of the logistics system, Ukraine ranks 69th among 160 countries. According to experts, Ukraine's logistics system is progressing. This is clearly demonstrated by the dynamics of the national logistics efficiency index [3].

One of the indicators of the country's economic growth is the growth of gross domestic product (GDP) and the developed transport infrastructure that exists between producers and suppliers, producers and consumers, and so on. Thus, the country's GDP in 2018 by type of economic activity "Transport, warehousing, postal and courier activities", which is calculated by the production method, amounted to 6.4% of total GDP, in 2017 - 7.5%, for 2016 - 7.7% [4]. The freight turnover of motor vehicles last year reached 48.8 billion tkm (14.7% more): 242.7 million tons of cargo were transported (29.7% more). The freight turnover of water transport for this period amounted to almost 3.4 billion tkm (0.7% more than in 2018): 6.1 million tons of cargo

were transported (9.2% more). The cargo turnover of air transport in 2019 was equal to 294.0 million tkm (13.4% less): 0.1 million tons of cargo were transported (7.3% less). The cargo turnover of pipeline transport last year reached 104.5 billion tkm (5.3% more than in 2018): 112.7 million tons of cargo were pumped (3.0% more). According to the State Statistics Service, the freight turnover of Ukrainian transport in 2018 decreased by 3.4% compared to the previous year - to 331.7 billion ton km [4].

The basis for the characterization of the cargo flow of Ukraine are such LPI sub-indices as: international transportation, tracking the passage of goods, the timeliness of deliveries.

In 2018, the LPI indicator of Ukraine is most influenced by sub-indices for tracking the passage of goods and timeliness of deliveries. And the smallest in the structure of this indicator was the sub-index of infrastructure and customs clearance of goods. In general, in 2018, the LPI rating of Ukraine brought it to 69th place in the world ranking, which is 11 points less than in 2017. The main impact was the decrease in the sub-index of international traffic, infrastructure and timeliness of deliveries.

Nibulon's logistics management system is an adapted feedback system that performs clear logistics functions and operations. The logistics management system in the company is an effective means of organizing and controlling all transportation and routes, which organizes the delivery of agricultural products with the most efficient use of all resources of the enterprise, from one point to another on the optimal route, in the shortest (or anticipated) time.

At Nibulon, the logistics management system is provided by the transport logistics department and the freight forwarding department. The competitiveness and image of the company depend on the quality and efficiency of product transportation. Logistics system "Nibulon" allows you to ensure the movement of grain from the field to the port; direct access to agricultural producers in different regions of Ukraine, which reduces the natural risks when purchasing agricultural products; delivery of goods worldwide.

Nibulon is the leader of the agricultural market not only in Ukraine but also in the Black Sea region. The company occupies a significant share in Ukrainian exports

of most cereals and oilseeds, which Ukraine specializes in growing. Thanks to the company's activities, its unique logistics system, Ukraine is known today in the world as a supplier of high quality grain.

Nibulon has maintained its leading position in the export of agricultural products in recent years. In 2018/19 MY, the total export of the Nibulon group of companies amounted to 5.21 million tons of agricultural products, 115 foreign vessels were processed.

Given the activities of Nibulon and its role in domestic and foreign markets, the role of departments should be focused:

- in creating conditions for stable and predictable development of the grain sector of Ukraine;
- in achieving effective interaction between market participants in the export and transportation of grain and oilseeds;
- in strengthening the principle of free competition in the grain market;
- in increasing the competitiveness and efficiency of both the company and the grain sector of Ukraine.

References

1. Velychko O.P. Logistics in the management system of enterprises of the agricultural sector of the economy: monograph. Dnepropetrovsk: Accept PP, 2015. 525 p.
2. Nechiporenko K.V. Problems of development of transport logistics of agricultural commodity producers. Logistics: problems and solutions. 2015. № 4. pp. 48–51.
3. Waters D. Logistics: An Introduction to Supply Chain Management. Palgrave Macmillan. 2003. 364 p.
4. State Statistics Service of Ukraine. URL: www.ukrstat.gov.ua (access date: 10.09.2019) .. Problems of the transport complex of Ukraine. Bulletin of Transport Economics and Industry № 53, 2016.
5. Mishchenko I.A. System of ecological management of rural territories / IA Mishchenko // Investments: practice and experience. - № 12, 2016 p. 35 - 37. Access mode: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5052&i=5>
6. Transport policy of Ukraine and its approximation to the norms of the European Union. T. Syryychik and others. ; for order. M. Svenczycki. K. .: Analyst-advisor. Blue Ribbon Center, 2010.- 102 p.

UDC: 620.91:658.5

PUBLIC RELATIONS IN AGRARIAN POLICY

Nataliia Vitiuk, student
Oleksandr Faichuk, PhD in Economics, Associate Professor
at the Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Individuals and social groups must establish and maintain various types of relationships with each other to meet their needs and to take maximum profits of such correlations. It requires an awareness of the degree of interdependence of social subjects, the need for their interaction and hence the different levels of social, political and economic compromises. A certain degree of conflict of interests is always inherent in the interconnections and interaction of social subjects, which is constantly growing and aggravating in modern conditions.

There is a set of different sciences studying every type of such relations. For instance, the processes of relationships between individuals and the conflicts of their interests are studied by the social science section called *interpersonal connections*. Interconnections between different nations and countries are described in the *international relations* study. Talking about interaction between public groups and individual organizations, we know that these issues deal with a practice of *public relations*. The last one is especially needed in conditions for the democratization of public life, the transition to a market economy and the entry of independent states into the international arena. [3]

According to Jefkins, public relations (abbreviated PR) consists of all forms of planned communication outward and inward between an organization and its publics for the purpose of achieving specific objectives concerning mutual understanding. Institute of Public Relations (IPR) the official definition is that PR is the planned and sustained effort to establish and maintain goodwill and mutual understanding between an organization and its publics [1].

Public relations is an essential element in effective and successful business today. The theory of public relations does not change but the practice develops with new ideas and methods of management and business. [6]

Nowadays PR is implemented almost in all spheres of human life and agricultural sector is not an exception. Agricultural policy is defined as a public policy that conveys the decision to pursue a specified course of actions aimed at improving agricultural practices, by ensuring output growth and the overall development of the agricultural sector. [5]

Today it is not enough just to produce the product requested by market. Companies and organizations compete to sell their services and products in a rapidly changing and unstable environment, especially right now at COVID-19 pandemic time when many companies (and a country overall) face with the economic crisis. Becoming successful requires a positive image of the service or product and the trust of customers [4].

In conditions of stiff competition both in the domestic market and with more popular by different reasons imported products, agricultural producers need to take all possible measures to make their products competitive and for agrarian associations the task is to prove that they can protect the interests of their members. For both (producers and associations) it is quite important to use PR techniques, that will help to create and implement in socio-economic and political systems of competition the image of an object (such as ideas, goods, services, personalities, organizations, brands) in the value range of social groups to consolidate this image as ideal and necessary in their life.

The practice of PR technologies implementation includes the following:

- establishing, maintaining and expanding contacts with citizens and organizations.
- informing the public about the essence of the decisions taken;
- study of public opinion, socio-political monitoring;
- analysis of the public reaction to the actions of officials and authorities;
- forecasting the socio-political process;
- providing the authorities with forecast analytical developments;

- formation of a favorable image of the government and officials, etc.[7]

The components of public relations are represented in the table below.



Figure 1. Components of Public Relations

Publicity: disseminating planned messages through selected media to further the organization’s interest.

Employee/Member Relations: responding to concerns, informing, and motivating and organization’s employees or association or club members.

Community Relations: planned activity with a community to maintain an environment that benefits both the organization and the community.

Public Affairs: developing effective involvement in public policy and helping an organization adapt to public expectations. The term is also used by government agencies to describe their public relations activities and by many corporations as an umbrella term to describe multiple public relations activities.

Governmental Affairs: relating directly with legislature and regulatory agencies on behalf of the organization. *Lobbying* can be part of the government affairs program.

Issues management: identifying and addressing issues of public concern that affect the organization.

Financial Relations: also known as investor relations or shareholder relations. It involves creating and maintaining investor confidence and building good relationships with the financial community.

Industry Relations: relating with other firms in the industry of an organization and with trade associations.

Development/Fund-Raising: demonstrating the need for and encouraging the public to support an organisation, primarily through financial contributions.

Multicultural Relations/Workplace Diversity: relating with individuals and groups in various cultural settings.

Special Events: stimulating an interest in a person, product, or organization by means of a focused "happening". They are activities designed to interact with publics and listen to them.

Marketing Communications: combination of activities designed to sell a product, service, or idea. These activities may include advertising, collateral materials, publicity, promotion, direct mail, trade shows, and special events.[2]

In conclusion, PR is a management function that maintains a mutually beneficial relationship between the organization and the public using all the tools mentioned above. It is a two-way communication system that keeps an open door policy and in today's conditions is especially demanded in the field of agricultural policy.

References

1. Introduction to Public Relations [Electronic resource] // Mount Kenya University Department of Journalism and Mass Communication. - 2012. - Resource access mode: [http://jafred.co.ke/Downloads/%20LITERATURE%20REFERENCE%20MATERIALS/BJL1104+INTRODUCTION+TO+PUBLIC+RELATIONS\(1\).pdf](http://jafred.co.ke/Downloads/%20LITERATURE%20REFERENCE%20MATERIALS/BJL1104+INTRODUCTION+TO+PUBLIC+RELATIONS(1).pdf).
2. Principles and Practice of Public Relations [Electronic resource] // National Open University of Nigeria. - 2006. - Resource access mode: <https://gcomm.id/wp-content/uploads/2019/04/principles-and-practice-of-public-relations.pdf>.
3. Public Relations Basics [Electronic resource] // M: Refl-book, K.: Vakler. - 2000. - Resource access mode: http://htbiblio.yolasite.com/resources/korolko_PR.pdf.
4. Public Relations Techniques in Public Administration [Electronic resource] // Social Academy of Science in Lodz. - 2014. - Resource access mode: <http://www.woiz.polsl.pl/znwoiz/z75/19.%20Wyszomirski.pdf>.
5. Retooling Agricultural Policies and Programs for Sustainable Development in Nigeria [Electronic resource] // Department of Educational Foundations, University of Uyo, Nigeria. - 2018. - Resource access mode: <https://lupinepublishers.com/agriculture-journal/pdf/CIACR.MS.ID.000129.pdf>.

6. Sam Black / Practice of Public Relations – London: Routledge Taylor&Francis Group, 1995. – 254 p. – (Fourth edition).
7. Savinova O.N. / The concept of PR. PR subjects. PR functions / Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State. University, 2015. - 23 p.

УДК: 620.91:658.5

ПОТРЕБА ПЕРЕХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО МОДЕЛІ ЗЕЛЕНОГО ЗРОСТАННЯ

Кошева А.О., студентка
Файчук О.М. к.е.н., доцент
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

У грудні 2019 року Європейською Комісією був прийнятий Європейський зелений курс, з метою формування Європи як кліматично-нейтрального континенту до 2050 року [1]. Це означає, що було сформовано комплекс встановлених заходів, що визначають політику Європейського Союзу у сферах: клімат, біорізноманіття, енергетика, торгівля та промислова політика на найближчі роки.

Оскільки в наш час питання екологічних та кліматичних проблем мають загальновізнаний характер, Європейський зелений курс наголошує на необхідності термінових дій не лише від ЄС, але і країн-партнерів. Безумовно, такі сигнали мають вплив і на Україну, що пов'язано з її інтеграцією до європейського та світового економічного і правового простору та існуванням необхідності виконання нею зобов'язань згідно з Угодою про асоціацію між Україною та ЄС [2]. Підписання Україною договорів, ратифікація конвенцій накладає відповідальність та передбачає розвиток вітчизняної нормативно-правової бази щодо формування «зеленої» економіки. Це стосується сталого зеленого переходу країни на новий рівень господарювання, починаючи зі стадії проектування та прийняття відповідного національного законодавства і до практичної імплементації екологічних стандартів [3]. Таким чином поєднання

Європейського зеленого курсу та Східного партнерства відкриває перед Україною нові можливості щодо продовження співпраці у просуванні екологічних та кліматичних цілей.

Так як перехід до «зеленої» економіки відбувається під впливом різноманітних чинників, можна сказати, що найбільш впливовими серед них є забруднення навколишнього середовища, який несе комплексний вплив на умови життєдіяльності через погіршення якості ґрунтів, водних ресурсів, атмосферного повітря, підвищення рівня Світового океану та іншого. Врахувавши природні та суспільні передумови для України стратегічно важливими напрямками для розвитку мають стати органічне землеробство, альтернативна енергетика та зелений туризм [4]. Існує необхідність визначити пріоритетність цих напрямів на законодавчому рівні і проводити щодо них політику стимулювання, що дозволить українським товаровиробникам підвищити конкурентоспроможність, а також вийти на нові ринки.

Питання кліматичних змін є досить актуальними у політиці Європейського Союзу, тому для України є необхідність у чіткому формулюванні кліматичної політики. Це стосується амбітних кліматичних цілей в рамках зобов'язань за Паризькою угодою, відповідної енергетичної стратегії, а також врахування зміни клімату в усіх секторальних політиках [2].

Одночасно з тим, реалізація Європейського зеленого курсу призведе до створення стратегічних можливостей для розвитку України. Наприклад, у сфері фінансів для країни з'явиться доступ до інструментів фінансової та технічної підтримки ЄС та вірогідний активний вихід на європейський ринок публічних закупівель, у сфері сільського господарства - посилений розвиток органічного виробництва, у сфері енергетики – співпраця щодо водневої енергетики [4]. Також вірогідно, що можливі обмеження щодо «екологічності» товарів та послуг, які розміщуються на ринку ЄС, можуть створити нові ніші для українських виробників за рахунок витіснення імпорту до ЄС з інших країн.

Саме зараз більш чітко сформувалась необхідність у переході на модель зеленого зростання для українських виробників сільськогосподарської

продукції, оскільки існує загроза щодо обмеження доступу українських товарів на ринки ЄС та нові нетарифні бар'єри у торгівлі. Перш за все це стосується ресурсо- та енергоємних та товарів, що у структурі українського експорту займають значну, тобто це стосується таких груп товарів: продукція сільського господарства, харчової промисловості, енергетики, металургії, сталі, машинобудування, будівельних матеріалів та інших. Разом із тим питання дотримання екологічних стандартів при виробництві харчових продуктів та високі вимоги щодо їх якості можуть завадити подальший експорт української с.-г продукції на ринок Європейського союзу.

Ознайомившись з різними науковими джерелами можна сказати, що поки Україні бракує детального аналізу впливу Європейського зеленого курсу на формування та реалізацію економічної, кліматичної, екологічної, сільськогосподарської, транспортної та енергетичної політик в короткостроковій та довгостроковій перспективах. Проте, через встановлення механізму карбонового коригування імпорту, що планує запровадити Європейська Комісія, задля захисту інтересів виробників ЄС та мінімізації ризику збільшення глобальних викидів парникових газів, українським сільськогосподарським виробникам вже варто впроваджувати необхідні заходи з обмеження викидів парникових газів та адаптації до зміни клімату [5].

Список використаних джерел:

1. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. The European Green Deal. COM (2019) 640 final. URL:https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf
2. Паризька угода від 14.07.2016, підстава - 1469-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_161.
3. Європейський зелений курс: можливості та загрози для України». Аналітичний документ. – Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля» (2020).
4. Кононенко О.Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку: навчально-методичний посібник / О.Ю. Кононенко. –К.: ДП «Прінт сервіс», 2016. – 109 с.

5. Special Eurobarometer 490. Report. Climate Change. September 2019. URL: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2212>

UDC: 338.432: 339.137

**ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF
FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF
ITS IMPROVEMENT**

Chernobuk A.R., student,
Mishchenko I.A., Ph.D., Associate Professor
Department of Administrative Management and Foreign Economic Activity,
*National University of Life and Environmental Sciences
of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Foreign trade in goods and services is part of international trade and is a specific form of exchange of goods and services between sellers and buyers of different countries. Foreign trade consists of exports and imports. The excess of exports over imports means that the state has an active trade balance. The excess of imports over exports means a passive trade balance. An active trade balance is a positive aspect of a country's foreign economic activity. However, it is not always an indicator of its economic well-being. [1]

Through foreign trade, the national economy interacts with the economies of other countries. At the same time, it is the main channel through which the world market through international value, world prices affects national production, dictating competitive technical and economic parameters of production, cost levels, quality standards. [2]

At the present stage, the extraordinary dynamism of foreign trade is largely due to the development of specialization and cooperation of production on an international scale, the abolition of many restrictions on international trade, the high rate of development of "newly industrialized countries". [3]

The foreign economic activity of the enterprise is a part of its general activity, which is defined as a set of production and economic, organizational and economic and operational and commercial functions of the enterprise in accordance with foreign economic relations of the state. directions, forms and methods of which are generalized in accordance with the production process in accordance with the goals and objectives of the enterprise for its operation and development. [4]

The organizational structure of foreign trade management is determined by the purpose and tasks that it is designed to solve. Its goal is to maximize long-term profits through effective participation in international business. At industrial enterprises actively involved in foreign economic activity, the foreign trade apparatus functions mainly in two forms: as part of the internal production structure in the form of a foreign economic department and as a relatively independent unit in the form of a foreign trade firm. [5]

The organizational structure of the enterprise's foreign trade management depends not only on the factors considered above, but also on the methods of entering foreign markets. In this regard, we can distinguish two options:

- 1) direct access to foreign markets through its own foreign trade firm or foreign economic affairs department connections;
- 2) entering the foreign market through intermediaries.

Askania-Flora is the largest producer of roses in Ukraine and one of the leading producers in Europe. Today the company has more than 1000 partners in all regions of Ukraine.

The main type of economic activity of Askania-Flora LLC is Growing of other annual and biennial crops.

Establishing long-term partnerships is a priority in working with clients for Askania-Flora. Today the company has more than 1000 clients in all regions of Ukraine, as well as in Moldova. Askania-Flora has official offices in Kyiv, the Eastern region and Lviv.

Askania-Flora is the leading producer of roses in Europe, occupying more than 50% of the market for cut roses in Ukraine. The management functions of the enterprise

are implemented by employees of the management staff and divisions of the enterprise, which thus enter into economic, organizational, social, psychological and other relations with each other. Organizational relations between departments and employees of the management of the enterprise, determine its organizational structure.

Askania-Flora LLC ranks first among the largest Ukrainian exporters of cut flowers. Camellia-PR LLC is also one of the leaders in flower exports. The largest exporters in the sector of ornamental plants - FE "Cornelis", PVP "Nova Khvyliya", LLC "Decoplant".

Therefore, the main steps towards improving the management of foreign economic activity of Askania-Flora LLC should be the following:

1) Creating and ensuring the effective operation of the department of foreign economic activity.

2) Carrying out a detailed analysis of economic activity and financial condition in order to establish opportunities for the implementation of foreign economic activity.

3) Assessment of environmental factors in order to identify risks and opportunities for their occurrence.

4) Monitoring of the legal framework and constant updating of the existing FEA scheme in accordance with the new requirements.

6) Exploring opportunities for further diversification of exports and increase the competitiveness of exported goods.

7) Ensuring clear reporting on foreign trade transactions and periodic analysis of these reports in order to provide timely and accurate assessment of the effectiveness of foreign economic activity at the enterprise.

REFERENCES

1. Grigorova-Berenda L.I. Theory and practice of foreign trade: a textbook. Kharkiv: VN Karazin Kharkiv National University, 2016.
2. Gurova I.P., Efremova MV Intra-industry and inter-industry trade of the CIS. URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/vnutriotraslevaya-i-mezhotraslevaya-torgovlya>
3. Anisimova O.M., Vitka NE Risk management of foreign economic activity of a high-tech enterprise: Monograph. - Donetsk: Knowledge (Donetsk branch). 2011.

4. Mishchenko I.A. System of ecological management of rural territories / IA Mishchenko // Investments: practice and experience. - № 12, 2016 p. 35 - 37. Access mode: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5052&i=5>
5. On the Principles of Domestic and Foreign Policy: Law of Ukraine of July 1. 2010. №2411-UI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2411-17>

UDC 339.5:338.43:327(477)

**PECULIARITIES OF FOREIGN TRADE OF IRAN
WITH AGRI-FOOD PRODUCTS**

Ahukhash Mehdi Akbar, student
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate professor,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Iran total cultivated area is approximately 15 million hectares, spread mostly across Iran's western, northwestern, and northeastern provinces. Production can be divided into two broad categories:

- annually planted crops, including food and feed grains,
- horticultural crops, such as fruit trees.

Within the first group, wheat is Iran's largest crop by area. Wheat area has averaged around 6.6 million hectares over the last 5 years, accounting for just under half of all land under cultivation. Average production was around 13.4 million tons, placing Iran among the top 15 producers in the world. Yields averaged a little over 2 tons per hectare, comparable to those of producers in Russia or Australia. Around 40 percent of Iran's wheat area is irrigated, with yields of around 3 tons per acre. Barley is Iran's second largest crop by area, averaging about 1.6 million hectares over the last 5 years, with production around 3 million tons, or 1.9 tons per hectare. Rice and corn round out the remaining cereal grains, accounting for around 10 percent of total cultivated area, with yields averaging 4.2 and 6.3 tons per hectare [1].

Wheat, rice, and barley are the country's major crops. Total wheat and rice production fails to meet domestic food requirements, however, making substantial imports necessary. Other principal crops include potatoes, legumes, vegetables, fruits, fodder plants, oil seeds, nuts (pistachios, almonds, and walnuts), cotton, sugarcane, sugar beets, herbs, spices, tea, and tobacco (FAOSTAT). Honey is collected from

beehives, and silk is harvested from silkworm cocoons. Livestock products include lamb, beef, goat meat, poultry, eggs, milk, butter, cheese, wool, and leather. Major agricultural exports include fresh and dried fruits, nuts, animal hides, processed foods, and spices [2].

Iran relies heavily on imports to satisfy its demand for major grain crops. From 2011 to 2015, the import share of consumption averaged 23 percent for wheat, 29 percent for barley, 52 percent for rice, and 71 percent for corn. Iran buys most of its corn from Brazil, with additional supplies coming from Argentina and Ukraine. Iran's rice imports originate almost entirely from India. Soy product suppliers include Argentina, Brazil, and India. Over the 2011-2015 period, wheat purchases were spread over Australia, Europe, and Central Asia. Iran's agricultural exports center mainly on horticultural crops, including tree nuts, fruits, and vegetables.

As a rule, pistachios are Iran's most valuable export crop, and, along with walnuts, account for nearly a billion dollars of agricultural sales overseas. Major destinations include the EU-28, Russia, the United Arab Emirates, China, and India. presents a country-specific import summary of wheat, rice, soy products, and corn, compared with Iran's production of each grain. Iran buys most of its corn from Brazil, with additional supplies coming from Argentina and Ukraine. Iran's rice imports originate almost entirely from India. Soy product suppliers include Argentina, Brazil, and India.

References

1. Mesbah Motamed. Developments in Iran's Agriculture Sector and Prospects for U.S. Trade. A Report from the Economic Research Service // USDA, July 2017 – [Electronic source]. - <https://www.ers.usda.gov/webdocs/outlooks/84408/aes-100.pdf?v=45.8>
2. Country Profile Iran. International Trade Centre – [Electronic source] - <https://www.intracen.org/exporters/organic-products/country-focus/country-profile-iran/>
3. Official website of FAO - <http://www.fao.org/3/i4337e/i4337e.pdf>

UDC: 339.5.053:338.43:005

**PECULIARITIES OF FOREIGN TRADE OF GUINEA
WITH AGRI-FOOD PRODUCTS**

Diallo Mohamed, student
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate professor,
*National University of Life and Environmental
Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Guinea was the major agricultural producer among the colonies of French West Africa. But the agrarian sector collapsed, making Guinea a net food importer, despite its immense agricultural potential. Agricultural production is, with few exceptions, at the smallholder (subsistence level). However, foreign firms are looking to invest in agricultural projects in Guinea, such as rice production in the northern region of Boké. The government is currently self-funding the construction of a rice irrigation project on the Koundian plain outside of Kankan.

On the other hand, the poor condition of transportation routes in the interior of the country means that much of the population depends upon processed and easily transported food products. There is no cold chain transportation network and Guinea does not export much of its agricultural output at a large scale due to the poor state of the roads. Therefore, Guinean producers have little or no access to short-term loans or guaranteed markets, so it is difficult for them to make capital improvements to their farms. Poor or nonexistent infrastructure compounds the problem, as producers have little access to cold storage or good roads. As a result, it is hard to get produce to local markets before it starts to spoil, let alone transport it overseas. Some producers are making the transition to dried foodstuffs, which are easier to transport, but they lack the necessary machinery to make this a large-scale operation.

There is a potential for Guinea to export bananas, pineapples, potatoes, mangoes, and other plants (fruits and vegetables) if these problems are overcome.

Rice is the largest imported food item in Guinea, making up almost 40% of all food imports and accounting for over USD 200 million annually. The second largest agricultural product is wheat flour. Both of these commodities are staples of the Guinean diet, and domestic production is currently unable to meet demand. While

there is some domestic production of rice and wheat, imported products are generally much cheaper, and therefore more popular. Guinea's largest suppliers of rice are Thailand, India, Bangladesh, Vietnam, Pakistan, China, and Taiwan. Flour imports originate largely in France and Morocco. Principal sugar suppliers include Belgium, France, Brazil, and Senegal. Sometimes, the government takes measures to protect domestic agricultural production. For example, in 2011 the government banned many agricultural exports, most notably rice, believing that this would hold down domestic prices. In 2016, the government banned the export of many high value agricultural products overland in an attempt to shift more shipping to sea- and airports [1].

Generally, agriculture in Guinea represents 20% of GDP, 80% of the labor force, 11% of exports and 17% of imports. The potential of Guinea is large. Its climate and the quality and diversity of its soils give it a rich agricultural potential. Its location also gives it a central role in regional trade, and a competitive advantage in international trade due to its proximity to Europe [2].

References

1. Official website of the International trade administration, U.S. Department of Commerce [Electronic source] - <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/guinea-agriculture-sector>.
2. Guinea. Diagnostic Trade Integration Study (DTIS) Update Back to business. Final Report / November 14th, 2016 [Electronic source] - <https://www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/dtis/Guinea-DTIS-2016.pdf>
3. <http://www.fao.org/3/i4337e/i4337e.pdf>

УДК 338.43:637.1(477)

АНАЛІЗ БАЛАНСУ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Сарабай Н.С., аспірант, асистент кафедри адміністративного

менеджменту та ЗЕД,

*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Київ, Україна*

Сучасний стан розвитку молочної галузі сприяє тому, що найважливішими завданнями, які постають перед учасниками даного ринку, являються: нарощення обсягів виробництва молоко-сировини для переробної промисловості, зниження собівартості виробництва молока, підвищення рентабельності виробництва продукції та відповідно ефективності діяльності підприємств-виробників різних форм власності, а також удосконалення державної політики у напрямку підтримки малого та середнього бізнесу та ціноутворення на продукцію. Для виконання даних завдань та подолання всіх викликів, що стоять перед операторами ринку необхідно, щоб була збалансованість та рівновага між попитом та пропозицією на ринку молока та молочної продукції.

Таблиця 1

Баланс попиту і пропозиції молока та молокопродуктів в Україні у 2013-
2021 роках, у перерахунку на молоко, тис. т

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (оцінка)	2020 до 2013, %
Попит на продукцію	12042	11614	10759	10489	10459	10279	10022	9981	9800	82,9
Внутрішнього ринку	11275	11038	10114	10042	9618	9472	9481	9585	9450	85
Зовнішнього ринку (експорт)	767	504	482	447	841	807	541	396	350	51,6
Пропозиція продукції	12042	11614	10759	10489	10459	10279	10022	9981	9800	82,9
Внутрішнього ринку	11501	11277	10682	10387	10329	10099	9687	9255	9000	80,5
Зовнішнього ринку (імпорт)	541	337	77	102	130	180	335	726	800	134,2
Споживання на особу, кг за рік	220,9	222,5	209,4	209,4	200,4	199,1	202,9	207,1	205,5	93,8

Джерело: розроблено автором на основі даних [1], [2].

Баланс попиту та пропозиції молока та молокопродуктів визначає основні тенденції на ринку молока (таблиця 1). З огляду на поточні тенденції до скорочення поголів'я корів, у 2021 році очікується зменшення виробництва молока орієнтовно на 3% у порівнянні з 2020 роком. За досліджуваний період зменшилися значення усіх показників, окрім кількості імпорту, який збільшився на 34,2% у 2020 році в порівнянні з 2013 роком, а також на фоні очікуваного дефіциту сировини збільшення даного показника й у 2021 році оцінюється на +10% у порівнянні з 2020 роком. Найбільше скорочення відбулось із показником експорту, який у 2020 році знизився майже на 50% у порівнянні з 2013 роком, та становив 396 тис. т, а у 2021 році очікується зниження експорту до 350 тис. т.

Споживання являється одним із ключових елементів, який відображає попит та впливає на формування пропозиції та відповідно є одним із стимулів розвитку виробництва продукції, оскільки це завершальна стадія руху виробленого продукту. Тобто воно має вплив на ріст масштабів виробництва та розвиток галузі. Оскільки споживання – це кінцева мета виробництва, то воно є рушійною силою виробництва і формує та обумовлює якість, структуру та об'єм виробництва продукції.

У 2013-2014 роках (таблиця 1) рівень споживання молока та молочної продукції був більшим за 220 кг та у 2014 році досяг найбільшого значення за досліджуваний період і становив майже 60% від раціональної норми споживання (за даними Міністерства охорони здоров'я – 380 кг/рік). Проте в подальшому даний показник поступово знижувався і у 2018 досяг найменшого значення – 199,1 кг, а вже у 2019 році збільшився на 3,8 кг та становив 202,9 кг. У 2020 році розрахункове середньодушкове споживання молокопродуктів зросло на 6,6 кг у порівнянні з 2019 роком, і склало, у еквіваленті молоко-сировини 207,1 кг на особу, що було зумовлено також і фактором скорочення населення. Враховуючи поточну ситуацію на ринку молока та молочної продукції, у 2021 році очікується скорочення середньодушкового споживання молокопродуктів українцями приблизно на 1-2% у порівнянні із 2020 роком.

Необхідно розуміти, що для ефективного функціонування переробної промисловості важливим фактором є також підтримка виробника молочної продукції з боку держави. А основними економічними важелями, що впливають на пропозицію молочної продукції вважаються встановлення доступних цін на молоко, дотації від держави, квотування обсягів реалізації продукції на ринку. Тому, в першу чергу функціонування ринку молока повинне супроводжуватись підтримкою стабільної ситуації на ньому, що в подальшому забезпечить збалансованість між попитом та пропозицією.

Список використаних джерел:

1. Баланс попиту і пропозиції. Економічний дискусійний клуб [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analitika>
2. Попит та пропозиція [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://milkua.info/uk/post/section/supply-and-demand>

UDC: 339.5.053:338.43:005.52

PECULIARITIES OF FOREIGN TRADE OF DEMOCRATIC REPUBLIC OF CONGO WITH AGRI-FOOD PRODUCTS

Shada Radjabu Jeanci, student
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate professor,
*National University of Life and Environmental
Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

The structure of Democratic Republic Congo's economy is dominated by primary sector performance. Agriculture is keeping a really dominant role. The share of agriculture in total GDP is estimated to be about 30-40%. However, the share of agriculture in total GDP formation is very high, and agricultural production growth is very limited despite the significant population growth. In the period from 1960 to 2015, the DRC recorded population growth from about 15 million people to more than 77 million. The current inter-annual population growth is about three times higher in comparison to the country's real agricultural production growth, and two times higher in comparison to the country's total real GDP growth [1].

The Democratic Republic of Congo has the potential to become a global agricultural power. This African country has about 80 million hectares of arable land, including 4 million hectares of irrigated land, and many rivers with important fishery resources. Although the agricultural sector contributes 18% of gross domestic product and accounts for over 60 percent of jobs, it fails to ensure food security and generate sufficient revenues and sustainable employment. The main cash crops include coffee, palm oil, rubber, cotton, sugar, tea and cocoa. There has been some success developing cocoa and coffee for export. Food crops also include cassava, plantains, maize, groundnuts and rice. Commercial agricultural production remains limited, with most producers engaged in subsistence food agriculture [2].

In order to develop the agricultural sector the government of the Democratic Republic of Congo launched a program with the following objectives:

- strengthen its contribution to economic growth;
- restore the country's food security;
- reduce poverty and insecurity in rural areas;
- increase the production of food and durable goods.

To achieve these objectives, the program seeks to develop agricultural and rural strategies and policies that affect awareness, production, collection, storage, processing and marketing. Additionally, the government the Democratic Republic of Congo of intends to build new, and expand existing, agro-industrial projects. These projects will benefit from the participation of foreign agricultural firms with tolerance for risk, experience operating in complex or fragile environments, and with access to capital to finance their participation.

References

1. J.- P. E. Lubanda, Lubos Smutka, R. Selby. Agricultural Production and Trade Structure Profile in Democratic Republic of Congo (DRC). June 2016Agris On-line Papers in Economics and Informatics 08(02):67-87 [Electronic source] - https://www.researchgate.net/publication/304583497_Agricultural_Production_and_Trade_Structure_Profile_in_Democratic_Republic_of_Congo_DRC
2. Official website of the International trade administration, U.S. Department of Commerce [Electronic source] - <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/democratic-republic-congo-agriculture>
3. Official website of the FAO - <http://www.fao.org/>

УДК: 332.365.339.564

ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ З УКРАЇНИ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ

Ніколаєнко С.Н, студентка 4 курсу,
НУБіП України, Україна, Київ

*Діброва Л.В., кандидат економічних наук, доцент,
НУБіП України, Україна, Київ*

За сучасних умов господарювання ринок рослинної олії серед основних світових продовольчих ринків є найбільш динамічним у своєму розвитку. Даний ринок для України має стратегічно важливе значення, оскільки є стабільним джерелом валютних надходжень. Подальша участь України на світовому ринку рослинних олій є досить важливою.

Основною олійною культурою, що вирощується в Україні, є соняшник, у складі всіх олійних культур він займає 68% посівної площі та 83% валового збору. В Україні з насіння соняшнику виробляється приблизно дві третини всієї рослинної олії.

Соняшник у значній мірі забезпечує сировинну базу і функціонування олійно-жирового комплексу України, та посідає особливе місце в економіці та формуванні експортного потенціалу країни. Високий рівень рентабельності вирощування цієї культури та виробництва з неї олії, зумовлений мінімальними виробничими витратами і порівняно високою ціною реалізації, стимулює значне розширення посівних площ. Висока ціна робить олійно-переробну галузь економічно вигідною для народного господарства України, сприяє підйому економіки.

Попит на соняшник і соняшникову олію суттєво не зменшується при зростанні цін. Середнє значення темпу зростання площ посівів соняшнику становить 5 % у рік. Із загальної площі земель сільськогосподарського призначення під посівами насіння соняшнику зайнято 20 %. Постановою Кабінету Міністрів України № 164 від 11 лютого 2010 року затверджено нормативи оптимального співвідношення культур у сівозмінах: для соняшнику не менше ніж через сім років, проте не всі господарства дотримуються законодавчо визначених норм. З точки зору агротехнічної технології, розширення посівних площ під соняшником не є позитивним показником, що пов'язано з його біологічними властивостями. Він вкрай виснажує ґрунт, у зв'язку з чим його доцільно повертати на попереднє поле лише через декілька років. [1]

Міністерство Аграрної політики України вбачає, що покращення фінансово-економічних показників сільськогосподарських товаровиробників за рахунок соняшнику повинно здійснюватись не за рахунок збільшення його посівних площ, а шляхом впровадження нових технологій, високоврожайних гібридів, дотримання всіх технологічних вимог, що повинно забезпечити

належний валовий збір та урожайність.

Олійно-жирова галузь є інвестиційно-привабливою, в її розвиток спрямовано значні інвестиції як вітчизняних, так і зарубіжних інвесторів: у реконструкцію діючих і будівництво нових заводів. Потужності з переробки олійної сировини в Україні збільшуються кожного року. В Україні споживається приблизно 10% виробленої соняшникової олії, та приблизно 90% її поставляється на експорт.[2]

У 2019-2020 маркетинговому році Україна морем експортувала 6,63 млн т рослинної олії (+300 тис. тонн) - це рекордний показник, незважаючи на те, що серйозну конкуренцію в цьому році склали компанії з РФ. За цей період на соняшкову олію, припало 5% всього українського експорту, який здійснюється морським шляхом (не враховуючи контейнерні відправки).

В цілому перша п'ятірка країн покупців української олії виглядає так:

1. Індія - 1 883 358 тонн (33,1% ринку)
2. Китай - 968 124 тонн (17,0%)
3. Нідерланди - 593 034 тонн (10,4%)
4. Ірак - 487 335 тонн (8,6%)
5. Іспанія - 484 100 тонн (8,5%)

Перша шістка компаній лідерів серед експортерів соняшникової олії залишається незмінною і в цьому році. На частку шести найбільших компаній припадає майже 80% ринку. [3]

Але зростання кількості експортованої олії простежується не у кожній з компаній. Топ експортерів (всі види олії, без урахування контейнерів) виглядає так:

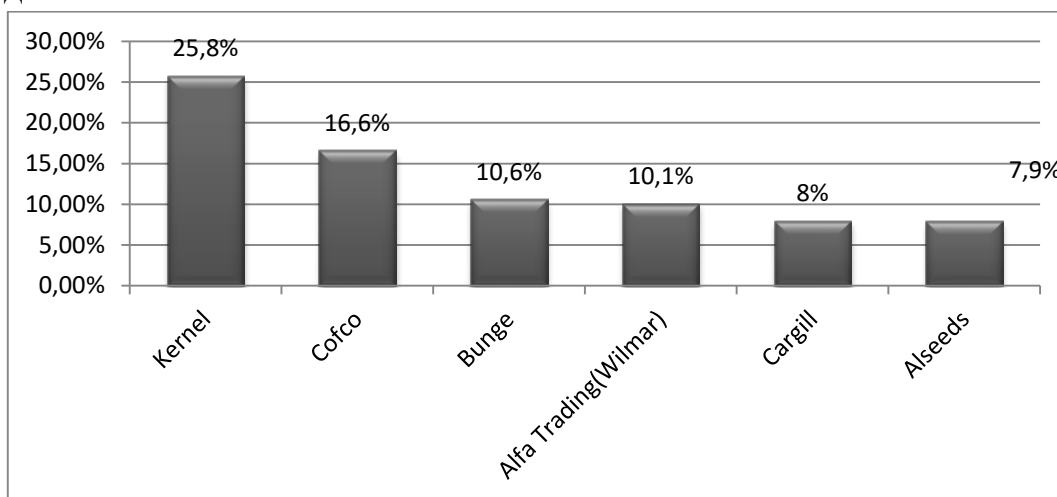


Рис. 1. Топ-6 експортерів соняшникової олії за 2019 рік

Джерело: сформовано автором

Соняшникова олія є основним видом українського ринку рослинних олій, важливою сировиною для декількох секторів харчової промисловості. В Україні спостерігається нарощування виробничих потужностей для переробки насіння олійних культур. Нові підприємства орієнтуватимуться на

переробку не тільки соняшникової олії, але й насіння інших олійних культур (сої та ріпака). Це пояснюється тим, що можливою проблемою переробних підприємств може стати нестача сировини. [4]

Пріоритетними напрямками реформування ринку олійної продукції є:

1. Розвиток сільськогосподарської кооперації.
2. Реалізація цінової політики шляхом поєднання вільного ціноутворення з елементами державного регулювання.
3. Розширення зовнішніх ринків збуту через підвищення конкурентоспроможності вирощування насіння соняшнику та вітчизняних продуктів його переробки, та оперативне формування відповідної митної політики в залежності від кон'юнктури світового ринку

Гарною перспективою для українського олійно-жирового комплексу є виробництво високоолеїнової сирової соняшникової олії (High-oleic crude SFO), яка стає головним конкурентом оливкової олії. На світовому ринку спостерігається недостатня кількість пропозицій, доволі високий попит імпортерів та зростання премій на цю продукцію. Україна – друга у світі за виробництвом високоолеїнової олії.

Отже, важливо розвивати національний бренд високоолеїнової соняшникової олії, що дозволило б утримувати позиції на ринку та покращити стратегію розвитку олійно-жирової галузі держави на перспективу. Адже в усьому світі сьогодні зміцнюється прагнення до здорового харчування, використання корисних продуктів. Саме тому українська високоолеїнова соняшникова олія може зайняти свою нішу, а Україна – вийти у світові лідери з її виробництва та експорту. Проте це, безперечно, вимагатиме від виробників суттєвих інвестицій.

Список використаних джерел

1. Літковець Ю. О. Оцінювання стану та перспектив розвитку олійно-жирової галузі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 20. С. 169-172.
2. Характеристика олійно-жирового комплексу України. [Електронний ресурс]//Режим доступу: <http://geograf.com.ua>
3. Названо лідерів виробництва соняшникової олії. [Електронний ресурс] [URL: http://agroportal.ua/ua/news/novosti-kompanii/nazvany-lidery-proizvodstva-podsolnechnogo-masla](http://agroportal.ua/ua/news/novosti-kompanii/nazvany-lidery-proizvodstva-podsolnechnogo-masla).
4. Гарбар В. А. Вплив галузевих особливостей на формування ринку олійножирової продукції в Україні. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 16. С. 114-120.
5. Oilsids: world markets and trade. [Електронний ресурс] [URL: https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/oilseeds.pdf](https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/oilseeds.pdf).