

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**МІЖНАРОДНА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
ЛОГІСТИКИ, МАРКЕТИНГУ, ЗБУТОВОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА  
В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

присвячена 35-річчю Економічного факультету

*20-21 вересня 2019 року*

Херсон  
Видавничий дім «Гельветика»  
2019

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

### *Співголови комітету:*

**Кирилов Юрій Євгенович** – ректор ДВНЗ «Херсонського державного аграрного університету», д.е.н., професор;

**Ніколаєв Дмитро Володимирович** – менеджер українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP).

### *Оргкомітет:*

**Аверчев Олександр Володимирович** – проректор ДВНЗ «Херсонського державного аграрного університету» з наукової роботи та міжнародної діяльності, д.с.-г.н., професор;

**Терновський Володимир Олександрович** – заступник менеджера українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP), к.е.н., доцент;

**Синюк Олександр Дмитрович** – голова ГО Земля Таврії Херсонська область;

**Грановська Вікторія Григорівна** – декан факультету економіки ДВНЗ «Херсонського державного аграрного університету», д.е.н., доцент;

**Зимній Артур** – проректор Державної вищої професійної школи в Коніні, Польща, доктор наук, професор;

**Трусова Наталя Вікторівна** – д.е.н., проф. Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

**Пилипенко Катерина Анатоліївна** – професор кафедри організації обліку та аудиту Полтавської державної аграрної академії, д.е.н., доцент;

**Худолій Любов Михайлівна** – завідувача кафедрою банківської справи та страхування НУБіП України, д.е.н., професор;

**Христо Іванов** – д.е.н., професор Вищої школи телекомунікацій і пошти, м. Софія, Болгарія

**Бедіанашвілі Гіві** – д.е.н., професор Європейського Університету; Директор Інституту Досліджень Економічних і Соціальних проблем Глобалізації; Академік Академії Економічних Наук Грузії.

**Чілочі Рафаел** – декан факультету економічного Інжинірингу та бізнесу, доцент, Технічний університет Молдови

**Галоян Діана Робертівна** – проректор Вірменського державного економічного університету з навчальних робіт, Вірменія, д.е.н., професор.

# ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ 1. ЛОГІСТИКА МАЙБУТНЬОГО: СТРАТЕГІЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГІВЛІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Андрущенко С.В.**

Шляхи покращення логістичної діяльності аграрних підприємств ..... 11

**Галат Л.М.**

Моделі логістики свіжих овочів в Україні ..... 13

**Dashevska L.M.**

Future trends in supply chain and logistics..... 16

**Дідур Г.І.**

Ефективність застосування логістики в управлінні матеріальними потоками аграрних підприємств ..... 18

**Ендрес В. С., Біліченко О.С.**

SRM-системи як реалізація концепції «Управління взаємовідносинами з постачальниками» ..... 21

**Kaminska M.O.**

Applying logistics in agricultural production ..... 23

**Кисіль К.О.**

Сучасні тенденції розвитку логістики в Україні ..... 25

**Ковтун В.А.**

Організація логістичних бізнес-процесів діяльності аграрних підприємств ..... 27

**Коломієць Л.С.**

Особливості експорту томатів до ЄС ..... 29

**Михайлова М.С.**

Аграрна логістика в Україні: виклики та перспективи ..... 31

**Найда І.С., Швець З.О.**

Сучасний стан розвитку транспортної системи України ..... 34

**Несін Ю.М.**

Аналіз англійського підручника «Англійська мова для логістики» ..... 36

**Пасічник О.В.**

Експорт томатів до Європейського Союзу ..... 38

**Прищепа А.В.**

Особливості збутової діяльності фермерських господарств Херсонщини ..... 41

**Сизоненко Ю.С., Біліченко О.С.**

Розвиток логістики в агропромисловому комплексі України ..... 43

**Ситник І.В.**

Формування оптимальних регіональних логістичних систем підприємств АПК ..... 46

**Смирнова Н.В.**

Перспективи застосування технологій Blockchain, смарт-контрактів та Machine Learning в інноваційному розвитку логістики ..... 48

**Скворцова О.В.**

Агрологістика в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку ..... 52

**Фурса В.А., Куліш Т.В.**

Логістика як конкурентна перевага розвитку агробізнесу в Україні ..... 54

<b>Шубович Д.О.</b> Інноваційні транспортні технології як інструмент вдосконалення логістичних процесів .....	56
--	----

## **СЕКЦІЯ 2. МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

<b>Адвокато́ва Н.О., Боярчук А.І.</b> Новітні технології в маркетингових дослідженнях ринку .....	59
<b>Андрєєв В.А.</b> Концепція маркетингового підходу до діяльності підприємств плодоовочевого підкомплексу .....	62
<b>Антошкін В.К., Рунчева Н.В., Бритвенко А.С.</b> Контент-маркетинг у плодоовочівництві .....	65
<b>Антошкіна Л.І., Княженко І.І., Горяча О.Л.</b> контент-маркетинг вітчизняних товаровиробників .....	66
<b>Бінчева П.Г.</b> Основні науково-теоретичні концепції комплексу маркетингу .....	67
<b>Буганов О.В., Кузьома В.В.</b> Застосування технології блокчейн в плодоовочівництві .....	70
<b>Зайцева О.І., Бетіна В.О.</b> Формування адаптивної digital-стратегії в контексті корпоративного медіапланування .....	73
<b>Кацемір Я.В.</b> Розвиток виноробних господарств у контексті привабливості туристичного продукту .....	75
<b>Коваль П.О., Павлюк С.І.</b> Маркетинг та перспективи розвитку плодоовочівництва в епоху цифрових технологій .....	77
<b>Крикунова В.М., Грановська В.Г., Кнорр Ю.В.</b> Тенденції розвитку гастрономічного туризму .....	79
<b>Лістрова О.С., Орішкин Д.О.</b> Маркетингові проблеми в агропромисловому комплексі .....	80
<b>Майборода Г.О.</b> Маркетингові особливості використання портфеля брендів .....	83
<b>Мельничук О.І., Лавровська Ю.В.</b> Формування позитивного іміджу аграрних підприємств .....	85
<b>Мохненко А.С., Перезова І.В.</b> Маркетингові послуги в управлінні конкурентоспроможністю .....	87
<b>Нікітенко К.С.</b> Внутрішні водні шляхи як конкурентна перевага у розвитку агробізнесу в Україні .....	89
<b>Поцелуйко І.Ю., Голованова М.А.</b> Маркетингові аспекти взаємодії агробізнесу та сучасних поліграфічних підприємств .....	91
<b>Рудік Н.М.</b> Ресурсне та інфраструктурне забезпечення розвитку галузі садівництва .....	93
<b>Сита Є.М.</b> Інноваційна складова в системі управління розвитком виноробних підприємств .....	96

<b>Скворцов Р.А.</b> Теоретичні аспекти аграрного маркетингу України .....	98
<b>Соколова М.П.</b> Інноваційний розвиток маркетингу в галузі плодоовочівництва.....	100
<b>Андрєєв В.А.</b> Концепція маркетингового підходу до діяльності підприємств плодоовочевого підкомплексу .....	102
<b>Хижа В.О., Голованова М.А.</b> Трансформації ринку органічної продукції в аспекті розвитку цифрових технологій .....	105

### **СЕКЦІЯ 3. ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

<b>Авраменко С.А.</b> Гармонізація національної системи обліку та складання фінансової звітності.....	108
<b>Барабаш Л.В., Копитіна І.В.</b> Державна кредитно-податкова підтримка малих форм агропідприємництва .....	110
<b>Бибка О.М.</b> Облікове забезпечення удосконалення функціонального стану необоротних активів аграрних підприємств.....	112
<b>Бондаренко Н.В., Власюк С.А.</b> Фінансове забезпечення аграрної галузі.....	114
<b>Демчук О.М.</b> Особливості ведення обліку в сільськогосподарських (навчальних) підприємствах ВНЗ.....	117
<b>Дубініна М.В., Ксьонжик І.В.</b> Особливості організації бухгалтерського обліку в державних аграрних підприємствах .....	119
<b>Єгорова О.В.</b> Ризики у плодоовочівництві як об'єкт оцінки та управління.....	121
<b>Калюжна Я.Р.</b> Податкові аспекти обліку розрахунків з покупцями та замовниками .....	123
<b>Кємова Я.Р., Кузьома В.В.</b> Обліково-фінансове забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств в епоху цифрових технологій .....	125
<b>Кириченко А.В.</b> Вплив страхування безробіття на рівень соціальної безпеки України .....	127
<b>Коваль С.В.</b> Формування облікової політики щодо біологічних активів на сільськогосподарських підприємствах .....	129
<b>Курган Л.П.</b> Проблеми екологічно орієнтованого бухгалтерського обліку на підприємстві АПВ.....	131
<b>Мокієнко Т. В., Прийдак Т. Б.</b> Особливості переоцінки основних засобів.....	133
<b>Патяка Т.А.</b> Шляхи удосконалення фінансової звітності малих підприємств .....	136

<b>Петренко В.С.</b> Аналіз торгівельних потоків продукції плодоовочівництва Європейського Союзу.....	138
<b>Петренко О.П., Колмогорова І.В.</b> Обліково-фінансове забезпечення управління витратами аграрних підприємств .....	141
<b>Пилипенко К.А., Балабуха Д.С.</b> Особливості проведення аудиту розрахунків з оплати праці.....	143
<b>Пилипенко К.А., Полонська Н.С.</b> Контроль за дотриманням утримання та сплати ПДФО в епоху цифрових технологій.....	145
<b>Пилипенко К.</b> Умови збереження комерційної таємниці .....	147
<b>Піскунова О.Л., Пономаренко О.Г.</b> Організаційно-методичні аспекти дослідження облікового забезпечення оподаткування доходів фізичних осіб .....	151
<b>Повод Т.М., Остапенко А.С.</b> Поведінкові фінанси: сутність і основні засади .....	153
<b>Пристемський О.С.</b> Інформаційні технології в управлінні аграрними підприємствами .....	155
<b>Приходько Л.А., Пономаренко О.Г.</b> Напрями удосконалення обліку розрахунків за претензіями .....	157
<b>Прокопенко Н.С.</b> Інформаційно-аналітична підтримка забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств .....	159
<b>Протосвіцька О.І., Федорчук О.М.</b> Екологічна складова формування сталої конкурентоспроможності підприємств продовольчої сфери.....	161
<b>Самайчук С.І.</b> Організація обліково-аналітичного забезпечення управління діяльністю аграрних підприємств .....	164
<b>Сахно Л.А.</b> Ребрендинг аудиторських фірм.....	166
<b>Скрипник С.В.</b> Цифрові технології в обліку сучасного аграрного бізнесу .....	168
<b>Соколова М.П.</b> Обліково-фінансове забезпечення управлінського функціонування та сталого розвитку аграрних підприємств .....	171
<b>Соловей Н.В., Юдін В.К.</b> Актуальні проблеми страхування ризиків у сільському господарстві.....	173
<b>Солоха А.М.</b> Трансформація обліку маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств у зв'язку з виходом на світовий ринок.....	175
<b>Стоєва Т.С.</b> Економічна безпека аграрних підприємств .....	176
<b>Сухомлин О.В., Мац Т.П.</b> Особливості оцінки сільськогосподарської продукції в обліку реалізації .....	179
<b>Тітенко З.М.</b> Формування фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств .....	181

<b>Трачова Д.М.</b> Обліково-інформаційне забезпечення амортизаційної політики аграрних підприємств.....	182
<b>Трусова Н.В.</b> Потенціал фінансово-інвестиційного розвитку плодоягідної галузі степової зони України .....	184
<b>Черненко К.В.</b> Основні завдання обліково-фінансового забезпечення з використанням сучасних бухгалтерських програмних продуктів .....	187
<b>Шепель І.В.</b> Проблеми оцінки біологічних активів і шляхи їх вирішення.....	189
<b>Яценко В.Ф.</b> Аутсорсинг бухгалтерських послуг в електронному середовищі .....	191

#### **СЕКЦІЯ 4. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

<b>Барсук Ю.В., Аверчев О.В.</b> Розвиток вітчизняного ринку плодів і ягід в умовах глобалізації.....	195
<b>Боліла С.Ю.</b> Підвищення ефективності збутової діяльності виробників плодоовочевої продукції .....	200
<b>Дуга В.О.</b> Гастрономічні тури як перспективний напрям розвитку агротуризму в Херсонській області.....	202
<b>Євпадченко К.С., Куліш Т.В.</b> Ефективні маркетингові інструменти в системі збуту плодоовочевої продукції .....	205
<b>Зубенко Д.Д.</b> Зміни та новітні впровадження в системі збутової діяльності у плодоовочівництві .....	207
<b>Кавун Г.М.</b> Удосконалення управління збутової діяльності аграрного підприємства на основі економіко-математичного моделювання.....	209
<b>Карнаушенко А.С.</b> Проблеми розвитку молодіжного аграрного підприємництва в Україні.....	211
<b>Кашуба Н.І.</b> Особливості удосконалення системи збутової діяльності у плодоовочівництві .....	214
<b>Кірова Л.Л.</b> Удосконалення системи управління збутовою діяльністю сільськогосподарського підприємства.....	216
<b>Ковальов В.В.</b> Шляхи удосконалення процесу управління збуту продукції на підприємствах аграрної сфери .....	219
<b>Куліш Т.В.</b> Удосконалення системи збуту продукції плодоовочівництва.....	221
<b>Самойлик Ю.В.</b> Напрями поєднання потенціалів малих господарств та інтегрованих об'єднань агроформувань на органічному сегменті плодоовочевого ринку .....	223

<b>Федорова Т.В.</b> Теоретичне обґрунтування чинників ефективності сільськогосподарського виробництва .....	227
<b>Чабаненко О.О., Вишневська О.М.</b> Логістична діяльність у системі збуту продукції плодоовочівництва .....	231

## **СЕКЦІЯ 5. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ**

<b>Бойко О.А., Павлюк С.І.</b> Роль електронного урядування в модернізації місцевого самоуправління .....	233
<b>Бріцин А.О.</b> Корпоративна культура – перший крок до успіху .....	235
<b>Виноградова Т.І.</b> Психолого-педагогічні аспекти формування конкурентноспроможності управлінських кадрів .....	237
<b>Ковтун В.М.</b> Публічне управління та адміністрування енергоресурсами житлово-комунального господарства .....	240
<b>Колосюк А.А.</b> Історичні дослідження у питаннях оцінювання сільськогосподарської нерухомості українських селян для цілей оподаткування наприкінці ХІХ-початку ХХ століть.....	242
<b>Кузнецова Н.Б.</b> Креативні рішення в діяльності сільськогосподарських підприємств .....	245
<b>Морозова О.С., Морозов О.В.</b> Сучасні тренди та перспективи в'їзного туризму в Україні.....	247
<b>Морозов О.В., Морозова О.С., Морозова Р.В.</b> Управління земельними ресурсами в умовах децентралізації (на прикладі Херсонської області).....	249
<b>Трикоз І.В., Тимошенко А.О.</b> Публічне управління та адміністрування на сучасному етапі державотворення .....	252
<b>Українець А.О., Куліш Т.В.</b> Державне управління та публічне адміністрування.....	254
<b>Хропот С.Г.</b> Модель системи управління природними ресурсами об'єднаних територіальних громад (ОТГ) .....	256

## **СЕКЦІЯ 6. ЕКОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

<b>Макуха О.В., Фількін В.С.</b> Еколого-технологічні аспекти захисту насаджень вишні та черешні від східної вишневої мухи.....	259
<b>Минкін М.В.</b> Еколого-технологічні аспекти виробництва органічної продукції у садівництві .....	261
<b>Минкіна Г.О.</b> Еколого-технологічні особливості сівозмін та режимів живлення овочевих культур при краплиному зрошенні.....	263



<b>Минкіна Г.О., Минкін А.М.</b> Удосконалення режимів краплинного зрошення промислових насаджень винограду .....	265
<b>Петрова А.Т.</b> Технологічні аспекти біоремедіації забруднених ґрунтів .....	267
<b>Попова Л.М., Буртненко К.М.</b> Порівняльна оцінка іноземних гібридів капусти білоголової ранньої в умовах південного степу України .....	269
<b>Прохоров В.С., Петрова О.О.</b> Рекультивация забруднених територій та відновлення гумусу за допомогою ензимів.....	271
<b>Слизька А.В., Каменєва З.В.</b> Впровадження світового досвіду вирощування екологічно чистої продукції на сільськогосподарських підприємствах Полтавської області .....	273
<b>Худолій Л.М.</b> Світові тенденції у виробництві та реалізації сільськогосподарської продукції .....	276
<b>Чернишова Є.О.</b> Насіння та садивний матеріал як головний фактор врожайності плодовоовочевих культур .....	277
<b>Чупріна К.І.</b> Нормативно-правові акти, що регулюють використання пестицидів в Україні при вирощуванні плодовоовочевої продукції.....	279
<b>Шахман І.О.</b> Відгук водогосподарських систем Нижнього Подніпров'я на зрошення сільськогосподарських масивів водами Дніпра .....	282
<b>Шепель І.В.</b> Проблеми оцінки біологічних активів і шляхи їх вирішення.....	284
 <b>СЕКЦІЯ 7. ПІСЛЯЗБИРАЛЬНА ДОРОБКА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ВАЖІЛЬ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ</b>	
<b>Аверчева Н.О.</b> Напрями підвищення ефективності овочівництва в сучасних умовах господарювання .....	287
<b>Білоконь С.О.</b> Післязбиральна обробка плодовоовочевої продукції .....	289
<b>Бойко В.О., Бойко Л.О.</b> Європейський досвід розвитку винного туризму .....	291
<b>Василенко Н.Є.</b> Вплив добрив на насінневу продуктивність і посівних якостей насіння костриці червоної .....	294
<b>Горбатюк В.С., Павлюк С.І.</b> Перспективи вирощування нішевих культур суб'єктами малого підприємства регіону .....	299
<b>Олейніченко К.О., Біліченко О.С.</b> Особливості післязбиральної обробки і зберігання овочів .....	301
<b>Рожелюк Н.І.</b> Хвороби плодів культур під час зберігання .....	302

<b>Сергєєва Ю.О.</b> Фруктові чіпси як інноваційний варіант доробки фруктів .....	304
--	-----

## **СЕКЦІЯ 8. НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ У СФЕРІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

<b>Акімова А.О., Біліченко О.С.</b> Цифрові технології в аграрному промисловому комплексі .....	307
<b>Волошин М.М., Волошина В.М.</b> Новітні відчизняні інформаційні технології для визначення додаткового чистого прибутку від зрошення різних сільськогосподарських культур.....	309
<b>Голованов Д.С., Клименко Т.А.</b> Вплив Industry 4.0 на розвиток промисловості .....	315
<b>Ларченко О.В.</b> Big data: інноваційні можливості підвищення прибутковості агробізнесу.....	318
<b>Ларченко О.В., Кириченко Н.В.</b> Тенденції розвитку Smart-технологій в логістиці .....	320
<b>Лобода О.М., Кириченко Н.В.</b> Підвищення ефективності управління агробізнесом засобами штучного інтелекту.....	323
<b>Макухіна С. В.</b> Підвищення якості навчання іноземним мовам засобами інформаційних технологій.....	325
<b>Мухіна А.В., Горбенко А.А., Кузьома В.В.</b> Сучасні цифрові технології та їх аналоги в Україні .....	327
<b>Степаненко Н.В.</b> Рішення проблем та перспективи конкурентоспроможності плодоовочевої галузі України з використанням цифрових технологій .....	329
<b>Шевченко В.М., Морозов О.В., Керімов А.Н.</b> Інформаційне забезпечення моніторингу ґрунтів.....	331

# СЕКЦІЯ 1. ЛОГІСТИКА МАЙБУТНЬОГО: СТРАТЕГІЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГІВЛІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.932:338.43

**Андрущенко С.В.**

студент спеціальності 075 – маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Передумови сучасного розвитку в логістичних системах України, як аграрної країни, полягають у розвитку ринкової економіки, що може бути адаптована для умов здійснення підприємницької діяльності в країнах Європейського Союзу. А це, насамперед, вимагає від управлінського персоналу зміну вже існуючих застарілих підходів у соціально-економічних процесах та налагодження безпосередніх відносин у системі управління ланцюгами постачань. З цього приводу, аграрний сектор, як основна ресурсна-сировинна галузь, повинен бути базою докорінних змін: планування потреби у ресурсах, формування добавленої вартості продукції, покращення умов зберігання та просування сільськогосподарської продукції до кінцевого споживача. Адже, адаптація аграрного виробництва має бути спрямоване на створення сприятливого економічного середовища для вітчизняних товаровиробників з метою конкуренції з іноземними партнерами на власному ринку. З цього боку, логістичні принципи управління багатьма операційними процесами в аграрній сфері є ключовим питанням у рішенні проблеми постачання продукції.

З одного боку виробники сільськогосподарської продукції повинні задовільнити підприємства харчової галузі у своєчасному постачанні достатніх обсягів сировини. З іншого боку, кінцевий споживач висуває свої вимоги до якості готової продукції. З цього приводу, поєднання систем управління маркетингом та логістики дасть можливість більш ретельно спланувати товаропотоки сировини та готової продукції. За допомогою правильно обраної стратегії постачання продукції відбувається процеси покращення її якості, скорочення часу поставок, зниження витрат на транспортування (що в свою чергу впливає на кінцеву ціну для споживачів). Однак, як зазначає Т. Косарева, існує проблема невірною розуміння самих принципів логістики. Різноманітність концепцій та систем управління

ланцюгами поставок являє само по собі загрозу неправильного вибору стратегії розвитку окремого взятого підприємства [2, с. 37].

Вважаємо, що скорочення витрат на логістичні операції (первинна обробка, доробка, зберігання, пакування та транспортування) повинно проходити із узгодженням маркетингових принципів. Це покращить якість кінцевого товару та знизити його споживчу вартість. Саме через використання в операційній діяльності правила логістики (7R) у поєднанні із комплексом маркетингу (4P) забезпечує інтеграцію всіх суб'єктів логістичних каналів. Адже, якщо виробник має тісні економічні відносини із логістичними посередниками, то він буде своєчасно мати інформацію про вимоги споживачів: «Який асортимент у якому обсязі та в який час йому потрібний». У такому логістичному ланцюгу зацікавлені не тільки виробник та споживач, але й логістичні посередники. Адже, в розвинутих країнах одна третина внутрішнього валового доходу формується за рахунок процесу розподілу товарів та послуг. При цьому вагома частина припадає на процеси, що виконує логістика запасів [5, с. 544].

Зростаючий попит на вантажні перевезення стримується нерозвиненістю транспортно-логістичної системи країни. На низькому рівні залишається процеси транспортного забезпечення, що обмежує можливості малих підприємств та господарства населення у постачанні на ринок своєї сільськогосподарської продукції. Так, наприклад, нерозвинена залізнична інфраструктура в країні обмежує міста пересування, а одже, місця реалізації продукції для господарств населення. Більш того, їх транспортування сільськогосподарської продукції автомобільним транспортом автоматично збільшує вартість транспортних витрат [1, с. 171].

Аналіз зарубіжного досвіду процесів логістичного управління у підприємствах аграрного сектору дає змогу стверджувати, що з метою більш повного задоволення споживачів та збільшення валового внутрішнього продукту необхідно:

- реструктуризація всіх суб'єктів логістичного ланцюга в аграрній сфері відповідно до світової нормативно-правової;
- формування та функціонування програми розвитку логістики а аграрному секторів за вже існуючими принципами країн світу;
- створення сучасної логістичної інфраструктури;
- забезпечення системи управління логістичними процесами на основі використання інформаційних технологій [6, с. 239].

Впровадження наукових положень і методів управління логістичними системами – вкрай актуальна вимога сьогодення. Тому необхідно створити таку структуру управління, яка поєднуватиме у собі принципи логістики та сучасні маркетингові підходи. Базою для таких змін повинна стати інформаційна логістична система, яка дозволить керувати процесами на регіональному та національному рівнях.

### Література:

1. Глазун В.В., Ковбаса О.М. Логістичний менеджмент забезпечення ефективної діяльності аграрних підприємств. Економіка і суспільство. 2016. № 3. С. 171–176.
2. Косарева Т.В. Аграрна логістика: сутність та багатоаспектність / Т.В. Косарева // Економіка АПК. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки». – 2008. – № 10. – С. 37-43.
3. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования в системе менеджмента предприятий / Т.В. Кулиш // «Актуальные вопросы менеджмента современной организации – 2015» [Электронный ресурс] : электронное научное издание: сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции (Россия, Ижевск, 4 марта 2015 г.) / ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». – Ижевск, 2015. – С. 259-264.
4. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Легеза // Інноваційна Економіка. – 2017. – № 3-4 (68). – С. 167-173
5. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика. Навчальний посібник. К., Обрії, 2011. – 544 с.
6. Смирчинський В.В., Смирчинський А.В. Основи логістичного менеджменту. – Тернопіль: Економічна думка, 2013. – 239 с.

**УДК 005.932:338.43**

**Галат Л.М.**

к.е.н., доцент

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

### **МОДЕЛІ ЛОГІСТИКИ СВІЖИХ ОВОЧІВ В УКРАЇНІ**

З розвитком виробництва та ринків свіжих овочів в Україні постає питання ефективної логістики – формування і функціонування логістичних ланцюгів, які забезпечують надійну, безпечну та своєчасну доставку плодоовочевої продукції до кінцевих споживачів. Крім того, логістика свіжих овочів зазнає значних трансформацій, спричинених впливом нових технологій та зміною переваг споживачів на користь постійного споживання свіжих овочів, і як результат, стрімким ростом цілорічного попиту на них. Разом з розвитком овочівництвом формуються індустрія виробництва тари, упаковки, різні сервісні послуги для доробки, зберігання, транспортування та реалізації овочів.

Логістика свіжих овочів обумовлена географією розміщення та концентрацією виробництва різних видів овочів. На території України

вирощується понад 100 видів овочевих культур, вони вирощуються в усіх регіонах з переважною спеціалізацією на площах понад 440 тис. га. Левова частка овочів вирощується у господарствах населення у 2018 р. (82 %), фермерськими господарствами лише 3,36 %, та 14,45 % [1]. Крім того, в Україні уже подекуди сформувалися овочеві райони, в яких сконцентровано виробництво тих чи інших видів овочів (Каховський, Олешківський райони Херсонщини, Біляївський район Одещини, Кам'янка-Дніпровська – Дніпропетровщини). Така концентрація виробництва викликана не лише природними умовами, але й логістичними перевагами: легше формувати товарні партії, організувати доробку овочів, транспортний чи інформаційний сервіс для логістики.

Означені виробничі і природні умови, що склалися останнім часом в галузі сформували кілька моделей логістики свіжих овочів в Україні – через роздрібні ринки, оптові ринки та торгівельні мережі, а також на зберігання та переробку. Модель оптових ринків, яка склалася в Україні об'єднує в собі елементи споживчого та виробничого типів, де виробники сільськогосподарської продукції не організовані, не об'єднані ні в кооперативи ні в асоціації. На гуртових ринках України переважають посередники. Наприклад: на гуртовому ринку «Копані» під час масового збору врожаю продукцію дрібних товаровиробників скуповують посередники. У логістичних каналах переважають непрозорі схеми здійснення актів купівлі-продажу між виробниками та покупцями безпосередньо у товаровиробників. Покупцями виступають комерційні підприємства і посередники, які контролюють оптові й дрібнооптові товаропотоки овочевої продукції [2, с. 37].

В результаті таких взаємовідносин додана вартість створена виробниками овочів переходить переважно на користь посередників, або кінцевих реалізаторів, які є утримувачами цін. Така практика має змінюватися – щоб доход від виробництва овочів перерозподілялася пропорційно внеску між усіма учасниками логістичного ланцюга. В ситуації, що склалася виробник втрачає мотивацію до виробництва овочів, обираючи ті, які принесуть більший доход.

Дещо інша ситуація складається з розподілом доходу між учасниками логістичного ланцюга за участю торгівельних мереж. Значну питому вагу в торгівлі овочами займають великі торгівельні мережі, які реалізують певний асортимент овочів, поділяючи сукупну пропозицію з пропозицію міських ринків. Через торгівельні мережі за різними оцінками реалізуються до 50 % овочевої продукції, і торговельні мережі укладають угоди на постачання сільськогосподарської продукції, оминаючи оптові ринки з великими товаровиробниками овочів, або з кампаніями по зберіганню та доробці.

Великі мережеві магазини в торгівлі овочами мають низку переваг, а саме: мають власні з спеціалізованим транспортом логістичні (розподільчі) центри, де формуються замовлення для кожного магазину і відбувається економія на транспортних витратах, мають партнерів великих гуртових

постачальників овочів, з якими взаємодіють на основі довготермінових угод; зимова торгівля овочами переважає в супермаркетах порівняно з ринками, супермаркети доповнюють овочевий асортимент імпортованими овочами, мають мережеву інформаційну систему та в режимі on-line слідкують за асортиментом, залишками товарів у магазинах, формують замовлення.

Перспективною моделлю виробництва і логістики свіжих овочів є така, де товаровиробник вирощує один або кілька овочів на площах 100–500 га, має обладнане сховище для зберігання, цех доробки та власний спеціалізований транспорт. Такі виробники співпрацюють з торговельними мережами, або з іншими гуртовими покупцями, в їх практиці впроваджено довготермінові угоди з покупцями, вони можуть забезпечити належну якість, та виступають надійними, відповідальними партнерами.

Все ще переважна частина овочевої продукції реалізується через ринки. На плодоовочеві ринки овочі потрапляють роздрібним торговцям через оптових посередників, або напряму від аграрних товаровиробників.

Крім того, через конкуренцію ринкових торговців, ринкові збори та інше дрібні продавці овочів, переважно ОСГ, або навіть домогосподарства реалізують невеликі обсяги своєї продукції у місцях руху потенційних покупців. Основним організованим каналом збуту для особистих селянських господарств продовжують залишатися міські ринки переповнені реалізаторами та посередниками. Проте, така модель буде зберігатися, особливо в невеликих містах, де обсяги постачання незначні.

Логістичні моделі просування овочів зі значними товарними потоками будуть удосконалюватися згідно сучасних вимог до свіжої продукції, а саме скорочення термінів постачання, більша гнучкість, точність та прозорість.

Досвід кооперації партнерів-овочівників у використанні каналів реалізації має впроваджуватися ширше, тому що за сучасних умов товаровиробник овочів не зможе утриматися на ринку. Впровадженням інформаційних технологій і в цьому секторі сприятиме розвитку більш ефективних моделей логістики свіжих овочів.

### **Література:**

1. Статистичний щорічник України за 2018 р. С. 294. // Режим доступу: <file:///D:/Мои %20документы/Стат.збірник %202017 %20р..pdf>

2. Пасечник В. Цены овощей на оптовых рынках «Столичный» и «Шувар» // Овощеводство. – 2016. – № 6, № 9. – С. 36-37.

3. Ключові тренди логістики свіжих овочів та фруктів. <https://msb.aval.ua/news/?id=27712>

**Dashevskaya L.M.**

Lecturer at the Department of Foreign Languages,  
*SHEI "Kherson State Agricultural University"*  
*Kherson, Ukraine*

## **FUTURE TRENDS IN SUPPLY CHAIN AND LOGISTICS**

Logistics is generally the detailed organization and implementation of a complex operation. In a general business sense, logistics is the management of the flow of things between the point of origin and the point of consumption in order to meet requirements of customers or corporations. The resources managed in logistics may include tangible goods such as materials, equipment, and supplies, as well as food and other consumable items. Logistics management is the part of supply chain management that plans, implements, and controls the efficient, effective forward, and reverse flow and storage of goods, services, and related information between the point of origin and the point of consumption in order to meet customer's requirements.

The complexity of logistics can be modeled, analyzed, visualized, and optimized by dedicated simulation software. The minimization of the use of resources is a common motivation in all logistics fields. A professional working in the field of logistics management is called a logistician.

From the first assembly lines to today's advanced robotic solutions, the supply chain process is constantly evolving. The latest trends in supply chain and logistics focus on smart, tech-driven management to reduce operating expenses and increase efficiency.

### **The importance of trends in supply chain and logistics for modern-day businesses**

Originated with the military as a way to supply troops with weapons and other goods needed for combat, logistics later evolved into a business concept. This was mainly prompted by the growing demands and complexity of the supply chain process, including transportation of large quantities of goods to distant locations, in line with the globalization of trade.

The logistics and supply chain aspect is vital for any business in terms of supply of quality raw materials, efficient manufacturing process, as well as tracking, transport and storage of the finished goods. Companies implementing well-designed supply chain practices are able to meet consumer needs in a more expeditious and timely manner.

Hence, let's look into some key trends expected to affect the shape and development of supply chain practices in the future.

### **Supply chain digitization**

Digitization is the process of using the latest tech solutions together with other physical and digital assets to redesign logistics practices. This way, they



can adjust better to the fast-paced, highly competitive, omni-channel business environment.

Digitization improves the speed, dynamics and resiliency of the supply chain operations, leading to greater customer responsiveness and ultimately higher revenue. By embracing digitalization, companies can experience real value, increased revenue and market valuation.

### **Artificial Intelligence**

Advanced AI solutions have numerous applications in the supply chain, especially the warehousing segment. This includes use of gesture recognition solutions instead of keyboards and mice in the procurement process. It also includes autonomous vehicles (self-driving cars), designed to navigate without human input.

The concept of robotics and automation is also widely implemented in the supply chain. The latest generations of robots are easier to program, more flexible and affordable. Their role is to assist workers with repetitive and physically challenging tasks.

### **More focus on risk management and supply chain resiliency**

There's no doubt that companies must seriously consider supply chain risk management as a way to prepare for undesirable events. The increasing outsourcing practices, off-shoring, product versatility, supply chain security and substantial interdependence throughout the supply chain further accentuate the importance of dealing with risks in the supply chain.

Steps to make the supply chain more flexible and resilient include visibility throughout the supply chain so disruptions can be detected on time, close cooperation with suppliers and distributors so alternative supply routes can be found, and a good incident response plan to provide a course of action when disruption occurs.

### **Knowledge work will go global**

Nearly half of the work in the modern supply chain is knowledge work. This type of work includes complex analytics, planning and procurement processing.

As businesses go global, the knowledge work in the supply chain should go global as well. This will allow companies headquartered in one country to perform logistics operations, have procurement centers or do analytics in different parts of the world.

### **Circular supply chain**

The term "linear supply chain" refers to the conventional concept where goods flow linearly (from raw material to finished product). Modern logistics practices focus on the circular supply chain concept, involving the use of previously used products as raw materials. The reuse of products and materials is known as reverse logistics, and it is a novel, innovative approach. It helps companies reduce administrative and transportation costs, achieve higher sustainability, better customer service and loyalty, create value and conserve resources.

### **Enhanced supply chain visibility**

Proper analysis of supply chain data can significantly improve business forecasting and decision making. It can also optimize the use of resources involved in inventory management, storage and transport.

Supply chain visibility gives insight into what's happening at each point of the supply chain. It's extremely important for the efficiency of the entire supply chain process, including procurement, manufacturing, transport and delivery.

For instance, instead of paying for purchased goods in a store, people can just take the desired items, and get charged for the goods on their cards automatically. Furthermore, real-time inventory management allows the goods to be replaced as they are consumed.

### **References:**

1. Lambert D. Fundamentals of Logistics / Lambert D., Stock J., Ellsram L.: McGraw-Hill, 1998. – 640 p.
2. Top 10 Future Trends in Supply Chain and Logistics [Електронний ресурс] : <https://aacb.com/trends-in-supply-chain-and-logistics/>
3. Logistics [Електронний ресурс]: <https://en.wikipedia.org/wiki/Logistics>

**УДК 338.021.15**

**Дідур Г.І.**

доцент кафедри менеджменту

*Одеський державний аграрний університет*

*м. Одеса, Україна*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИКИ В УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Необхідність розвитку логістичних систем в аграрному секторі пов'язана з тим, що для галузей АПК характерна відсутність територіальної локалізації виробничих процесів. Підприємства переробної промисловості сільгосппродукції, як правило, просторово віддалені від джерел сировини, що викликає необхідність фізичного переміщення матеріальних потоків, як у часі, так і в просторі.

Як зазначає Стельмашук Н. А.: «В сфері кооперованого аграрного товаровиробництва, де функціонують взаємопов'язані галузі рослинництва і тваринництва, продукція яких направляється на зберігання, переробку, або є міжгалузевою сировиною, що породжує неодноразові транспортні перевезення, складування та інші технологічні роботи, логістика направлена на оптимізацію витрат при умові збереження якості продукції,

доведення її до споживача із задоволенням всіх запитів останнього та отримання логістичного ефекту» [1].

Ефективність логістичної системи – це показник (або система показників), який характеризує рівень якості функціонування логістичної системи за заданого рівня загальних логістичних витрат [2].

Оцінка ефективності функціонування логістичної системи повинна базуватися на обліку логістичних витрат, визначенні оптимального рівня обслуговування споживачів та на розрахунку показника економічної ефективності [3].

Основним підходом до визначення економічної ефективності логістичної системи є системний підхід. Його реалізація передбачає оцінку економічного ефекту від логістичної діяльності для всіх учасників логістичної угоди на шляху руху матеріального потоку від виробництва до кінцевого споживача з урахуванням їх суперечливих економічних інтересів, а також облік сукупних логістичних витрат протягом усього логістичного циклу. Ефективність або неефективність логістичних рішень на виробництві, окремих логістичних операцій, пов'язаних з перетворенням матеріального потоку, оцінюється з точки зору досягнення мети функціонування логістичної системи і зростання загальної ефективності.

На рис. 1 визначені складові сукупного економічного ефекту від застосування логістичного підходу.



**Рис. 1. Складові сукупного економічного ефекту від застосування логістичного підходу**

До основних результатів від застосування логістичного підходу у виробничому процесі можна віднести:

- оптимізація запасів, як одна з центральних проблем логістики. Досвід провідних підприємств свідчить про зниження запасів до 50 % при використанні сучасних мікрологістичних систем, що дасть відчутний ефект за рахунок вивільнення додаткових оборотних коштів, які можуть бути використані для подальшого розвитку;

- скорочення чисельності допоміжних працівників. Невизначений трудовий процес, обумовлює потребу в додатковому допоміжному персоналі для виконання пікових обсягів робіт;

- зниження витрат. Будь-яка логістична операція – це потенційні витрати, а оптимізація логістичних операцій – це скорочення витрат;

- оптимізація використання виробничих і складських площ. Невизначеність потоку змушує резервувати великі додаткові площі;

- зниження рівня травматизму. Логістичний підхід органічно включає в себе систему безпеки праці.

Ефективність застосування логістичного підходу оцінюється наступними показниками: рівнем запасів і скороченням потреби в додаткових складських приміщеннях, часом проходження матеріалів логістичним ланцюгом, тривалістю циклу обслуговування замовлення, якістю обслуговування, розміром партії вантажів, зниженням відсотка бракованих виробів, представлених в натуральному і грошовому виразах.

### Література:

1. Стельмащук Н.А. Концептуальні засади маркетингово-логістичного управління конкурентоспроможності аграрних формувань. *Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал*. 2014. № 1. С. 280-289.

2. Лисько Т.Г., Луценко І.С. Основні засади функціонування логістичної системи підприємства. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-6.pdf> (дата звернення: 02.09.2019).

3. Костюк Г.В., Гурич Ю.А., Вейнберегер В.В. Концептуальні основи формування логістичної системи підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5318> (дата звернення: 02.09.2019).

**Ендрес В. С.**  
здобувач вищої освіти спеціальність 071 «Облік і аудит»  
**Біліченко О.С.**  
канд. екон. наук., доцент  
*Миколаївський національний аграрний університет*  
*м. Миколаїв, Україна*

## **SRM-СИСТЕМИ ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ «УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ»**

На сьогодні, під впливом мінливих економічних умов, концепція управління ланцюгами постачання набуває ключового значення як інструмент ефективного управління фінансово-господарською діяльністю, в тому числі підприємств галузі плодоовочівництва. Для отримання стабільного прибутку підприємствам необхідно мати збалансовану систему управління витратами на постачання. Якщо підприємство може зменшити витрати на придбання товарів та послуг, то результатом буде підвищення рентабельності без погіршення якості продукції.

Ефективне управління ланцюгами постачання на підприємстві пов'язано з сучасною концепцією «Управління взаємовідносинами з постачальниками» (Supplier Relations Management), реалізацією якої є SRM-системи. Серед передумов виникнення концепції SRM слід виділити:

- неможливість ефективно управляти закупівлями в усьому ланцюзі постачання;
- проблеми при пошуку необхідних товарів і постачальників з бажаними характеристиками;
- неефективність ручних процедур в процесі закупівель.

SRM-система – це корпоративна інформаційна система (або її окремий функціональний модуль), що призначена для автоматизації SRM-стратегії компанії. Сучасні системи управління відносинами з постачальниками дозволяють проводити глибокий аналіз результатів логістичної діяльності підприємства для оцінки ефективності та ранжування постачальників. Такі продукти орієнтовані на задачі стратегічного вибору постачальників, нових видів продукції з усіх можливих альтернатив, реалізацію всього циклу закупівель, включаючи електронну платформу, а також оперативний моніторинг і оцінку діяльності постачальників. Функціонал різних SRM-систем відрізняється, проте для всіх систем управління відносинами з постачальниками характерні такі функціональні модулі:

- оцінка виконання поставань – дозволяє користувачеві визначати основні показники ефективності (KPI) для оцінки якості надання послуг або постачання та аналізувати відхилення;

- оцінка ризиків – набір показників або даних від замовника дозволяє сегментувати постачальників в залежності від індивідуальних критеріїв ризику, що дозволяє визначити, які партнери забезпечують мінімальний рівень ризику на найбільш важливих етапах;

- централізоване постачання і взаємодія – дозволяє використовувати інформаційну базу і сценарії для оптимізації закупівельних процедур, консолідувати та поширювати контракти, відстежувати їх виконання і підвищити загальну ефективність співпраці.

- дотримання правил – SRM дозволяють налаштувати процеси таким чином, щоб використовувати регламенти внутрішньої системи та зменшити загальне навантаження на людей, підвищуючи якість роботи.

Глобальні економічні тенденції прямо впливають на ринок SRM-систем. Протягом останніх років спостерігається тенденція до збільшення кількості організацій, які використовують програмне забезпечення для управління відносинами з постачальниками. Окрім того, потреба співпраці з міжнародними партнерами розширили ланцюги постачання на весь світ, тому розробники SRM-систем намагаються надати клієнтам весь набір інструментів.

За допомогою використання SRM-технологій компанії можуть досягнути таких ефектів:

- забезпечення зручності обміну даними про закупівлі;
- підвищення точності та прозорості інформації про продукцію, що придбавається;

- отримання повного профілю бази постачальників;
- зменшення обсягів нераціональних витрат та втрат;
- консолідація інформації про постачальників і розставляння пріоритетів на основі ключових факторів;

- забезпечення відповідності умовам контракту.

Застосування інформаційних систем і технологій в логістичній діяльності підприємств є важливою умовою для забезпечення ефективного та стабільного їх функціонування. Впровадження SRM-системи дозволяє підприємству повністю контролювати весь цикл закупівлі за кожною номенклатурною позицією, при цьому формувати ефективні та стабільні взаємозв'язки з постачальниками.

### **Література:**

1. Балабаниць А. Управління відносинами з постачальниками на основі концепції маркетингу взаємодії. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2008. Вип. 1. С. 87-92.

2. Морозевич Е. С., Пименова М. В. SRM-система как инструмент повышения эффективности материально-технического обеспечения промышленного предприятия. *Менеджмент социальных и экономических систем*. 2016. № 3. 60-64.

3. Шаблинская А. А., Кинман М. М. Концепция SRM. 69-я научно-техническая конференция учащихся, студентов и магистрантов: зб. наукових робіт. Мінськ: БГТУ, 2018. С 70-74.

**UDC 164.01**

**Kaminska M.O.**

Senior Instructor at the Department of Foreign Languages,  
*SHEI "Kherson State Agricultural University"*  
*Kherson, Ukraine*

## **APPLYING LOGISTICS IN AGRICULTURAL PRODUCTION**

Many products that play an important role in the agricultural industry require specialized transportation. That's as true of edible goods which need to be refrigerated, as it is of fertilizers which need to be handled with great care. These unique circumstances mean the agricultural industry is especially vulnerable to driver shortages.

Working with numerous companies in the agricultural sector one has found that the key is better collaboration. Procuring the right carriers is essential to successful transport processes.

Logistics in agriculture is gaining more importance as it deals mainly with the smooth supply of food and other agricultural products from the producer to the final consumer. It is important to take account of the principles that apply in other subsystems of logistics, the right merchandise in the right place, intact, in the agreed amount on the agreed place at the lowest possible cost. Scope of agricultural supply chains and logistics are unlike the supply chain and logistics in the production currently under-researched.

Nowadays logistics not only remains a major concern in any military operation, but has also emerged as a major tool in company management. Based on the development, in October 1998 the Council of Supply Chain Management (CSCMP) proclaimed the following definition, which asserts that logistics management was solely a part of SCM: Logistics is a part of the supply chain process which plans, implements and controls an efficient flow of goods and warehousing, services and relevant information from the point of origin to the point of consumption with the objective to meet consumer needs.

The main highlights of EU farm policy from 2013 are enabling farmers to: produce enough safe, high-quality food, contribute to a diversified rural economy and care for the environment and their animals to the highest standards. Supporting consumers to make informed choices about their food, through voluntary EU quality-labelling schemes. These labels – indicating geographic origin, use of traditional ingredients or methods (including organic)

– also help make EU farm products competitive on world markets. To react to these changes and challenges, agricultural and food companies are continuously working on innovations by developing and implementing enhanced quality, logistics and information systems . However, very little research is done and known about logistics implications for food supply chain networks. So in spite that the great importance of logistics in industry, business and other branches is generally acknowledged, this problem is not systematically investigated in agriculture.

The developed logistics industry and market system are the important guarantee of modern agriculture. The research on agricultural logistics is of great significance to speeding up the process of agriculture modernization and improving the competition ability of agriculture. The main aim of this article is to find the most appropriate definition of agricultural logistics or to, based on deferent definition in scientific literature, define agricultural logistics based on the existing ones.

Modern agricultural products logistics is to use modern science and technology to service in modern society. Based on the understanding of current logistics, modern agricultural logistics can be defined as: an integrated industrial activities of integrated operation and management relying on advanced computer networks and information technology, integrating the use of modern transport and storage facilities, through a large number of business information instructions, engaged in agricultural transportation, storage, processing, handling, packaging and distribution processing, distribution and information processing.

The aim is to optimize the distribution channels of agricultural products, reduce operating costs of agriculture-related enterprises in full range, and provide faster and better service to consumers of agricultural products. Taking agricultural products as the core, the agricultural products logistics refers to the organic combination of the entity flowing from producer to receiver and the involving technology, organization, management and other basic functions. It consists of a series of links, such as agricultural production, purchase, transport, storage, loading and unloading, handling, packaging, distribution, circulation processing, information activities, and etc. and realizing agricultural product appreciation and organization objectives in the process. Agricultural products logistics is a branch of the logistics industry, refers to physical flows of physical entities and related information from producer to consumer that satisfy consumer demand, including agricultural production, acquisition, transportation, storage, loading and unloading, handling, packaging, distribution processing, distribution, and development objectives of agricinformation activities.

Logistics plays a central role in modern agricultural production. Thus, we consider that logistics in agriculture is gaining more importance as it deals mainly with the smooth supply of food and other agricultural products from the producer to the final consumer.



## References:

1. de Jomini, A. H. (Baron de Jomini)(2007). "The Art of War", Arc Manor, Rockville, MD
2. CSCMP – Council of Supply Chain Management Professionals (2013). (online): <http://cscmp.org/about-us/supply-chain-management-definitions>.
2. Zhang., M. &Li,P. (2012). "RFID Application Strategy in Agri-Food Supply Chain Based on Safety and Benefit Analysis" Physics Procedia, Vol. 25, pp. 636-642
3. European Union (2013). Agriculture. (online): <http://europa.eu/pol/agr/>

УДК 338:656.07

**Кисіль К.О.**

здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету

Науковий керівник: **Ксьонжик І. В.**

*д. е. н., доцент*

*Миколаївський національний аграрний університет*

*м. Миколаїв, Україна*

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Логістика дає можливість комплексно і системно охопити основні етапи сфери обігу: "постачання – виробництво – зберігання – розподіл – транспорт – попит – споживання". Тобто, основними джерелами підвищення ефективності економічної діяльності за рахунок застосування логістики є зменшення розмірів різних видів запасів і скорочення циклу господарської діяльності, та в наслідок цього досягти скорочення обсягу капіталу, вкладеного в запаси, прискорення оборотності капіталу, збільшення прибутку.

Проблеми пошуку пріоритетних напрямків підвищення ефективності управління підприємствами, в тому числі на основі логістичної концепції, присвячені роботи А. М. Гаджинського, Є. В. Крикавського, Ю. М. Неруш, С. А. Уварова, Д. Уотерса та інших вітчизняних і зарубіжних вчених.

Серед причин, що стримують розвиток логістики в Україні, слід зазначити наступні.

- технологічне відставання вітчизняної транспортної системи в порівнянні з розвиненими країнами;
- недостатній рівень розвитку транспортної інфраструктури в цілому;
- недосконалість законодавчої бази в області логістики і земельних відносин;
- недостатня кваліфікація кадрів;
- нестача приватних інвестицій [2].

У 2016 році Кабінетом Міністрів України затверджено план заходів щодо дерегуляції господарської діяльності (розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2016 р. № 615), виконання якого дає можливість розв'язати нагальні проблеми у сферах надання адміністративних послуг, державного нагляду, інформаційних технологій, аграрній, харчовій, будівельній, транспортній сферах, а також у сферах митного, валютного та податкового регулювання [1].

Україна може створити всі види транспортно-логістичних кластерів, оскільки межує з державами як ЄС, так і Митного союзу, промисловість зосереджена всередині держави, що дає тенденцію до розвитку регіональних кластерів.

Стратегічний напрямок логістики в Україні зумовлений декількома причинами: швидким зростанням витрат на будь-які перевезення; переорієнтацією від ринку надання послуг до ринку споживача; розвитком комп'ютерних технологій. Все це дозволяє здійснювати обробку значних масивів інформації і обмінюватися даними в реальному часі з мінімальними витратами.

До тенденцій розвитку сучасної логістики необхідно віднести наступне:

1. Збільшення вартості транспортних послуг. У проблемах логістики, пов'язаних із транспортом, потрібно здійснювати менеджмент більш високого рівня, причому одночасно як на рівні поточних операцій, так і на рівні політики.

2. Ефективність виробництва досягла максимуму. Досить важко домагатися додаткової економії коштів.

3. Асортимент товарів істотно розширюється. Існує необхідність ефективного управління запасами.

4. Використання комп'ютерів у світі бізнесу постійно розширюється. З'явилася можливість систематично вивчати якість сервісу, що надають постачальники. Проводячи такого роду аналіз, багато фірм мають можливість модернізації своїх систем розподілу.

5. Вирішення проблем забруднення навколишнього середовища і повторного використання відходів. Ці проблеми пов'язані з логістикою, оскільки мова йде про пакувальні матеріали і про створення каналів повернення відходів для переробки.

6. Розвиток мереж великих спеціалізованих магазинів, успішна діяльність яких обумовлена добре відпрацьованими логістичними системами [3].

Сучасний етап розвитку логістики в Україні характеризується створенням значної кількості професійних організацій. Це зв'язано з тим, що мистецтво логістики розвивається настільки стрімко й швидко, що професіоналам приходится постійно займатися самоосвітою.

### Література:

1. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>.

2. Гринько Т. В. Функції логістичної системи в умовах забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі металургії / Т. В. Гринько // Економіка та держава. – 2016. – № 5. – Травень. – С. 12–16.

3. Шевченко І. В. Впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств як фактор підвищення конкурентоспроможності / І. В. Шевченко // Електронний додаток до матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції: “Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики”, 18-19 листопада 2015 року.

**УДК 658.5:338.43**

**Ковтун В.А.**

доцент кафедри економіки та фінансів

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

### **ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Однією з найбільш перспективних сфер світового бізнесу сьогодні є розвиток сільського господарства. Провідні аграрні підприємства активно шукають та впроваджують високоякісні інноваційні рішення, які здатні підвищити обсяг виробництва та реалізації продукції. Ефективність використання мобільної частини основних ресурсів аграрних підприємств досягається за рахунок максимально ефективного використання усіх наявних транспортних засобів та тракторів. Організація роботи технологічних операцій вирощування культур вирішується через реалізацію за допомогою таких сервісів як Navizor.com, які аналізують розташування точок проведення агротехнічних робіт, збору врожаю, відстані до них, вантажомісткість окремих транспортних засобів, можливі логістичні маршрути доставки матеріалів та продукції, максимально допустимий час для їх доставки та навіть якість дорожнього покриття. Інтеграція з системами GPS-моніторингу дозволяє також контролювати переміщення усіх мобільних активів аграрного виробника в режимі реального часу і вчасно реагувати на значні затримки чи відхилення від маршруту [1, с. 137].

Великі можливості ефективного використання ресурсів аграрних підприємств дає використання смартфонів та мобільних додатки, які можуть здійснювати: відстеження та контроль транспортних засобів;

контроль водіїв; нагадування та попередження; супровід і підтримку. Всю необхідну інформацію забезпечують такі програми як: ГЕО-Обліковець, ГЕО-План, Кишеньковий вимірювач, Агронавт, Farm Works Mobile, SST Stratus, SMS Mobile, AGRO-GPS Mobilbox та інші [2, с. 296].

Логістичні бізнес-процеси здійснюються між постачальниками, виробниками, центрами розподілу, регіональними складами і клієнтами. Об'єктами виконання основних бізнес-процесів є персонал, трудові об'єкти, перевізники, інтелектуальна власність та обладнання. Основними питаннями логістичних бізнес-процесів є витрати на логістику, які включають операційні витрати і витрати з обслуговування клієнтів: закупівля, складські послуги, розподіл, виробництво, транспортування, збут, інформаційна підтримка, клієнтський сервіс [3, с. 39].

Структура логістичних витрат розвинутих країн свідчить, що найбільша частка припадає на управління запасами – 30 %, транспортні витрати – 25 та витрати на адміністративно-управлінські функції – 15 % [4, с. 198].

На українському та зарубіжному ринках існують інформаційні технології для ефективного використання технології агрологістики на агропромислових підприємствах. Програмний продукт, який випускається компанією ESRI (США) ArcLogistics 9.3 – це інструмент для планування та оптимізації роботи парку транспортних засобів. Одним із програмних продуктів для агрологістики є TruckStops, продукт фірми MicroAnalytics. Використання TruckStops дозволяє господарствам зменшувати вартість поставки, поліпшує запропонований клієнтам сервіс, пропонує ефективні за вартістю маршрути, збільшує ефективність адміністративного управління [2, с. 295].

Організація та впровадження автоматизованих логістичних рішень у діяльність аграрних виробників дозволяє досягти економії витрат паливно-мастильних матеріалів та робочого часу уже в перший місяць роботи. Ці інтелектуальні рішення підвищують якість заготівлі продукції, зменшують ризик її псування і суттєво зменшують втрати врожаю, які в середньому становлять 6,6 % для транспортування зерна. Сучасні логістичні рішення дозволяють здійснити можливе врахування фактору погодних умов: деяку продукцію оптимально збирати в суху погоду; іншу – після дощу, а деякі види продукції – після легкого приморозку, оскільки це впливає на їх якісні характеристики та подальше зберігання [5, с. 77].

Впроваджуючи в діяльність аграрних підприємств інноваційні технології, інвестиційні кошти працюють не тільки на стратегічні плани, а і на тактичні можливості, заощаджуючи земельні, виробничі, трудові та фінансові ресурси [6, с. 110].

### **Література:**

1. Ковтун В.А. Роль інтелектуальних технологічних рішень для ефективного використання ресурсів сільського господарства / В.А. Ковтун //

Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2019. – № 1 (18). – С. 137-141.

2. Тищенко С.І. Роль інформаційних технологій у діяльності аграрних підприємств. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – 2015. – № 3. – С. 291-297.

3. Ітченко Д.М., Сидоренко А.В. Реінжинеринг логістичних бізнес процесів як дієвий механізм їх реорганізації / Д.М. Ітченко, А.В. Сидоренко // Регіональна економіка та управління – 2018. – № 4(22). – С. 38-42.

4. Седіков Д.В., Седікова І.О. Управління витратами у логістичних ланцюгах зернопереробних підприємств / Д.В. Седіков, І.О. Седікова // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2019. – № 1 (18). – С. 197-200.

5. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження / В. Білінська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка – Економіка. – 2015. – Вип. 7 (172). – С. 75-81.

6. Ковтун В.А. Впровадження автоматизованих логістичних рішень у діяльності аграрних підприємств / В.А. Ковтун // ВУНПІК «Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі» – м. Київ, КНТЕУ – 13 березня 2019 р. – С. 107-110.

**УДК 339.564**

**Коломієць Л.С.**

Начальник Управління фітосанітарної безпеки  
*ГУ Держспродспоживслужба в Херсонській області*  
*м. Херсон, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ ТОМАТІВ ДО ЄС**

Томати – це овоч родини Пасльонових, що походить з Південної Америки, і займає провідне місце в світі серед овочевих культур. Помідори можна використовувати у свіжому вигляді, для переробки, також його плоди мають в своєму складі набір елементів, які благотворно впливають на серцево-судинну систему і допомагають очистити організм.

Південь України традиційно виробляє велику кількість томатів, що завдяки вмісту поживних речовин, користується великим попитом в країнах Європейського Союзу, проте, щоб експортувати вирощену продукцію обов'язково необхідно дотримуватися вимог, зазначених в Директиві [1]

Експорт томатів до країн Європейського співтовариства (ЄС) можливий при офіційному підтвердженні, що плоди томатів походять з країни (регіону, місця виробництва), визнаної як вільна від шкочинного

організму – гостриці томатної (*Keiferia lycopersicella* (Walsingham)) відповідно до [2, 3].

Вперше шкідник був знайдений на посівах томатів в Каліфорнії у 1923 році і спочатку був ідентифікований невірною, і лише в 1928 році він був описаний як новий вид.

Гостриця томатна уражує переважно помідори, проте може шкодити і ще принаймні 12 видам інших пасльонових. Переважно шкідник виявляється у Північній, Центральній та Південній Америці, зокрема у Канаді – у теплицях Британської Колумбії та на полях й в теплицях в Південно-Західному Онтаріо, у США – широко зустрічається по всій південній половині від Нью-Джерсі до Каліфорнії, його також можна знайти на Гаваях. Значні та періодичні спалахи томатної гостриці були зафіксовані в Північній Америці з 1920-х років, особливо великі економічні втрати в США та Мексиці, що становили мільйони доларів, відбулися у 1980-х та на початку 1990-х років. В країнах ЄС цей шкідник відсутній.

Личинки гостриці томатної можуть пошкоджувати листки або плоди, але більшість економічних втрат відбуваються при ураженні плодів. Ураження плодів відбувається, коли личинки потрапляють у помідор, при цьому заражена продукція повинна бути утилізована.

Більшість яєць відкладаються на нижній стороні листя, але коли густина посіву висока, яйця можна знайти по всій рослині. Яйцекладка становить від 50 до 200 яєць, вилуплення зазвичай відбувається через 3,5-9 днів.

На рослинах, що не мають плодів, перші личинки, як правило, містяться всередині листків, харчуючись тканинами мезофілу. Пізніше листки згортаються, створюючи притулки, де шкідник може харчуватися в захищеному середовищі, що зменшує ефективність контактних пестицидів.

Згодом личинки опускаються на землю й після закопування в ґрунт на глибину 1–2 см, вони прядуть кокон, що складається з ниток та власне ґрунту.

Дорослі особини зазвичай живуть близько тижня, але в більш прохолодних температурах можуть жити понад 3 тижні. Нижній поріг розвитку оцінюється в 11°C, а личинки можуть розвиватися при температурі до 44°C. За теплих температур шкідник може давати 10 і більше поколінь за рік.

Під час переміщення вантажів з однієї країни в іншу яйця та невеликі личинки на листках томатів можуть залишатися непоміченими, особливо небезпечним є наявність невилучених рослинних решток з партії та упаковки, які використовуються для збору та пакування плодів помідорів, що можуть містити імаго або лялечок. Також пошкодження шкідником можуть призвести до вторинної бактеріальної інфекції, що негативно вплине на зовнішній вигляд продукції.

Таким чином, в Україні *Keiferia lycopersicella* занесена в перелік регульованих шкідливих організмів до списку A1 – карантинні організми, відсутні в Україні, проте, зважаючи на біологічні особливості шкідника, під

час експорту томатів до країн ЄС обов'язково необхідно дотримуватися всіх фітосанітарних заходів.

### **Література:**

1. Директива Ради 2000 29 ЄС від 8 травня 2000 року (із змінами, внесеними згідно Виконавчої Директиви Комісії (ЄС) 2017/1279) від 14.07.17 року). URL: [http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Fitosanitarni\\_Vimogi\\_Krain/89](http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Fitosanitarni_Vimogi_Krain/89)

2. Про карантин рослин: Закон України від 30 червня 1993 р. № 3348-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3348-12>

3. Про затвердження Порядку офіційного встановлення та/або підтримання статусу місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів, позбавлення такого статусу, його поновлення та інші умови офіційного встановлення місця виробництва або виробничої ділянки: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 07 серпня 2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1444-12>

**УДК 005.932:338.43**

**Михайлова М.С**

студентка спеціальності 075 – маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## **АГРАРНА ЛОГІСТИКА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Агрологістика – є однією із перспективних галузей, які на сьогодні швидко розвиваються. Використання цифрових технологій в логістичних системах постачання, сучасні технології зберігання та післязбиральної обробки, забезпечення продукцією за основними транспортними європейськими та азіатськими шляхами обумовлюють зацікавленість підприємців у створенні та формуванні нових моделей бізнесу. В той же час, агрологістика, незважаючи на свою інвестиційну привабливість, тільки починає розвиватися в Україні з причин відсутності кваліфікованих кадрів, достатніх фінансових капіталовкладень та неузгодженні основних процесів уздовж логістичних ланцюгів. Ситуація погіршується нерозвиненістю транспортною інфраструктурою, що в свою чергу обумовлює можливості південних регіонів перевозити готову продукцію до країн Європейського союзу. Вкрай актуальним є питання розвитку агрологістики для галузі плодоовочівництва, адже саме різноманітність овочів та фруктів, їх

біологічні особливості до транспортування та зберігання вимагають більш ретельного дослідження процесів управління товаропотоками.

Питанням логістичної діяльності, присвятили свої праці такі зарубіжні вчені такі, як: К. Лайнос, М. Джиллінгем, Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт, А.М. Гаджинського, Є.В. Крикавського, В.І. Сергеева.

Логістика – це процес управління товаропотоками сировини, напівфабрикатів та готової продукції від виробника до кінцевого споживача. Основним принципом логістики є відповідність товаропросування до основних логістичних критеріїв (продукт, кількість, якість, місце, клієнт, час та логістичні витрати). Олійник Я.Б. та Смирнов І.Г. наголошують, що всі логістичні процеси повинні здійснюватися з умов задоволення споживачів [1]. В агрологістиці проблема оптимізації витрат стоїть поруч з проблемою втрат продукції. Адже, більшість видів сільськогосподарської продукції відноситься до продукції, що швидко псується. Саме цей критерій може бути восьмим у принципах управління в агрологістиці. Особливу увагу тут необхідно приділити системі управління логістичними потоками овочів та фруктів. Адже, невірний встановлений кліматичний режим та відсутність контролю при транспортуванні може призвести до втрати всієї товарної продукції. З цього приводу в аграрному секторі використовують принцип холодних ланцюгів поставок, який базується на повному контролі температурного режиму протягом первинної доробки, формування партій, зберігання та транспортування.

Іншою особливістю агрологістики є особливі біологічні властивості різних сортів однієї продукції до транспортування до зберігання. Так, термін зберігання черешні залежно від сорту може коливатися від 1 доби до 5 днів. Осінні та зимові сорти яблук мають різні умови до їх зберігання.

З цього приводу, досліджуючи проблеми логістики в аграрному секторі, Косарева Т.В. запропонувала наступні критерії ефективної логістики: 1) спроможність до постачання; 2) час та строки постачання; 3) гнучкість замовлення з боку виробника та клієнта; 4) дотримання умов постачання; 5) інформаційність товаропросування [2]. На необхідність інформатизації процесів постачання продукції наголошує Банько В.Г. [4]. Отже, для впровадження сучасних елементів інформатики у логістичні процеси вкрай необхідно оновити логістичну інфраструктуру [3]. На відсутність фінансових капіталовкладень у логістичну інфраструктуру наголошує Березівський П. С.. Більш того, автор зазначає, що у сучасних умовах програмне забезпечення контролю за логістичними потоками є занадто затратним для вітчизняних виробників [5].

З цього приводу, для покращення передумов розвитку агрологістики в Україні необхідно зосередитись на реформуванні фінансової та транспортної логістичних систем, покращенні інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, формування нормативно-правової бази з метою регулювання відносин між суб'єктами логістичних систем та



активізацію роботи по підвищенню кваліфікації управлінського персоналу щодо управління логістичними потоками в аграрній сфері [6].

Таким чином, підприємницька діяльність в сфері агрологістики – це перспективна можливість одержання додаткових фінансових капіталовкладень для вітчизняних виробників за рахунок доробки продукції та формування доданої вартості. З іншого боку нерозвиненість ринкової та логістичної інфраструктури стримують процеси розвитку логістики в аграрному секторі.

### Література:

1. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика. Навчальний посібник. К., Обрії, 2011. – 544 с.

2. Косарева Т.В. Аграрна логістика: сутність та багатоаспектність / Т.В. Косарева // Економіка АПК. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки». – 2008.– № 10. – С. 37-43.

3. Банько В. Г. Логістика: Навч. посібник / В. Г. Банько. – 2-е вид., перероб. -Київ: КНТ, 2010. – 332 с.

4. Клімова І.Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні / І.Г. Клімова // Держава та регіони. – 2006. – № 3. – С. 143-147.

5. Березівський П.С. Організація виробництва в аграрних формуваннях :навч. посібник / П.С. Березівський, Н.І. Михайлюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 560 с.

6. Клімова І.Г. Логістика як чинник підвищення конкуретоспроможності підприємства / І. Г. Клімова // Держава та регіони. – 2006. – № 4. – С. 163-166.

7. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Легеза // Інноваційна Економіка. – 2017. – № 3-4 (68). – С. 167-173

8. Кулиш Т.В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т.В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж.Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. – Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018. – С. 26-30.

**Найда І.С.**

доцент кафедри менеджменту

**Швець З.О.**

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»

*Одеський державний аграрний університет*

*м. Одеса, Україна*

## **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

В умовах інтеграції економіки України у європейський простір одним із пріоритетних завдань є динамічний розвиток національної транспортної системи. Сьогодні транспортна галузь нашої країни задовольняє тільки основні потреби населення та економіки в перевезеннях за обсягом, проте не за якістю. Сучасний стан транспортної інфраструктури та рівень організації перевезень не відповідає європейським стандартам якості надання транспортних послуг та принципам концепції сталого (збалансованого) розвитку. Основними причинами такого стану є системне недофінансування, технічна відсталість та недостатнє технічне обслуговування інфраструктури та транспорту. Це свідчить про необхідність проведення наукових досліджень щодо визначення стратегічних напрямів розвитку транспортної системи України.

Відповідно до Закону України «Про транспорт» Єдину транспортну систему України формує: транспорт загального користування (залізничний, водний, автомобільний, повітряний, електротранспорт, метрополітен); промисловий залізничний транспорт; відомчий транспорт; трубопровідний транспорт; шляхи сполучення загального користування [1]. Координацію діяльності всіх видів транспорту здійснює Міністерство інфраструктури України.

Таким чином, транспортна система України має складну та багаторівневу структуру, що складається із транспортної інфраструктури, власне транспортних засобів та системи управління (рис. 1).

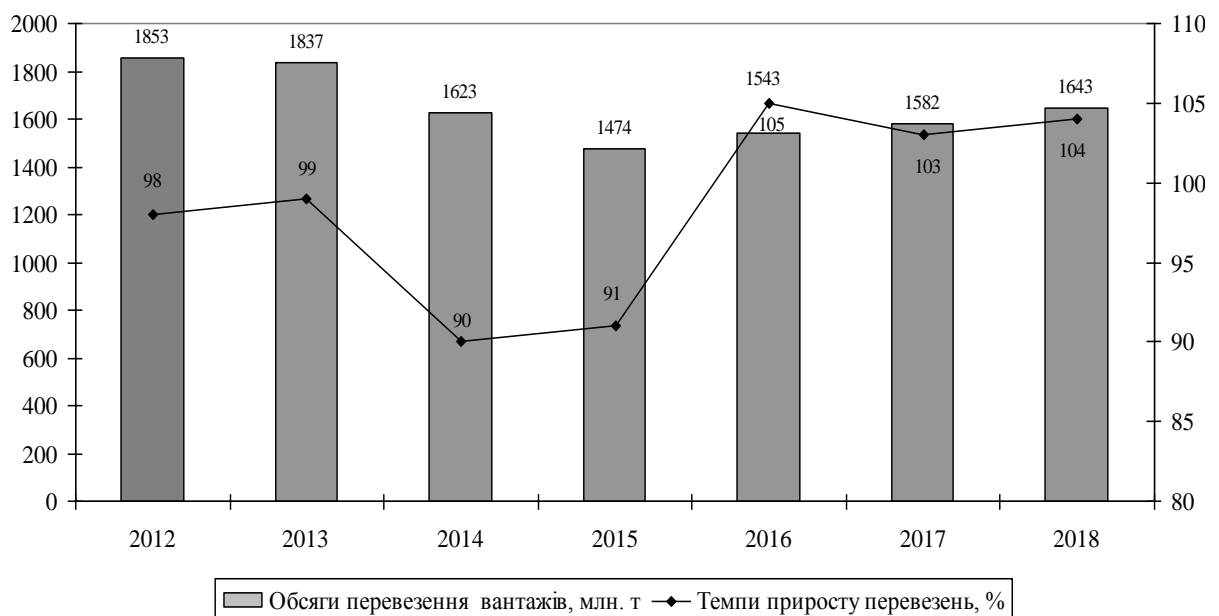
Динаміка зменшення обсягів перевезень вантажів протягом 2012-2018 рр. на 11,3 % тісно пов'язана з економічними кризовими процесами та воєнно-політичними подіями на Сході країни (рис. 2). Провідна роль у здійсненні вантажообороту України припадає на автомобільний та залізничний транспорт, питома вага яких у загальній структурі вантажних перевезень складає 73,4 % та 19,6 % відповідно [2, с. 30].

Для комплексного вирішення наявних проблем в галузі транспорту розроблена Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року, пріоритетними напрямами якої визначено формування конкурентоспроможної та ефективно транспортної системи; інноваційний

розвиток транспортної галузі та глобальні інвестиційні проекти; безпечний для суспільства, екологічно чистий та енергоефективний транспорт; безперешкодна мобільність та міжрегіональна інтеграція [3].



**Рис. 1. Структура транспортної системи України**



**Рис. 2. Динаміка обсягів перевезень вантажів у 2012-2018 рр.**

Світові тенденції розвитку транспортних систем свідчать про активізацію впровадження енергозберігаючих та «зелених» технологій з метою мінімізації негативного впливу на довкілля та збереження

конкурентних позицій. Перехід на електромобілі набуває масового характеру, про що свідчить зростання обсягів продажів гібридних автомобілів та електрокарів у країнах ЄС. Для популяризації автомобілів на альтернативному паливі європейські країни використовують як фіскальне стимулювання, так і прямі субсидії.

Саме тому модернізація вітчизняної транспортної системи відповідно до вимог міжнародних стандартів сприятиме розвитку ефективного, надійного, безпечного та екологічного транспорту, стимулюватиме український експорт і розвиток внутрішнього виробництва та торгівлі, покращанню стану довкілля, підвищенню інвестиційної привабливості та іміджу країни в цілому.

### **Література:**

1. Про транспорт: Закон України від 10.11.1994 № 233/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.09. 2019).

2. Україна у цифрах 2018. Статистичний збірник. / відпов. за випуск О.А. Вишнеvsька. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 45 с.

3. Транспортна стратегія України на період до 2030 року. Схвалена Розпорядженням КМУ від 30.05.2018 № 430-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80> (дата звернення: 09.09. 2019).

**УДК 005.932:338.43**

**Несін Ю.М.**

доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

### **АНАЛІЗ АНГЛОМОВНОГО ПІДРУЧНИКА «АНГЛІЙСЬКА МОВА ДЛЯ ЛОГІСТИКИ»**

Українська вища освіта має сьогодні на меті створити сприятливі умови для подальшого розвитку й навчання особистості, яка би впевнено почувала себе на вітчизняному, європейському та світовому ринках праці. Одним із ключових завдань української вищої школи є дослідження, пов'язані з процесом викладання іноземних мов, адже він виступає теоретичною основою сучасної університетської освіти, де всебічне вивчення іноземних мов є вагомим фактором.

Нам важливо дослідити переваги та недоліки використання автентичних англомовних підручників у процесі навчання іноземних мов в українських

університетах, засобами вітчизняних показників проаналізувати їх зміст, узагальнити досвід, визначити перспективи всебічного розвитку.

Важливе значення для дослідження аспектів викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах України в контексті опрацювання навчальних книг становлять роботи, присвячені їхньому всебічному аналізу, що представлені низкою робіт сучасних науковців України (Н. В. Андрійчук, Т. О. Бровченко, Г. П. Буцан, А. С. Гембарук, В. А. Дмитренко, В. Ф. Дороз, А. К. Корсаков, О. Ю. Кузнецова, К. О. Олександренко, В. Г. Рогожа, А. М. Самойленко, І. А. Ткаля, с. О. Царьова, Л. О. Чулкова та ін.).

Аналізом вітчизняних підручників постійно опікуються англомовні дослідники Х. Аллен, Дж. Годуїн, У. Кепел, К. Кеппер, с. Макуїн, М. Рейллі, Р. Річі, с. Сієбай, А. Сілвер, Л. Стратт та ін. Вищезазначені фахівці небезпідставно пишаються здобутками, водночас критикуючи застарілі підходи до написання навчальної літератури.

Відомо, що аналіз автентичних англомовних підручників з боку українських науковців не дуже поширений, в нашій тезі ми намагаємося об'єктивно й неупереджено висвітлити позитивні та негативні сторони підручника «Англійська мова для логістики» за допомогою якого навчаються студенти, розвиваючи мовні, мовленнєві, соціокультурні та стратегічні компетенції. Ми впевнені, що така праця допоможе викладачам англійської мови в їхній подальшій роботі зі студентами.

Квінтесенція тези – здійснення всебічного аналізу англомовного підручника «Англійська мова для логістики» видавництва «Оксфордська університетська преса» як ефективного засобу комунікації.

Англомовний підручник «Англійська мова для логістики» видавництва «Оксфордська університетська преса» є результатом колективної спільної праці низки науковців Англії. Вперше надрукована у 2009 році, навчальна книга розрахована на професійний рівень володіння англійською мовою та має теоретичне та практичне спрямування. Зміст складається з восьми розділів й наступних складових: введення в логістику, логістичний сервіс, інвентаризаційний менеджмент і постачання, види транспортування, планування і підготовка до транспортування, товари для перевезення кораблями, зберігання і складування, документація і фінансування.

Нами приділяється особлива увага відповідності змісту навчальної книги її меті, доцільності використання вищезазначеного підручника на практичних заняттях у вищих навчальних закладах. В цьому аспекті контент підручника повністю відповідає нормативним положенням, враховує вікові особливості й попередню підготовку студентів. Загальна характеристика викладу навчального матеріалу свідчить про науковий підхід до написання підручника. Головний плюс «Англійської мови для логістики» в спрямованості навчального матеріалу на формування науково-теоретичного мислення, мотивації навчання, розширенню світоглядних позицій.

Разом з тим є й недоліки, серед яких ми відзначаємо відсутність триалогів, недостатню кількість вправ, спрямованих на розвиток уяви, слабкість психологічного компоненту у підручнику.

Підсумовуючи вищезазначене, ми не маємо намірів зупинитися на досягнутому, оскільки педагоги України в системі вищої освіти давно й постійно працюють з автентичними англійськими підручниками і вони мають бути обізнаними з їхніми сильними і слабкими сторонами. Водночас слід також не забувати й про відповідність таких навчальних книг нашим планам, програмам, реаліям життя.

### **Література:**

1. Волкова Н. Педагогіка: навч. посіб. 3-тє вид., стер. / Н. Волкова. – К.: Академвидав, 2009. – 616 с.
2. Дичківська І. Інноваційні педагогічні технології: Навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2004. – 352 с.
3. Дьяченко М. Психология высшей школы / М. Дьяченко, Л. Кандыбович. – Минск: Изд-во БГУ им. В. Ленина, 2004. – 383 с.
4. Нечаев В. Социология образования / В. Нечаев. – М.: Наука, 2005. – 54 с.
5. Фіцула М. Педагогіка: Вид. 2-ге, випр., доп. / М. Фіцула. – К.: Академвидав, 2007, – 560 с.
6. Grussendorf M. English for Logistics Student's Book / M. Grussendorf. Oxford University Press, 2015, – 94 p.

**УДК 339.564**

**Пасічник О.В.**

начальник відділу карантину рослин  
*Управління фітосанітарної безпеки  
ГУ Держспродспоживслужби в Херсонській області  
м. Херсон, Україна*

### **ЕКСПОРТ ТОМАТІВ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

В світі вирощується велика кількість різноманітних овочів, проте в багатьох країнах великою популярністю користуються томати (*Lycopersicon esculentum* Mill.), які, за даними ФАО, займають перше місце за площами вирощування серед усіх овочевих культур – 4 млн. га, при цьому 75 % плодів використовуються в свіжому вигляді, а 25 % – з метою переробки [1].

Цінність плодів томатів визначається високими харчовими й смаковими якостями, проте їх біохімічний склад може змінюватися залежно від сорту

(гібриду) та умов вирощування. В Україні найсприятливішим регіоном для виробництва помідорів є Херсонська область, посівні площі яких в 2019 році, згідно даних Державної служби статистики України, в господарствах усіх форм власності становлять 12,3 тис. га [2].

Більша частина продукції, вирощеної на теренах області, проте експорт томатів до країн Європейського співтовариства можливо здійснювати із місць виробництва або виробничих ділянок, визначених відповідно до ст. 31 Закону України «Про карантин рослин» [3] та Порядку офіційного встановлення та/або підтримання статусу місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів, позбавлення такого статусу, його поновлення та інші умови офіційного встановлення місця виробництва або виробничої ділянки [4].

Відповідно до п. 25.7.2. додатку IV, частини А розділу I Директиви Ради 2000/29/ЄС від 8 травня 2000 року (із змінами, внесеними згідно Виконавчої Директиви Комісії (ЄС) 2017/1279) від 14.07.17 року) [5], експорт томатів до країн Європейського співтовариства (ЄС) можливий при дотриманні певних вимог, а саме офіційному підтвердженні, що плоди томатів:

(а) походять з країни, визнаної як вільна від **Keiferia lycopersicella (Walsingham)** відповідно до релевантних Міжнародних стандартів фітосанітарних заходів,

*або* (б) походять з регіону, визнаного як вільний від **Keiferia lycopersicella (Walsingham)** у країні походження національною службою з захисту рослин, відповідно до релевантних Міжнародних стандартів фітосанітарних заходів, про що зазначається у фітосанітарному сертифікаті, в графі «Додаткова декларація»,

*або* (в) походять з місця виробництва, визнаного вільним від **Keiferia lycopersicella (Walsingham)** національною службою з захисту рослин у країні походження на підставі офіційних перевірок та обстежень, проведених протягом останніх трьох місяців до експорту, і про що зазначається у фітосанітарному сертифікаті, в графі «Додаткова декларація».

Форма заяви та процедура затверджена наказом [4], розмір плати за обстеження посівів сільськогосподарських культур щодо виявлення карантинних організмів для надання та/або підтвердження статусу місця виробництва або виробничої ділянки на вимогу особи, що здійснює виробництво об'єктів регулювання, передбачених [3], затверджено постановою Кабінету Міністрів України [6].

Для встановлення статусу місця виробництва або виробничої ділянки вільної від відповідного шкідливого організму суб'єкту господарювання до територіального органу Держпродспоживслужби необхідно подати:

1. Заяву про встановлення та/або підтримання офіційного статусу місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів (додаток 1 до [4]). У додатковій інформації заяви необхідно

зазначити перелік шкідливих організмів, відносно яких планується офіційно встановити вільне місце виробництва або виробничу ділянку.

2. Копія плану земельної ділянки (витягу з документації із землеустрою), на якій планується офіційне встановлення місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів.

3. Копія документа, який засвідчує право власності або користування (у тому числі оренди) на земельну ділянку, на якій планується офіційне встановлення місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів.

4. Документ, що підтверджує внесення плати за обстеження посівів сільськогосподарських культур, плодкових культур, розсадників, промислових садів, присадибних ділянок та лісосмуг щодо виявлення карантинних організмів для надання та/або підтвердження статусу місця виробництва або виробничої ділянки на вимогу особи, що здійснює виробництво об'єктів регулювання, передбачених Законом України «Про карантин рослин» [3] та постановою [6].

За результатами проведених заходів, пов'язаних зі встановленням та/або підтриманням статусу місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів, відповідно до Порядку [4], присвоюється реєстраційний номер місцю виробництва або виробничій ділянці, вільних від регульованих шкідливих організмів чи одного шкідливого організму, або надається обґрунтована відмова.

### Література:

1. Промышленная технология выращивания томата на капельном орошении. *Владам-Юг*: веб-сайт. URL: <http://vladam-seeds.com.ua/ru/agronomiya/promyshlenna-tekhnologiya-vyrashchivaniya-tomata> (дата звернення 19.08.2019)

2. Посівні площі сільськогосподарських культур за їх видами. *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 18.08.2019)

3. Про карантин рослин: Закон України від 30 червня 1993 р. № 3348-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3348-12> (дата звернення 18.08.2019)

4. Про затвердження Порядку офіційного встановлення та/або підтримання статусу місця виробництва або виробничої ділянки, вільних від регульованих шкідливих організмів, позбавлення такого статусу, його поновлення та інші умови офіційного встановлення місця виробництва або виробничої ділянки: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 07 серпня 2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1444-12> (дата звернення 18.08.2019)

5. Фітосанітарні вимоги країн. *Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів*: веб-сайт. URL:



[http://consumer.gov.ua/ContentPages/Fitosanitarni\\_Vimogi\\_Krain/89/](http://consumer.gov.ua/ContentPages/Fitosanitarni_Vimogi_Krain/89/) (дата звернення 19.08.2019)

6. Деякі питання надання послуг Державною службою з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів, органами та установами, що належать до сфери її управління: постанова Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2011 р. № 1348. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1348-2011> (дата звернення 18.08.2019)

**УДК 005.932:338.43**

**Прищеп А.В.**

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня  
другого року навчання ЕФ

Науковий керівник: **Осадчук І.В.**

к.с.-г.н., доцент

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ХЕРСОНЩИНИ**

Головною метою діяльності будь-якого підприємства, як відомо, є отримання прибутку. У цьому питанні збутова діяльність виступає основною ланкою доведення продукції до споживача. Підприємства аграрного сектору не є винятком. Адже їх ефективне функціонування є передумовою стабільного розвитку економіки країни та забезпечення її населення необхідними для життя товарами.

Збутова діяльність сільськогосподарських підприємств, зокрема фермерських господарств, має свої особливості, складнощі та проблеми. На сьогоднішній день основними каналами збуту сільськогосподарської продукції є: «виробник – споживач» (продажі на підприємстві, на ринку тощо), сюди можна зарахувати і канал «виробник – переробне підприємство», і «виробник – власник земельного паю (як частина орендної плати за нього)»; «виробник – роздрібний продавець – споживач»; «виробник – дрібно гуртовий продавець – споживач»; «виробник – дрібно гуртовий продавець – роздрібний продавець – споживач»; «виробник – гуртовий продавець – дрібно гуртовий продавець – роздрібний продавець – споживач». Важливо зазначити, що вагомість того чи іншого каналу збуту відрізняється для різних видів продукції.

Для зернових найбільш вагомим каналом є «виробник – дрібно гуртовий продавець – споживач», через який здійснюється продаж комерційним організаціям, які одночасно виступають посередницькими структурами. На них припадає близько 80 % всіх продажів. Другим за популярністю каналом

збуту виступає канал «виробник – власник земельного паю (як частина орендної плати за нього)».

Реалізація цукрових буряків здійснюється переробним підприємствам (82 %) та комерційним підприємствам (12 %).

Для овочевої продукції найбільш популярним каналом збуту є переробні підприємства, а для плодово-ягідної – комерційні організації.

Що стосується тваринництва, то реалізація м'яса та молока здійснюється, здебільшого, переробним підприємствам.

Серед вітчизняних фермерських господарств найбільш непопулярним каналом збуту є «виробник – аграрна біржа». На нього припадає лише 0,1 % від загальної реалізації. На нашу думку, це пов'язано з відносно невеликими розмірами більшості аграрних підприємств, неосвіченістю фермерів з цього питання та, як наслідок, недовірою до аграрної біржі. Хоча саме цей канал збуту дає змогу зробити всі операції з реалізації продукції більш прозорими [2].

Організація збуту продукції є не лише однією із основних, але водночас і однією із найбільш слабких етапів процесу виробництва. Низька ефективність системи збуту в аграрній сфері спричиняє значні втрати продукції та доходів сільськогосподарських підприємств. Проблеми збутової діяльності можна розділити на дві основні категорії: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх відносять проблеми, які виникають у процесі взаємодії підприємства-виробника з іншими учасниками ринку. Внутрішні проблеми можна розділити на два підвиди: функціональні (роз'єднаності діяльності служби збуту з іншими підприємствами) та системні (відсутність стратегічного підходу до збутової діяльності; недостатнє знання поточного і перспективного стану ринку; недосконала система інформаційного забезпечення збутової діяльності) [4].

Важливо зазначити, що масштаби підприємства досить сильно впливають на системи ринкового розподілу його продукції. Чим більші обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, тим легше підприємству вийти на більш вигідні канали збуту. Великі за масштабами виробництва підприємства мають можливість виробляти комерційно цікаві партії продукції. Для підвищення прибутковості виробництва та захисту економічних інтересів у сфері збуту для сільськогосподарських товаровиробників необхідним є об'єднання в асоціації та групи з ціллю організації ефективних збутових мереж. До ефективних форм збуту також належить контрактація з твердою і плаваючою ціною, що включає корегування базисної ціни на індекс фактичних матеріальних, трудових та інших витрат, підвищує гарантію реалізації продукції і знижує ризики невизначеності ринкового середовища, спільна збутова діяльність на засадах аутсорсингу, інтерактивної технології доступу до інформації та її поширення, формування віртуальних аграрних ринків та Інтернет-майданчиків для укладання угод купівлі-продажу [3].

Отже, збутова діяльність фермерських господарств Херсонщини має ряд особливостей, знання яких дозволить фермерам підвищити прибутковість виробництва та забезпечити захист економічних інтересів власних господарств.

### **Література:**

1. Крикавський Є. Промисловий маркетинг / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Л. : Нац. ун-т «Львів. політехніка», 2004. – 472 с.
2. Грицак Н. Збут для дрібних: шукаємо альтернативи [Електронний ресурс] / Наталка Грицак // Агробізнес сьогодні. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://agro-business.com.ua/agro/ahromarketynh/item/1646-zbut-dlia-dribnykh-shukaemo-alternatyvy.html>.
3. Макаренко П.М. Збутові стратегії підвищення ефективності розвитку фермерських господарств регіону / П.М. Макаренко, В.А. Шведюк. // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 16–18.
4. Воронецька І.С. Особливості функціонування маркетингу в агропромисловому виробництві / І.С. Воронецька. // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2011. – С. 93–98.

**УДК 658.7**

**Сизоненко Ю.С.**

здобувач вищої освіти 2 курсу  
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Біліченко О.С.**

к.е.н., доцент

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ**

На сьогодні найбільш актуальними є проблеми продовольчої безпеки. При цьому важливе значення має не тільки виробництво продукції аграрного сектору, але й її транспортування та збереження.

Важливою причиною є небажання використовувати підприємствами різних форм власності автоматизованих систем транспортної логістики. При цьому багато керівників забувають, що ефективне управління перевезеннями передбачає вирішення наступних завдань [1, 2]:

- розподілити заявки клієнтів за доступними автомобілями;
- врахувати вимоги до часу доставки;
- простежити фактичну доставку продукції;

- при необхідності виконати аналіз різкого збільшення кількості заявок або перенесення складу в нове місце і т.д. Розрахувати економічний ефект таких дій з точки зору логістики і надати розрахунки керівнику;
- економити кошти, складаючи найефективніший маршрут.

Логістика агропромислового комплексу як напрям з ефективною організацією економічних зв'язків підприємств та територіально-виробничих комплексів на підставі оптимізації логістичних потоків щодо АПК передбачає інтегровану організацію та управління логістичними потоками, які інтегрують цей сектор як і з зовнішніми партнерами, так і з внутрішніми логістичними потоками, що забезпечує взаємодію цих сфер, а також належне функціонування агропромислового комплексу у цілому. Актуальність такого завдання не викликає сумніву, оскільки технічні втрати овочевої продукції через неефективну систему логістики (перевезення, зберігання) досягають в Україні 15 % річного врожаю, тобто вимірюються мільйонами тон щороку.

Проведений аналіз дає змогу дійти висновку про те, що втрати продукції АПК через недостатньо розвинуту та неефективну логістику складають до третини річного обсягу усієї виготовленої продукції. Особливо нагальними є інтегровані логістичні підходи щодо продовольчого комплексу, де спостерігаються великі обсяги зберігання сільськогосподарської сировини та готової продукції, отже її запаси, які за невідповідних умов та тривалих термінах зберігання швидко псуються. Актуальним також з погляду підвищення ефективності логістики в АПК є стимулювання створення сільськогосподарських постачальницьких та обслуговуючих кооперативів для забезпечення їхніх членів матеріально-технічними ресурсами, зокрема, на основі закупівлі у постачальників великих партій добрив, нафтопродуктів, насіння і посадкового матеріалу за нижчими цінами та постачання цих ресурсів своїм членам [3].

Застосування логістичних підходів сприяє вирішенню одного з головних завдань АПК – зниженню сукупних витрат у розрахунку на одиницю кінцевої продукції, що являє собою весь обсяг продукції, що створена за певний період часу та надійшла в особисте або виробниче споживання. Проведене дослідження дає змогу виявити основні перешкоди для розвитку логістики АПК України. При цьому йдеться про тарифні, нормативно-правові та митні бар'єри; низьку якість базових послуг транспортування; слабкий розвиток транспортної інфраструктури; відсутність належного техніко-технологічного рівня терміналів і складів; недостатній масштаб бізнесу логістичних компаній [4].

Значення логістики в АПК посилюється у зв'язку з тим, що кінцеві результати агропромислового виробництва залежать не лише від рівня розвитку сільського господарства, але й від галузей, які його обслуговують. Зі збільшенням обсягів виробництва у сільському господарстві зростають розміри використання ресурсів, сировини та допоміжних матеріалів. При цьому однаковою мірою важливим є розвиток як галузей і виробництв, що

сприяють отриманню необхідних обсягів сільськогосподарської продукції, так й суб'єктів інфраструктури, які забезпечують використання продукції та доведення її до споживача. Логістичний підхід дає змогу стверджувати про логістичну організацію всієї інфраструктури АПК, зокрема, виробничої та соціальної, а також про виділення у складі виробничої інфраструктури її логістичної складової, котра охоплює транспортні та складські об'єкти та послуги в АПК, які і визначають швидкість проходження потоків сировини, напівфабрикатів, готової продукції через відповідні сфери.

Необхідно звернути увагу й на вкрай недостатнє використання річкового транспорту у перевезеннях вантажів в Україні, який у перспективі спроможний розвантажити автомобільні шляхи та залізницю. Так, у 2017 р. до морських портів надійшло 60 % овочів та фруктів, що експортуються морем, автомобільним – 36 %, 3 % – річковим, 1 % – іншими видами транспорту [5]. При цьому основним фактором, що стримує розвиток річкових перевезень, є існування у Дніпровському та Дніпродзержинському водосховищах небезпечних для великовантажного судноплавства ділянок, що перешкоджає рухові великовантажних суден [6]. Необхідним є ухвалення Закону України «Про внутрішній водний транспорт», який забезпечить організаційно-правові засади регулювати відносини, пов'язаних з діяльністю внутрішнього водного транспорту та використанням внутрішніх судноплавних річкових шляхів, а також відносини, пов'язані з використанням морських суден і суден типу «ріка-море» під час їх перевезення внутрішніми судноплавними річковими шляхами країни. При цьому буде створено підґрунтя для активізації та підвищення ефективності логістичних зав'язків як у середині АПК, так і підприємств комплексу із суб'єктами інших видів та сфер діяльності.

### Література:

1. Вовк Ю. Аналіз стану транспортної системи України та перспективи її розвитку [Електронний ресурс] / Юрій Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 2 (13). – С. 5-15. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2015/15vyuyur.pdf>. (Дата звернення: 21.02.2019).
2. В помощь логисту. SaaS сервис расчета маршрутов «Муравьиная логистика» : [Електронний ресурс] URL: <https://ain.ua/2014/06/25/v-pomoshhlogistu-saas-servis-rascheta-marshrutov-muravinaya-logistika/>
3. Смирнов І. Г. Інтегрована логістика АПК та її транспортна складова – суспільно-географічний аспект / І.Г. Смирнов // Наукові записки Вінницького педагогічного університету. Серія «Географія». – 2010. – Вип. 20. – С. 174-184
4. Федорук Є.І. Державне регулювання логістичної сфери в агропромисловому комплексі України / Є. І. Федорук // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. – № 1. – С. 53-59

5. Пати́ка Н.І. Тенденції та перспективи розвитку світових сільськогосподарських ринків як орієнтири для посилення українських позицій / Н.І. Пати́ка // Економіка АПК. – 2019. – № 1. – С. 70-79

6. Яковлева О. Логістика як конкурентна перевага у розвитку агробізнесу в Україні / О. Яковлева [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://agropolit.com/blog/58-logistika-yak-konkurentna-perevaga-u-rozvitkuagrobiznesu-v-ukrayini>

**УДК 164.01**

**Ситник І.В.**

асистент кафедри гідротехнічного будівництва,  
водної інженерії та водних технологій  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

### **ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ АПК**

У взаємозв'язку з маркетингом логістика є «рушійною силою», яка може ініціювати структурні зрушення регіонального АПК по всьому ланцюгу галузей і дозволить за рахунок мобілізації власних фінансових ресурсів і при мінімальних державних інвестиційних ресурсах отримати у короткий час високу віддачу.

Багато труднощів, з якими стикнулися підприємства АПК, мають відношення до логістичної складової діяльності організації (транспортування, складування, утримання і управління запасами матеріальних цінностей, розміщення і робота із замовленнями, розміщенні складських приміщень, придбання і доставка матеріалів, взаємодія з різними посередниками).

Використання принципів логістики як інструменту удосконалення організаційно-виробничих структур буде сприяти ліквідації існуючого дефіциту елементів інфраструктури, організації ефективної системи управління всіма процесами.

Така реструктуризація повинна реалізовуватися у наступному:

- у розвитку потужностей зі зберігання і первинної переробки сільськогосподарської продукції;
- у переході на нові технології переробки з урахуванням тенденцій на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- у переробці продукції з розширенням асортименту вироблюваної продукції;
- у розвитку виробництва тари і упаковки з метою переходу до упаковки разового використання;

– у переході на ринкову технологію реалізації і матеріально-технічного постачання з формуванням відповідної логістичної структури і інфраструктури.

Одну з найбільших проблем в дослідженні проблем створення логістичних систем у аграрній сфері складає відокремлення інституційних утворень, що називаються каналами розподілу, або маркетинговими каналами, та є складовими логістичних систем підприємств. Ці канали слугують тією областю, на якій в системі вільного ринку відбувається обмін власністю на продукти та послуги. Через різноманітність та складну структуру таких каналів дуже важко описати загальні проблеми, з якими зустрічаються менеджери при розробці комплексної стратегії розподілу. Для того щоб успішно планувати та розвивати ділові відносини, менеджери логістики підприємств АПК повинні добре розбиратися в економіці розподілу та управлінні господарських зв'язків в середині каналів. На практиці встановленню кінцевої структури каналу розподілу передують тривалий процес планування та переговорів. Проте, навіть коли стратегія вироблена та прийнята до виконання, менеджери на ділянках логістичної системи не завжди можуть забезпечити її втілення [1, 2].

У формуванні конкурентоспроможних логістичних систем та каналів розподілу, є подрібнення сільськогосподарських підприємств, відсутність належної кількості великих сільськогосподарських підприємств, що створює проблеми «входу» в логістичну систему. При постачанні сировини невеликими партіями від різних виробників не можливо ефективно контролювати якість сировини, що закуповується [2].

Отже, головна проблема криється у занепаді головного сектору АПК – сільського господарства. Головними причинами деградації вітчизняного сільського господарства є наступні: відсутність дієвої державної підтримки, а також паритету цін на сировину та промислову продукцію.

У ринковій економіці будь-яка діяльність має грошовий вираз та оцінюється у конкретних умовах виробництва. Слід розуміти важливість категорії ціни для виробництва і його розвитку.

Наступною проблемою у формуванні ефективних логістичних систем підприємств АПК є те, що й досі не розроблені державні стандарти на усі види продукції АПК в Україні. А ті, що є, не відповідають міжнародним стандартам якості. Тож, більшість підприємств розробляє власні технічні умови для створення конкурентоспроможних продуктів, особливо на міжнародних ринках [3].

Потребує удосконалення й державна підтримка сільського господарства.

Існують й проблеми при доставці харчової продукції до кінцевих споживачів. Так, використання прямих методів поставок є досить дорогавартісним. Проте, цей метод допомагає виробникам постачати продукцію з мінімальними втратами, контролювати правильність процесу перевезення (час, температурний режим та ін.) та вірно формувати асортиментний портфель при подачі заявок на виробництво.

При формуванні логістичної системи АПК на регіональному рівні суб'єктом прийняття рішень є адміністративні (законодавчі і виконавчі) органи. Логістичний центр повинен здійснювати інформаційну й інтелектуальну функції, пропонуючи й обґрунтовуючи варіанти розвитку логістичного простору території, використовуючи для цього інформаційні джерела щодо стратегії розвитку підприємств.

Логістичний центр має вирішувати задачі по координації процедур. До них належить формування власних довідкових систем стану і розвитку логістичної системи АПК регіону, надання каталогів існуючих інформаційно-довідкових систем аналогічної спрямованості, формування варіантів раціональних маршрутів, посередництво в угодах тощо.

На етапі моніторингу ефективності логістичної системи між її суб'єктами здійснюються лише інформаційні зв'язки. На основі інформації про функціонування суб'єктів оцінюється ефективність мережі. Вольові рішення по її коректуванню здійснюються як зворотний зв'язок на етапі проектування логістичної системи.

### **Література:**

1. Долгошей Г.А. Экономика сельского хозяйства: Словарь-справочник / Долгошей Г.А., Макеенко М.М. – М.: Колос, 1981. – 396 с.
2. Економіка сільського господарства / П.П. Руснак, В.В. Жебка, М.М. Рудий, А.А. Чалий; За ред. П.П. Руснака. – К.: Урожай, 1998. – 320 с.
3. Зеваков А.М. Логистика производственных и товарных запасов / Зеваков А.М., Петров В.В. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2002. – 320 с.

**УДК 658.012.32**

**Смирнова Н.В.**

доцент кафедри менеджменту

*Одеський державний аграрний університет*

*м. Одеса, Україна*

## **ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ BLOCKCHAIN, SMART-КОНТРАКТІВ ТА MACHINE LEARNING В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ**

У міру того як все більше учасників світового логістичного ринку переймаються підвищенням прозорості та надійності логістичних ланцюгів, провідні ІТ-компанії просувають ідею використання для цих цілей технології blockchain.

Так, корпорація ІВМ вже запропонувала деяким великим компаніям з різних сфер діяльності протестувати свої розробки, засновані на принципі



blockchain. Міжнародним Blockchain-консорціумом Hyperledger в 2015 році був запущений проєкт Linux Foundation, який на даний момент об'єднує понад 115 компаній з різних сфер, включаючи фінанси, автомобілебудування, охорону здоров'я, IoT і авіацію. Головна мета консорціуму – створення єдиної blockchain-платформи з відкритим вихідним кодом, яка дозволить організаціям у всьому світі впроваджувати технологію blockchain у власні бізнес-процеси.

Найбільш відома програма застосування технології blockchain в логістиці пов'язана з компаніями Maersk та IBM. Вони зосередилися на створенні цифрового розподіленого реєстру, де можна було розмістити всі документи, пов'язані з відвантаженням [1].

Технологія допоможе вимірювати не тільки місце розташування, а й температуру, вологість і стан електроживлення в режимі реального часу.

З огляду на це, можуть бути дотримані такі основні принципи логістики як системність, надійність, оперативність, безпечність та економічність (табл. 1).

Таблиця 1

**Переваги і перспективи застосування технологій Blockchain і смарт-контрактів в дотриманні принципів логістики**

Принципи логістики	Переваги	Перспективи
1	2	3
Системність	Створення інтегрованих структур управління	Всі файли інтегруються в єдину систему
	Доступність інформації	Всі коносаменти, накладні, декларації, сертифікати тощо, незалежно від того, хто є власником, і займають відповідні посади, можуть бути загальнодоступними
	Уніфікація документації	Весь асортимент вантажної та транспортної документації знаходиться в одному форматі. Можливість більш чіткого системного планування бізнес-процесів
Надійність	Підвищення надійності документообігу	Створення розподіленого реєстру всіх затверджених документів Забезпечення збереження даних Захист сховища документів від злому Неможливість внесення зміни інформації про хід перевезення
	Підвищення якості логістичного продукту	Реєстрація змін зовнішнього середовища, які мають вирішальне значення для певного типу продукту

Принципи логістики	Переваги	Перспективи
1	2	3
Оперативність	Оновлення даних в реальному часі за всіма ланками логістичного ланцюга	Синхронізація роботи всіх контрагентів та поліпшення точності прогнозування і планування, що призведе до зниження вартості товарів
	Скорочення часу обробки замовлень	Усунення декількох записів даних в системі Можливість інтеграції автоматичних тригерів і використання даних з датчиків IoT
Безпечність	Зменшення логістичних ризиків	Неможливість фальсифікації або втрати документації Відсутність корупційних ризиків, впливу людського фактора Запобігання неправильному маркуванню товарів Запобігання обігу контрабанди та незаконних товарів
Економічність	Скорочення логістичних витрат	Зменшення кількості посередників і процедур, пов'язаних з аналоговими взаємодіями Зменшення витрат часу на обробку інформації Скорочення митних зборів

*Джерело: розроблено автором*

В цілому, сфера застосування даної технології досить широка, а її можливості зростають в інтеграції з іншими системами, такими як Big Data, Open data, Internet of things, нейронні мережі. Логістичні процеси все частіше автоматизовані і оцифровані, з мінімальним використанням людської праці і паперових документів.

Впровадження штучного інтелекту і Machine Learning як його різновиду, дозволить підвищити ефективність логістичного бізнесу і вивести обслуговування споживачів на новий рівень. Дані технології дозволять також удосконалити системність менеджменту організацій шляхом налагодження і синхронізації внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів.

Впровадження платформ штучного інтелекту і машинного навчання дає можливість отримати всебічний аналіз і контроль ланцюга поставок і досягти удосконалення логістичного менеджменту в таких функціональних сферах логістики як закупівельна логістика, управління запасами, складська логістика, логістика збуту, розподільча логістика.

Можна виділити наступні переваги застосування Machine Learning в удосконаленні управління функціональними сферами логістики:

1. Удосконалення закупівельної логістики. Технології штучного інтелекту забезпечують замовлення товару в кілька кліків – автоматизована система сканує дані, щоб знайти товар або його замітник. Це зручно в разі, якщо необхідно постійно відстежувати рівень запасу по тисячах найменувань товарів, взаємодіяти з десятками і сотнями постачальників.

2. Удосконалення управління запасами. Використовуючи процеси машинного навчання, співробітники роблять фотографію полки з товаром, штучний інтелект визначає, що відсутній або некоректно розташоване, і ініціює коригувальну дію. Співробітник складу або магазину буде автоматично повідомлений про необхідність розмістити товар правильно, відповідно до потреб споживача.

3. Удосконалення складської логістики. Особливо це актуально для продавців товарів, що вимагають зберігання при певній температурі та вологості. Необхідне обладнання та його грамотне обслуговування коштують дорого, також можливі списання через псування продукції або закінчення термінів придатності при неналежному контролі. Система машинного навчання аналізує весь масив даних про температурні та інші технічні характеристики сховищ, про терміни придатності і задані умови зберігання для різних товарів, що дозволяє продовжити термін ефективного використання обладнання. Споживач отримує якісний непрострочений товар, який зберігався з дотриманням зазначених виробником температур.

4. Удосконалення збутової логістики. Технології машинного навчання можуть поєднати розпізнавання людської мови і дані про історію покупок – система сама зможе дати швидку і точну відповідь на запити споживачів. Розуміння настроїв споживачів спільно з іншими даними дозволяють компаніям визначити, які продукти варто виробляти і розміщувати в магазинах.

5. Удосконалення розподільчої логістики. При використанні відповідного устаткування і оптимізованих систем ритейлери можуть відстежувати місцезнаходження товару в реальному часі, порівнювати планові і фактичні логістичні потоки, щоб вчасно відреагувати на форс-мажори і відхилення від планів [2]. Головним результатом при цьому є підвищення задоволеності споживачів.

Отже, що наявність грамотної стратегії дигіталізації в логістиці, підкріпленої такими сучасними технологіями, як штучний інтелект і машинне навчання, допоможе компаніям обійти конкурентів, задовольнити запити споживачів і забезпечити підвищення ефективності по всьому логістичному ланцюгу.

### Література:

1. *Технология blockchain в логистике.* URL: <https://logist.fm/publications/tehnologiya-blockchain-v-logistike>

2. Mitchell-Keller L. *End-to-end: Machine Learning Benefits. The Whole Supply Chain*. URL: <https://multichannelmerchant.com/blog/end-to-end-machine-learning-benefits-the-whole-supply-chain/>

**УДК 631.155.2**

**Скворцова О.В.**

старший викладач кафедри менеджменту  
*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*  
*м. Бердянськ, Україна*

### **АГРОЛОГІСТИКА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Виведення агропромислового комплексу України в режим стійкого зростання забезпечить продовольчу безпеку держави і тому є одним з пріоритетних завдань державних і регіональних органів влади. Поряд з традиційними методами та засобами виведення українського агропромислового комплексу з кризи підвищується роль і значення нових для вітчизняної економіки інструментів господарювання, таких як маркетинг і логістика.

Логістика в агропромисловому комплексі – новий прикладний напрямок логістики (агрологістика), пов'язаний із застосуванням її положень і методів у сфері аграрного виробництва. В Україні агрологістика перебуває на початковому етапі розвитку. Разом із тим у розвинених країнах світу – США, Канаді, країнах Західної Європи, Австралії та інших – давно оцінили ефективність використання логістичних підходів в агробізнесі, урядові структури беруть на себе ініціативу під час впровадження логістичних підходів у діяльність аграрних підприємств [1].

Аналіз сучасного стану аграрної логістики в Україні дозволяє прийти висновку, що основними перешкодами в розвитку агрологістики на сільськогосподарських підприємствах України є: відсутність урядової програми з агрологістики; відсутність кваліфікованих кадрів у сільськогосподарських підприємствах; відсутність коштів на втілення логістичних підходів, оскільки програмні продукти є дорогими для вітчизняних підприємств; відсутність коштів на побудову сучасних складських приміщень; відсутність коштів на закупівлю сучасних транспортних засобів; низька якість дорожнього покриття, недосконале цифрове програмне GPS забезпечення українських шляхів та відсутність мережі систем комунікацій для великогабаритного транспорту; низька інвестиційна привабливість галузей сільського господарства в Україні, що в

основному спричинено недосконалою нормативно-правовою базою та політичною ситуацією в країні.

Основними шляхами покращення системи агрологістики на підприємствах України, на нашу думку, є: реформування аграрного сектору і забезпечення відповідної нормативно-правової бази, що регулює роботу логістичних компаній; прийняття програми розвитку агрологістики, за прикладом провідних країн світу; прийняття належної системи фінансування логістики; покращення інвестиційної привабливості логістичного сектору шляхом введення спеціальних режимів оподаткування та митних тарифів на підприємствах на певні терміни (1-3 роки від заснування); забезпечення логістичних компаній високо кваліфікованими робочими кадрами; забезпечення логістичних компаній належною цифровою картографічною базою, програмами до них та ін. [3].

Одним зі шляхів підвищення економічної ефективності бізнесу для багатьох організацій є збільшення рівня контролю логістичного ланцюга і відповідно впливу на систему ціноутворення щодо окремих робіт, послуг тощо. Однак основною проблемою аграріїв є те, що роль логістичного менеджменту як основного інструменту ефективного здійснення логістичної діяльності ще несформована.

Впровадження наукових положень і методів логістичного менеджменту – нагальна вимога сьогодення. Тому необхідно створити таку структуру агробізнесу, яка б забезпечувала насамперед логістичні, організаційні, контрольні, координаційні, а також маркетингові функції. Теоретичною її базою повинна стати структуризація ринку, в межах якої було б узгоджено всі параметри матеріального та супутніх фінансового та інформаційного потоків. Формування такої моделі досить тривалий і технічно складний процес. Тому необхідно зосередити увагу на поетапному об'єднанні окремих процедур на агропродовольчому ринку [2].

Отже, агрологістика – порівняно новий та надзвичайно ефективний механізм, який може вивести на навій рівень сільське господарство в Україні. На сьогоднішній день розвиток агрологістики в Україні перебуває на початковому етапі, але за умови раціонального подолання основних перешкод на шляху розвитку цього напрямку та створення умов для покращення системи агрологістики на підприємствах України варто відзначити великі перспективи розвитку даної галузі в нашій країні [3].

### **Література:**

1. Корнієцький О. В. Значення логістики для агропромислового комплексу / О. Корнієцький // Ефективна економіка. – № 8 – 2015. [Електронний журнал] – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4240>,

2. Косенко В. В. Державне регулювання логістичної сфери щодо забезпечення ефективної діяльності аграрних підприємств / В. Косенко // Державне будівництво. – № 2 – 2017. – С. 1-9.

**УДК 005.932:338.43**

**Фурса В.А.**

магістр кафедри «Маркетинг»

**Куліш Т.В.**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

*імені Дмитра Моторного*

*м. Мелітополь, Україна*

## **ЛОГІСТИКА ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Привабливість аграрного бізнесу в Україні протягом останніх років активно зростає. Інтегровані логістичні системи забезпечують економічну стійкість та стабільність розвитку сільського господарства, тому створення таких систем є дуже актуальним.

Україна має всі необхідні елементи для підвищення потенціалу розвитку агробізнесу. Головними передумовами цього є збільшення експорту сировини та готової продукції, використання передових сільськогосподарських машин, технологій вирощування і збирання врожаю, поліпшення логістичної складової, яка повинна допомогти мінімізувати втрати на кожному етапі і кожному процесі [1, с. 156].

Питанням становлення та розвитку логістики підприємств приділяли увагу такі науковці, як Г.М. Дроздова, А.С. Івженко, К.В. Кобзева, Р.Р. Ларіна, Д.Г. Легеза, Т.В. Куліш та інші. Однак багато питань потребують подальших досліджень.

На сьогодні в аграрному секторі логістика знаходиться на досить низькому рівні. Це пов'язано з дефіцитом сучасних елеваторів, низькою якістю дорожньої інфраструктури, недостатньої кількості інвестицій у модернізацію залізничного і автомобільного транспорту. Усунення цих недоліків є резервами для поліпшення показників, а значить – для подальшого зростання.

Тому українським аграріям доведеться докласти великих зусиль і вкласти значні кошти у модернізацію свого виробництва, маркетингову політику, пошук нових партнерів, поліпшення якості продукції.

Зростання експорту готової продукції сприятиме створенню нових виробництв в Україні, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури аграрного ринку, залученню нових інвестицій та розвитку

нових технологій. Логістика вже перебудовується під нові ринки, пропонуючи нові системи постачання, відкриваючи нові транзитні можливості, встановлюючи нові партнерські відносини з новим транспортним коридором [2, с. 40].

Дослідження стану та тенденцій розвитку аграрної логістики в Україні дозволяє зробити висновки, що основними перешкодами розвитку є:

1) недостатня кількість фінансових ресурсів на впровадження логістичних підходів;

2) відсутність кваліфікованих логістичних кадрів в аграрних формуваннях;

3) недосконалість законодавства та відсутність державної підтримки розвитку агрологістики;

4) відсутність коштів на будівництво достатньої кількості сучасних складських приміщень та сучасних транспортних засобів;

5) низька якість дорожнього покриття [3, с. 87].

Отже, ефективність діяльності товаровиробників аграрної продукції залежить не лише від обсягів виробництва продукції, а й від ефективності її збуту, тому варто акцентувати увагу на розвитку логістики у сфері агропромислового комплексу. Саме ефективне управління матеріальними потоками слід вважати головною умовою розвитку агробізнесу.

У сучасних умовах розвитку економіки виникає потреба досягнення конкурентних переваг та закріплення позицій серед на ринку. Для створення основних переваг перед конкурентами потрібно постійно проводити маркетингові дослідження, робити моніторинг мікро- і макросередовища та виробити певну модель поведінки, що дасть змогу розвиватися та освоювати нові ринки [6, с. 230]. Саме логістичну систему в агробізнесі можна розглядати в широкому розумінні, тому що логістика охоплює всі процеси, забезпечуючи планування, регулювання, управління і контроль [5, с. 170].

### Література:

1. Окландер М.А. Логістична система підприємства / М.А. Окландер. Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с.

2. Довба М.О. Теоретико-методичні засади створення і функціонування логістичної інфраструктури / М.О. Довба, Н.В. Чернописька. // Вісник Нац.унту “Львівська політехніка”. 2004. – № 499. – С. 40-44.

3. Мойса М.Я. Організаційно-економічні чинники підвищення ефективності аграрних підприємств / М.Я. Мойса, Є.В. Голубков // Економіка АПК № 1. –2010. – С. 86-93.

4. Івженко А.С. Проблеми сучасної логістики та шляхи їх вирішення / А.С. Івженко // АПЕ, 2008. – 26 с.

5. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Легеза // Інноваційна Економіка. – 2017. – № 3-4 (68). – С. 167-173.

6. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий./ Т.В. Кулиш // Материалы VII Международной научно-практической конференции: «Наука и инновации – стратегические приоритеты развития экономики государства» «Дулатов Окулары 2015» спецвыпуск «Экономика и менеджмент», г. Кастанай. – Казахстан. – 2015. – С. 229-233.

**УДК 005.932:338.43**

**Шубович Д.О.**

## **ІННОВАЦІЙНІ ТРАНСПОРТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

На сьогоднішній день логістика є досить масштабною областтю і виступає особливо важливою сферою діяльності, внаслідок того, що задіяна в багатьох процесах, починаючи від способу подачі інформації і закінчуючи доставкою готової продукції кінцевому споживачу. Звернувшись до визначення поняття «логістика», слід визнати, що вона являє собою методологію оптимізації і управління потоками в системах, а будь-яка оптимізація вимагає постійного оновлення процесів. Основним напрямком удосконалення логістичних процесів виступають інноваційні технології.

Сучасний розвиток інноваційних технологій відбувається достатньо швидкими темпами і зачіпає різні сфери діяльності суспільства. Однак, особливо популярними і цікавими з них виступають інновації в галузі транспорту. Урядом України в 2014 році була затверджена нова редакція Транспортної стратегії країни на період до 2030 року, де передбачено введення в дію механізму мотивації використання інноваційних логістичних технологій і оновлення парків вантажного рухомого складу, що забезпечують задані критерії обсягу і якості транспортно-логістичних послуг на рівні, необхідному для реалізації зазначених стратегій.

Причини існуючого підвищеної уваги до транспортної галузі криються в зосередженні в ній значної частки витрат із загальної структури сукупних витрат, що припадають на здійснення логістичних операцій. Серед іншого, розробляються і впроваджуються інноваційні технології спрямовані і на скорочення згубного впливу транспортної галузі на навколишнє середовище, що на даному етапі розвитку суспільства виглядає досить виправданим.

Ефективно працює транспортно-логістична система, яка може виступати досить вагомим аргументом, що гарантує стабільну забезпеченість підприємств матеріально-технічними ресурсами, стійкий збут готової продукції і його позитивну роботу в цілому. У зв'язку з цим



оптимізація процесів управління логістичними рухом товарів, зниження логістичних витрат по всьому шляху логістичних процесів, організація гнучкого функціонування транспортно-логістичної системи, здатної сприймати досягнення науково-технічного прогресу, є одним із стратегічних завдань підприємства.

Ринок інформаційних технологій на сьогоднішній день переповнений різноманітними програмними продуктами, які полегшують прийняття оптимальних логістичних рішень. Разом з тим далеко не всі програми підходять під вимоги конкретних підприємств, а ціни на придбання програмного забезпечення та його обслуговування помітно різняться. Існує необхідність більш ретельно підходити до вибору інформаційних продуктів, найкращим чином, що підходять конкретному підприємству. Поряд з різноманітним програмним забезпеченням ефективно застосовувати моніторингову систему на базі технології супутникової навігації ГЛОНАСС, що дозволяє відстежувати розташування, напрямок і швидкість руху транспортного засобу, контролювати стан автотранспорту в режимі реального часу, витрата палива, його заправок і зливів, а також вводити заборону на несанкціонований запуск двигуна автомобіля.

Правильно підібраний програмний продукт в сукупності впровадженої системою моніторингу ГЛОНАСС дозволить компанії, яка його використовує, значно прискорити свою роботу за рахунок скорочення часу виконання операцій окремими працівниками, знизити ймовірність нецільового використання рухомого складу, оптимізує роботу з контрагентами внаслідок наявності функції формування різних звітів по підсумками діяльності підприємства.

Одне з найпоширеніших нововведень, що з'явилися у багатьох логістичних компаніях – супутниковий моніторинг руху автотранспорту та контейнерів з вантажем. Він дозволяє операторам, вантажовідправникам і вантажоодержувачам відстежувати в режимі онлайн місцеположення вантажу. Тут також можна відзначити таке інноваційне рішення, як Cargo tracking. Дана технологія дає можливість в режимі онлайн контролювати проходження вантажу через всі ланки логістичного ланцюжка. Вантажовідправник має можливість в цілодобовому режимі отримувати інформацію про проходження вантажу для планування своїх подальших дій. Використання захищеного аккаунту гарантує високий рівень безпеки системи.

Ще одним прикладом перспективного напрямку модернізації транспортної галузі є впровадження безпілотних вантажних автомобілів, які здійснюють перевезення вантажів на «автопілоті», при цьому варто відзначити, що водій все ж таки присутній в кабіні, але його робота істотно полегшена. Застосування такої технології дозволить компаніям досягти істотної економії на паливі, яка може досягти 20%, а також контролю зносу двигуна вантажної фури. Крім того, за рахунок дотримання безпілотним вантажним автомобілем швидкісного режиму вдасться не тільки зменшити

витрату палива, але і мінімізувати навантаження на дорожнє полотно, а також знизити аварійність на дорогах. Одним з останніх нововведень в даному напрямку було представлення проекту безпілотного вантажного автомобіля компанією Tesla, що працює від електрики.

Необхідно відзначити, що інноваційні технології на сьогоднішній день виступають найважливішим інструментом підвищення ефективності економічної діяльності, а також рівня конкурентоспроможності підприємства, в зв'язку з чим необхідно на регулярній основі проводити аналіз своєї діяльності з метою її модернізації та вдосконалення. Дуже важливим це є для компаній, що працюють транспортної галузі, де існує досить висока конкуренція, а також не надто ефективно налагоджений робочий процес. Звичайно, всі ці зміни і перетворення досить дорогі, проте мають довгострокову перспективу і розраховані на майбутнє.

### **Література:**

1. Стоякова К. Л., Волкова Д. А. Сучасні тенденції розвитку інновацій в логістиці // Молодий вчений. – 2016. – № 25. – С. 89-92. – URL <https://moluch.ru/archive/129/35699/> (дата обращения: 02.03.2018).

2. Назаренко К.С., Кривоножкіна Н.В., Карпова Н.П. Інновації в логістиці // Молодіжний науковий форум: Технічні і математичні науки: електр. сб. ст. по мат. XXXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5(34). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_tech/5\(34\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/5(34).pdf) (дата обращения: 02.03.2018) .

3. Федоренко А. І. Розвиток інновацій в транспортно-логістичному комплексі // СВІТ (Модернізація. Інновації. Розвиток). – 2015. – № 1 (21). – С. 60-70.

4. Прудченко А. А. Екологізація економіки як головне завдання сталого розвитку суспільства // Наукове товариство студентів XXI століття. Природничі науки: зб. ст. по мат. IX Міжнар. студ. наук.-практ. конф. № 9.

5. URL: [sibac.info/archive/nature/StudNatur%2004.04.2013.pdf](http://sibac.info/archive/nature/StudNatur%2004.04.2013.pdf) (дата звернення: 25.02.2018). Евтодієва. Т.Е. Транспортні стратегії і фактори конкурентоспроможності логістики в сучасних умовах // Фундаментальні та прикладні напрямки модернізації сучасного суспільства: економічні, соціальні, філософські, політичні, правові, загальнонаукові аспекти: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Саратов, 2015. – Ч. 2. – С. 19.

## СЕКЦІЯ 2. МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ

УДК 659.44

**Адвокатова Н.О.**

кандидат економічних наук, доцент  
кафедри економіки та фінансів

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

**Боярчук А.І.**

кандидат економічних наук, доцент  
кафедри зовнішньоекономічної діяльності

*Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон, Україна*

### НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ РИНКУ

Сьогодні достатньо складно задовольнити найвибагливіші потреби споживачів у сучасних умовах, тому компанії мають випереджати своїх конкурентів у пошуку і формуванні споживчих уподобань. Актуальним стає не лише використання маркетингових досліджень у діяльності аграрних підприємств, а й передбачення і аналіз майбутніх тенденцій і трендів, що, своєю чергою, встановлює коло завдань, які вирішуватиме саме кулхантинг.

Кулхантинг – новітній напрям маркетингових досліджень і, зважаючи на це, недостатньо вивчений. Найбільшого поширення кулхантинг здобув у США і західноєвропейських країнах, тоді як в Україні цей напрям лише починає впроваджуватись.

Маркетинг використовує багато інструментів, що дозволяють гравцям різних ринків тримати руку на споживчому пульсі, випереджати конкурентів, відрізнятись один від одного. Одним із таких маркетингових інструментів і є кулхантинг (від англ. cool – класний, крутий і hunting – полювання, cool hunting – полювання за надзвичайним, крайнім у прояві своїх якостей і поглядів). Термін з'явився на початку 90-х років ХХ ст., був підхоплений користувачами Інтернету і надійно закріпився як ідентифікатор сфери діяльності нової генерації маркетологів, завданням яких став пошук тенденцій і прогнозування трендів [2, с. 57].

Кулхантери полюють за ідеями у найрізноманітніших сферах. Головним об'єктом «маркетингового полювання» виступають нові течії/напрями, що зароджуються у сучасному середовищі. Найчастіше під приціл кулхантерів потрапляє все, що пов'язано з екстравагантною культурою: стиль, мода,

музика, їжа, смак, кіно, телебачення, комп'ютерні та мобільні технології та ін. Кулхантингові компанії – це різновид маркетингових агенцій, що займаються дослідженнями сегмента у сфері екстравагантною культури та інших модних новаціях [2, с. 57].

Так під приціл кулхантерів потрапили й аграрії України, які вирощують екстравагантну продукцію плодоовочівництва за не стандартною технологією (наприклад: кавуни з жовтим та зеленим забарвленням з середині, гібриди моркви Абако F1 і Болівар F1 з темно-помаранчевим забарвленням, гібриди цукрового буряку стійкого до ризоманії, сорти кукурудзи та соняшнику, гібридні сорти винограду, малини та ін.). Далі ці компанії на основі здобутих даних аналізують ринки, обсяги, ціни, вподобання та смаки споживачів і формують звіти, в яких детально описують зростаючі і зникаючі тренди в агро- та гастрокультурі, а також робляться прогнози стосовно розвитку майбутніх трендів. Після цього такі звіти продають компаніям, продукція яких спрямована на даний сегмент ринку. Також кулхантингові компанії можуть виступати у ролі консультантів, послугами яких досить часто користуються найбільші світові корпорації. Найбільшими кулхантинговими компаніями на початку цієї течії були: «The youth conspiracy» і «Look Look». З появою 1998 року сайта [trendguide.com](http://trendguide.com) кулхантинг перетворився на глобальний онлайнвий проект. Інтернет-сторінка [trendguide.com](http://trendguide.com) – це перша відкрита база трендів стилю життя, структурованих на основі голосування користувачів із завантаженого ними матеріалу та їхніми коментарями. Спочатку вони орієнтувалися на моду, стиль, музику, а потім розширили свої напрями на технології, продукти та гастросмаки. Глобальний проект стартував завдяки швейцарській дослідницькій команді під керівництвом Мішеля Хенні, що створили глобальну віртуальну мережу кулхантерів. Концепція [trendguide.com](http://trendguide.com) (демократизація трендів: вільний доступ до трендових звітів і світової бази трендів) змінила підхід до трендового бізнесу, який втридорога продавав звіти, створені кількома особами. За своєю сутністю кулхантинг – це особливі маркетингові дослідження в пошуках нових тенденцій, або так званих трендів на смаки [1, с. 50]. Звичайно ці дослідження спрямовані безпосередньо на глибоке вивчення ринку, з метою знайти особливі тенденції даного ринку. Кулхантери можуть за кілька років наперед визначити майбутню популярність деяких тенденцій. Яскравим прикладом такого передбачення може служити культура на органічну продукцію. Коли цей напрям в сучасному середовищі тільки зароджувався, кулхантингові відділи деяких великих сільськогосподарських виробників уже почали розробку органічної продукції, яка зараз споживається тисячами шанувальників органічної культури

Кулхантинг – молода маркетингова течія, і тому маловідома. Але з кожним роком кількість кулхантингових агенцій і відділів у великих компаніях зростає. Адже якщо володіти інформацією про те, що буде завтра, які продукти стануть більш затребуваними і яка культура стане

лідером сучасних тенденцій, то можна заздалегідь до цього підготуватися. А попередня підготовка, як відомо, дає найбільші конкурентні переваги.

Вивченням як споживчих трендів, так і трендів у сфері маркетингу та реклами займаються трендвотчингові агенції. Ці агенції звернулись до українських експертів з маркетингу та реклами з метою з'ясувати ключові тенденції, з урахуванням яких буде розвиватись агроринок найближчим часом. У результаті дослідження були встановленні 8 базових трендів, котрі показали, що напрями, за якими слід рухатись сучасним аграріям, не нові, але у зв'язку з наявною ситуацією ці тенденції стають більш затребуваними і набувають подекуди нового змісту:

- органічна продукція;
- гібридна продукція;
- «мікс смаків»;
- екзотична продукція;
- «продаж від виробника»;
- екологічність вирощування;
- екологічність упаковки;
- низькокалорійність та ін.

Кулхантинг – це пошук нових тенденцій, підхоплений користувачами мережі Інтернету і надійно закріпився як ідентифікатор сфери діяльності нової генерації маркетингологів, завданням яких став пошук тенденцій і прогнозування трендів.

Результатом застосування кулхантингу є збагачення бренду, продукту, реклами, що і робить їх надзвичайними. Кулхантинг часто асоціюється з індустрією моди, проте він має потужний потенціал для масових ринків і в інших категоріях, таких як аграрний, там, де присутні активні споживачі. Про кулхантерів говорять, що це люди, які нутром відчують, що буде «cool» найближчим часом. Однак це не означає, що процедуру кулхантингу неможливо повторити і вибудувати як один із інструментів маркетингового аналізу: існують кейси успішної реалізації кулхантингової активності як «in-house», так і за допомогою спеціальних дослідницьких агенцій. Результати кулхантингу в Україні зараз дозволяють побачити головний вектор – що саме розглядається як «cool», тобто які саме чесноти найвагоміші.

### Література:

1. Карпинская Ю., Кузьменко С., Любарский И. Тренды в маркетинге и рекламе. *Маркетинг и реклама*. 2009. № 7-8. С. 46-50.
2. Ковальчук С., Слободян І. Кулхантинг: маркетингові дослідження новітніх технологій. *Маркетинг в Україні*. 2010. № 1. С. 57-59.
3. Артюх Т.О. Особливості маркетингових досліджень на ринку овочевої продукції. *Економіка АПК*. 2008. № 8. С. 122–126.

4. Єранкін О.О. Особливості проведення маркетингових досліджень суб'єктами агробізнесу України в сучасних умовах. *Економіка АПК*. 2008. № 2. С. 16–21.

5. Карпіщенко М.Ю., Рибалка М.В. Проблеми та перспективи розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/32650/1/Karpishenko\\_market %20research.pdf](http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/32650/1/Karpishenko_market%20research.pdf).

6. Ларіна Я.С., Четверик О.В. Процес маркетингових досліджень на ринках побічної продукції бурякоцукрового виробництва. *Моніторинг біржового ринку. Міжнародний науково-аналітичний журнал*. 2014. № 4 (23). С. 18–22.

7. Гуменюк А.В. Маркетинг в овочівництві. *Економіка АПК*. 2011. № 10. С. 60–63.

8. Гордійчук А.В. Агробізнес в режимі онлайн. *Новое время страны : общественно-политический журнал*. 2016. № 39. С. 70–71.

**УДК 338:48**

**Андрєєв В.А.**  
здобувач СВО «Магістр»  
Науковий керівник: **Фролова Г.І.**  
к.е.н., доцент,  
доцент кафедри менеджменту  
*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*  
*м. Бердянськ, Україна*

## **КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ ДО ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПЛОДООВОЧЕВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ**

Перехід вітчизняного сільськогосподарського виробництва на ринкові відносини і глобалізація економіки вимагають від овочівників розширення діяльності в сфері маркетингових досліджень, перетворення овочів з сировини в товар через сортування, упакування і етикетування, просування їх на ринок тощо. Втрати часу овочівника на технологію вирощування в сучасних умовах займає лише 25 % робочого часу, а решту необхідно приділяти маркетингу.

Маркетинг – це система управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства, яка спрямована на досягнення прибутку. Основною метою маркетингу є забезпечення рентабельності підприємства, тобто визначення прибутковості у встановлених часових межах. Маркетингова діяльність в сільськогосподарській сфері, реалізується за допомогою таких основних механізмів: аналіз зовнішнього середовища підприємства; аналіз

середовища споживачів; вивчення існуючих товарів і планування майбутніх; забезпечення гнучкої цінової політики; управління маркетинговою діяльністю як єдиною системою.

Андрощук І.М. вважає, що сільськогосподарський маркетинг як система повинна щонайшвидше впроваджуватися у формуваннях агропромислового комплексу. Інформаційне забезпечення, агромаркетингових досліджень, управління сільськогосподарським маркетингом, інфраструктура агромаркетингу, стратегічного і оперативного управління – підсистеми агромаркетингу. Комплексне, взаємоузгоджене функціонування всіх вищеназаних систем агромаркетингу забезпечує ефективну діяльність агропромислового бізнесу [1].

Нагальна необхідність розробки системи аграрного маркетингу назріла також у плодоовочевому підкомплексі АПК України, оскільки однією з передумов його розвитку є формування комплексності на основі системного підходу. Ця умова забезпечить цілісність плодоовочевої галузі на базі інтеграції технологічного процесу: вирощування посадкового матеріалу і плодоовочевої продукції – виробництво консервів та інших продуктів харчування із плодів та овочів – реалізація плодоовочевої продукції (як у свіжому, так і у переробленому вигляді).

Маркетинг у плодоовочевому підкомплексі розглядається як комплексна система заходів з організації управління виробничо-збутовою діяльністю, що базується на вивченні ринку плодоовочевої продукції з метою максимально можливого задоволення в ній потреб покупців. У функції маркетингу входять комплексне вивчення ринку, планування товарного асортименту, політика цін, реклама і стимулювання збуту, управління збутом і післяпродажним обслуговуванням.

У систему аграрного маркетингу входить не лише сфера виробництва, переробки і реалізації продукції, а також і галузі, які виробляють виробничі ресурси для плодоовочевого підкомплексу.

Кінцевою метою маркетингу є одержання максимального прибутку за рахунок розширення обсягів продажу виробленої продукції і послуг у результаті проведення цілеспрямованої збутової політики. Основними інструментами цієї політики будуть: аналіз структури і розмірів попиту на продукцію чи послуги в групах споживачів; розробка і організація використання асортиментних програм виробництва з урахуванням попиту покупців; здійснення заходів з підвищення якості споживчих властивостей товару; забезпечення якнайшвидшого просування товару до покупців з використанням найбільш ефективних і зручних форм торгівельної діяльності; проведення рекламних заходів, що сприяють збільшенню попиту.

Водночас маркетинг передбачає не тільки орієнтацію на наявний попит, але і стимулювання виникнення потреб в нових товарах, тобто формування попиту споживачів. Результативність маркетингових заходів багато в чому визначатиметься своєчасним розробленням концепції і стратегії

маркетингу, які охоплюють, крім збуту, всі процеси господарської діяльності, включаючи і технологічний процес виробництва. Таким чином, усі ланки виробництва і споживання визначають рівень конкурентоспроможності товарів та задоволення потреб замовників, і тільки в цих умовах можливе забезпечення адаптації господарської діяльності сільськогосподарських підприємств до змін ринкової ситуації. Маркетинг включає у свою сферу і процес управління господарською діяльністю [2].

Таким чином, умовою одержання підприємством комерційного успіху на ринку є орієнтація кінцевих результатів діяльності на потреби та запити кінцевих споживачів та забезпечення більш ефективного їх задоволення. Це означає, що підприємство для уникнення проблем збуту своєї продукції на ринку повинно постійно вивчати поведінку споживачів, їх вимоги, рівень задоволення потреб у конкретному продукті, мотиви покупки, товарну структуру ринку і т.п. і корегувати свою виробничу діяльність згідно з цими вимогами. Забезпечити виконання цього принципу можливо лише за умови впровадження маркетингової концепції у практичну діяльність підприємств плодовоовочевого підкомплексу.

#### **Література:**

1. Андрощук І.М. Агроркетинг в підприємствах АПК [Електронний ресурс] / І.М. Андрощук. – Режим доступу: [http:// www.int-konf.org](http://www.int-konf.org). – Назва з екрану. (дата доступу 06.04.15).
2. Писаренко В.В. Маркетинг овочевої продукції (методичні і практичні аспекти): особливості вітчизняного і світового маркетингу овочевої продукції [Електронний ресурс] / В.В. Писаренко. – Режим доступу: [https://agromage.com/stat\\_id.php?id=305](https://agromage.com/stat_id.php?id=305). – назва з екрану. (дата доступу 07.09.2019)



**Антошкін В.К.**

доцент кафедри економіки і фінансів

**Рунчева Н.В.**

доцент кафедри економіки і фінансів

**Бритвенко А.С.**

доцент кафедри економіки і фінансів

*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*

*м. Бердянськ, Україна*

## **КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ У ПЛОДОООВОЧІВНИЦТВІ**

Однією з переваг стратегії контент-маркетингу у плодоовочівництві є здатність позиціонувати компанію як лідера в своїй галузі, надійного партнера, визнаного експерта. При формуванні стратегії контент-маркетингу важливо враховувати той факт, що потенційному клієнтові необхідно нагадувати про продукт, іншими словами, «доводити» його до покупки, конвертувати в «теплого» клієнта. Для цих цілей була розроблена так звана теорія семи торкань, що бере свій початок з політичного маркетингу. Суть теорії полягає в необхідності нагадувати клієнту про існуючі пропозиції у різні способи не менше 7 разів, використовуючи різні інструменти. Стратегія контент-маркетингу являє собою всі аспекти планування з управління контентом протягом його життєвого циклу і включає в себе формування й орієнтацію на досягнення цілей компанії, аналіз і моделювання, а також діяльність з розробки, виробництва, подання контенту, оцінки, вимірювання ефективності та припинення роботи контенту. Побудова стратегії контент-маркетингу в плодоовочівництві складається з декількох етапів. У рамках першого етапу необхідно визначитися із цілями і завданнями, зрозуміти, для чого розробляється стратегія контент-маркетинг і які завдання фірми вона повинна вирішити. Другий етап полягає у формуванні та розміщенні контенту. Цей етап базується на аналізі конкурентів, виявленні сегментів цільової аудиторії, виборі каналів поширення контенту і підборі контенту під кожен канал. На третьому етапі проводиться оцінка ефективності стратегії контент-маркетингу, вносяться відповідні корективи, і робота контенту або продовжується і носить циклічний характер, або припиняється. Щоб стратегія контент-маркетингу була ефективною, менеджер повинен вміти працювати з інструментами контент-маркетингу. Він працює на тактичному рівні та визначає, як саме повідомлення доносяться до цільової аудиторії. Слід зазначити, що в англійських джерелах інструменти так і називають – тактики (tactics). У теперішній час вже не існує легких шляхів для досягнення ефективності в маркетингу, тим більше в такому розділі, як контент-маркетинг. Контент-маркетингові плани ніколи не будуть схожі

один на одного. Це обґрунтовано тим, що при реалізації контент-маркетингової стратегії використовуються певні методи надання інформації для досягнення певного рівня задоволення інформаційних потреб клієнтів і, до того ж, кожна фірма має свою власну корпоративну історію. Сукупність цих трьох елементів неможливо скопіювати. Саме тому результат роботи завжди такий різний і унікальний [1].

Отже, одне з найскладніших питань, з яким стикаються маркетологи у плодоовочівництві, полягає у тому, як визначити ефективність маркетингових комунікацій. У залежності від цільових орієнтирів організації маркетингових комунікацій розрізняють економічну ефективність – розширення зони ринкової присутності та збільшення обсягу продаж та комунікативну ефективність.

### **Література:**

1. Оксентюк Б. А. Контент-маркетинг / Б. А. Оксентюк // Маркетинговий інструментарій управління попитом на товари і послуги : монографія / за ред. проф. Р. В. Федоровича. – Тернопіль, 2016. – С. 52–61.

**УДК 339.138**

**Антошкіна Л.І.**

професор кафедри менеджменту

**Княженко І.І.**

доцент кафедри менеджменту

**Горяча О.Л.**

доцент кафедри економіки і фінансів

*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*

*м. Бердянськ, Україна*

## **КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ**

Контент-маркетинг – це процес створення і поширення цінного і релевантного контенту для залучення і завоювання цільової аудиторії. Метою є спонукання споживача до вчинення вигідної дії. Результатом є не тільки реклама, але й інформація, яка є актуальною і здатна допомогти розповсюдженню вибрати його послугу. Завдання стратегії контент-маркетингу – спонукати споживача до цільових дій, залучити його в конверсійний сценарій сільськогосподарського товаровиробника, викликати довіру ринку. Переваги контент-маркетингу полягають у тому, що він ефективно привертає увагу аудиторії, допомагає завоювати довіру і ненав'язливо просуває товар або послугу на ринку сільськогосподарської продукції. Популярність застосування стратегії контент-маркетингу

обумовлена низкою причин. Основна перевага його використання полягає в здатності впливати на прийняття рішення споживачем за допомогою грамотного контенту. Перш ніж купити товар або замовити послугу в інтернеті, користувачі часто шукають опис товару або послуги, корисні статті за темою. Розмістивши такий контент на своєму сайті або блозі, товаровиробники роблять перший крок до того, щоб привернути увагу споживачів до своєї продукції (послуг). Після отримання основної інформації користувачі переходять до вивчення відгуків інших покупців на самому сайті, у соціальних мережах, на тематичних форумах. У рамках стратегії слід розмістити відповідні матеріали на сторонніх ресурсах. Ще однією важливою перевагою є той факт, що правильно сформована стратегія контент-маркетингу сприяє формуванню іміджу компанії і довіри до неї. Для побудови відносин із цільовою аудиторією необхідно розміщувати на сайті достовірну інформацію про підприємство, його історію та філософію, цінності, досягнення. Контент такого типу впливає на сприйняття споживачів і сприяє підвищенню довіри з їх боку.

Таким чином, інтернет-маркетинг є популярним способом залучення споживачів, позиціонування сільськогосподарського підприємства та встановлення комунікації з наявними споживачами.

### **Література:**

1. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / М. І. Ус // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – Вип. 15. – Режим доступу : [http://economyandsociety.in.ua/journal/15\\_ukr/74.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/74.pdf).

**УДК 658.8:004:[634+635]**

**Бінчева П.Г.**

аспірант кафедри маркетингу

*ДВНЗ «Таврійський державний агротехнологічний університет*

*імені Дмитра Моторного»*

*м. Мелітополь, Україна*

## **ОСНОВНІ НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ**

Комплекс маркетингу являється одним з ключових понять теорії маркетингу, що визначає сукупність видів (інструментів, що є ключовими елементами комплексу) діяльності, необхідних для зміцнення ринкових позицій підприємства. У наукових публікаціях більш за все використовується модель 4Р, яка включає до себе інструменти ціни,

просування, місця реалізації, дослідження споживачів. Така маркетингова модель проста у використанні, так як допомагає чітко визначити та порівняти результати із затраченими ресурсами на маркетингову кампанію. Однак, незважаючи на її популярність, була універсальною у використанні у минулому столітті, з причин того, що ринок розширюється не тільки новими товарами, але й додатковими заходами стимулювання продажу. На сьогодні вкрай актуальними є реалізація товарів та послуг через Інтернет, адже тому, не можна обмежувати комплекс маркетингу лише місцем реалізації. Через свою простоту модель комплексу маркетингу є найбільш використовуваною сьогодні на ринку послуг з маркетингу, а саме у банківській сфері. Проте, для конкурування на ринку з підприємствами, що випускають інноваційні продукти необхідно адаптувати найбільш використовувану модель до вимог сучасного ринку. Так, науковий напрямок досліджень є актуальним і потребують подальшого розвитку.

За словами Вотершута та ван ден Булта, комплекс маркетингу має широке визначення через те, до нього входить увесь комплекс заходів, які пов'язані із стимулюванням попиту на товар. Це розробка асортименту та його розширення, створення нових каналів реалізації продукції, формування цінової, рекламної та інформаційної політики підприємства. Сьогодні вкрай важливим у маркетинговому комплексі, на що вказують автори, є повнота та нормативність самого товару через упаковку, логотипи та товарні знаки. [1, стр.85].

Для адаптації до сучасної моделі маркетингу необхідно розкрити основний зміст різних видів комплексу маркетингу. Історично першим з'явився термін «маркетинг-мікс» (від англійського слова «mixture», що означає «змішувати, міксувати»), запропонований 1953 року президентом Американської асоціації маркетингу Н.Борденом [4]. Він узагальнив категорію «маркетинг-мікс» на основі праць Дж. Каллітона [4], який поєднав певні складові інструментів маркетингу з метою більш практичного їх застосування. Взагалі, слово «mixture» означає комбінацію основних елементів в маркетингу для досягнення підприємством певних позитивних ринкових результатів. З часом термін «маркетинг-мікс» зазнає певних змін і в назві, і в змісті. Так в 1960 року Е. Дж. Маккарті змінив комплекс «4 Ps», та виділив чотири основні елементи маркетингу, назва кожного з яких починається з англійської літери «P» [3, стр. 752].

Основні аспекти комплексу маркетингу на ринку яскраво відображені у працях відомих зарубіжних і вітчизняних учених, а саме: Ф. Котлер, П. Друкер, У. Руделіус, , Н. Борден [6, стр. 62].

Підсумовуючи вищевикладене, можна зазначити, що кожна модель може бути притаманна різним галузям та видам товарів, їх многогранність та гнучкість надає можливість підприємствам сформувати підприємствам більш злагоджену чітку маркетингову кампанію, яка буде відповідати вимогам сучасного ринку. Зробимо висновок, ще не існує досконалої моделі комплексу

маркетингу і єдиної для всіх підприємств, модель вибирається виходячи з ринкових позицій і стратегічних цілей кожного підприємства окремо.

Таблиця 1

**Порівняльний аналіз даних елементів сучасного комплексу маркетингу**

Категорії	Модель «4P» Ф. Котлер	Модель «4C» П. Друкер	Модель «4R» У. Руделіус	Модель «4V» Н. Борден
Сутність та інструменти маркетингу	1.Product. 2.Price. 3.Place. 4.Promotion	1.Customer needs and wants. 2.Cost to the customer 3.Convenience 4.Communication	1.Relevance. 2.Respond. 3.Relation. 4.Return.	1.Variation. 2.Versatility. 3.Value added. 4.Vibration.
Маркетингова орієнтація	Орієнтація на підприємства	Орієнтація на клієнта	Орієнтація на конкурента	Орієнтація на додану вартість
Види потреб	Аналогічні потреби	Індивідуальні потреби та бажання	Очікувана цінність товару	Диференційовані потреби
Маркетингова ціль	Задовольнити однакові або аналогічні потреби і отримати максимальний прибуток	Задовольнити індивідуальні потреби і отримати лояльність клієнтів	Швидко реагувати на зміни умов ринку, створити нові умови споживання, прагнути до взаємної вигоди	Створити споживчу вартість, збільшити лояльність клієнтів, сформувати конкурентну перевагу
Важливість ціни товару	Ринкова ціна	Ціна як витрати клієнта	Враховується можливість повернення товару	Ціна як додана вартість
Стимулювання попиту	Через рекламні заходи на нові ринку	Через комунікацію з унікальними клієнтами	Через запити та прямий діалог із споживачами	Через універсальність бренду та різноманітність товарів
Комунікації зі споживачами	Одностороння комунікація	Двостороння комунікація	Одностороння та двостороння комунікація	Двостороння та многостороння комунікація

**Література:**

1. Waterschoot W., van den Bulte C. *The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited. Journal of Marketing. 1992. № 4. С. 83-93* URL: [https://www.jstor.org/stable/1251988?seq=1&cid=pdfreference#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1251988?seq=1&cid=pdfreference#page_scan_tab_contents) (дата звернення: 05.09.2018)

2. Котлер Ф. *Основи маркетингу.* /Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс. – М.: Вільямс, 2015. – 752 с.

3. Constantinides E. The Marketing Mix Revisited: *Towards the 21st Century Marketing*. 2006. № 22. С. 407-438 URL: <https://doi.org/10.1362/026725706776861190> (дата звернення: 05.09.2018)

4. Borden N. The Concept of the Marketing Mix // *Strategic Management Journal*. – 1990. – № 11. – P. 71–84.

5. Brunner G.C. The Marketing Mix: Time for Revonveptualization // *Journal of Marketing Education*. – 1989. – №11. – P. 72–77.

6. Howkroft B. Durkin M.G. Relationship marketing in the banking sector: the impact of new technologies. *Marketing intelligence & planning*. 2003. № 21(1). С. 61-71 URL: <https://www.emeraldinsight.com/loi/mip> (дата звернення: 05.09.2018)

7. Майборода Г.О. Бренд-менеджмент як складова комплексу маркетингу підприємства. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління*. 2018. №308. С. 173-180.

**УДК 338.43**

**Буганов О.В.**

здобувач вищої освіти  
спеціальність «Облік і оподаткування»

**Кузьома В.В.**

к.е.н., доцент  
*Миколаївський національний аграрний університет*  
*м. Миколаїв, Україна*

## **ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

Технологія блокчейн активно вивчається та тестується багатьма країнами, а особливо при впровадженні в державному секторі, тому що її застосування приносить велику економічну вигоду. Даний інструмент найбільш популярний в фінансовій та банківській сферах. Так, блокчейн використовують в міжбанківських розрахунках та розрахунках між юридичними і фізичними особами, що значно підвищує ефективність фінансової сфери. Згідно із прогнозом аналітиків IBM, до 2020 року близько 65% всіх банків матимуть блокчейн в комерційному виробництві.

Функціонування технології блокчейн та її безпека забезпечується, власне, самими учасникам, тобто нодами або вузлами. Це прості користувачі, від активності яких інформація в мережі може оброблятися швидше. Всі учасники, які підтримують послугу, рівні між собою. Тут відсутній сервер або будь-який процесинговий центр. Децентралізація мережі дозволяє проводити передачу даних між суб'єктами, що

представляють різні країни, юрисдикції просто за домовленістю між собою без будь-яких посередників або регуляторів. Блокчейн збудований так, що операції неможливо заблокувати [1]. Так, децентралізація дозволяє кожному користувачеві відчувати себе незалежним. За твердженням розробників, дана система виключає крадіжку, шахрайство, порушення майнових прав.

Децентралізована мережа використовується й в інших галузях.

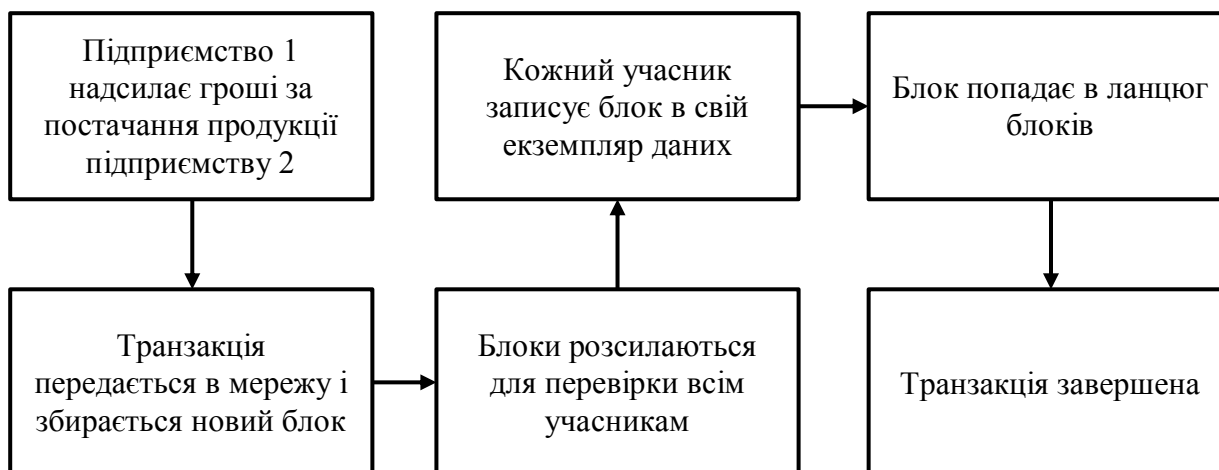
Таблиця 1

**Впровадження блокчейн-технології в різних країнах**

Країна	Приклад
Грузія	Блокчейн-опції додані на офіційній веб-сторінці Національного агентства публічного реєстру. Тепер за допомогою цієї мережі можна знайти і отримати офіційну виписку по об'єктах нерухомості
Китай	Китайський інтернет-гігант «Tencent» розробив «розумний податок» – інноваційну лабораторію, яка дозволить виявляти ухилення від податків через блокчейн-технологію
США (штат Флорида)	Відомство по збору податків оголосило про співпрацю з процесинговим сервісом BitPay для того, щоб почати приймати податки і збори за майно, водійські ліцензії, посвідчення особи, автомобільні номери та інші документи в криптовалютах Bitcoin і Bitcoin Cash
Австралія	Одна з компаній впровадили систему відстеження їжі, засновану на технології блокчейн
Італія	Мережа використовується для зменшення бюрократичних процесів. Так, в уряді була створена база даних з використанням блокчейн, яка дозволяє швидко шукати інформацію про будь-якого жителя
Канада	Проведено міжнародний банківський переказ за допомогою блокчейн, який зайняв всього лише близько 20 секунд – на відміну від кількох днів при проведенні переказу з використанням звичайних технологій
Нова Зеландія	Туристичне агентство започаткувало процес бронювання та оплати поїздок для користувачів через блокчейн
Ізраїль	Створення блокчейн-рішення для спільної з клієнтами роботи з документами. Ця система дозволяє безпечно оновлювати інформацію без особистої присутності користувача в банку

*Джерело: сформовано автором на основі [2]*

Як публічний реєстр, що заснований на розподілених книгах обліку, блокчейн надає кожному учаснику власну копію інформації (рис. 1), при цьому усі зміни відображаються в усіх копіях майже одночасно.



**Рис. 1. Робота блокчейн**

*Джерело: сформовано автором на основі [3]*

Кожна транзакція записується у вигляді блоку даних, а кожен новий блок має зашифровану копію включеного в нього з попереднього блоку. Далі блоки сполучаються за допомогою криптографічних підписів для створення ланцюга дій або транзакцій із часовою міткою, розподілених і захищених від підробки [4].

Блокчейн допоможе в створенні прозорого та надійного ланцюжка виробництва і поставки продуктів, гарантуючи харчову безпеку. Споживачі хочуть знати про походження їжі і готові переплачувати, якщо зможуть дізнатися всі подробиці про товар. Зараз дотримання стандартів гарантує сертифікація, але вона дорога. Інша проблема сертифікації в тому, що результати перевірок можна змінити заднім числом за хабар. Технологія не дозволить непомітно ввести записи, оскільки їх зміст і дата залишаться незмінними. Наприклад, наклеївши позначку з QR-кодом, покупцеві надається можливість відстежити всі дії, які відбувалися з продукцією. При такій налагодженій системі вся історія продукту буде відображатися на екрані смартфона споживача. Санітарні органи зможуть відстежити як поширювалася епідемія. Якщо людині стало погано після з'їденого, лікар зможе дізнатися, якої якості продукт з'їв потерпілий [5].

Тому технологію важливо реалізувати в галузі плодоовочівництва для контролю за якістю продукції у процесі її руху від виробника до кінцевого споживача, а також за сировиною та матеріалами, що використовуються у процесі вирощування.

### **Література:**

1. Що таке хеш-код [Електронний ресурс] – Режим доступу: [goo.gl/T1ZhR9](http://goo.gl/T1ZhR9)
2. Проекти на базі блокчейн-технології [Електронний ресурс] – Режим доступу: [goo.gl/K5emoX](http://goo.gl/K5emoX)



3. Перспективи використання технології блокчейн у мережі інтернет речей [Електронний ресурс] – Режим доступу: [goo.gl/fsP6KD](http://goo.gl/fsP6KD)

4. Блокчейн і бухгалтерський облік [Електронний ресурс] – Режим доступу: [goo.gl/орбуTr](http://goo.gl/орбуTr)

5. Блокчейн плюс сільське господарство: як зміниться життя споживача і бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу: [goo.gl/QVV4yR](http://goo.gl/QVV4yR)

**УДК 658.8:004:[634+635]**

**Зайцева О.І.**

професор кафедри менеджменту, маркетингу і туризму,

**Бетіна В.О.**

аспірант ОНП доктора філософії,

*Херсонський національний технічний університет,*

*м. Херсон, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ DIGITAL-СТРАТЕГІЇ В КОНТЕКСТІ КОРПОРАТИВНОГО МЕДІАПЛАНУВАННЯ**

Діджиталізація як глобальна світова тенденція перетворює бізнес-середовище і практично усі сфери життя суспільства, змінює комунікації та підприємницьку культуру. Провідні топ-менеджери та креативні маркетологи усвідомлюють, що наявність digital-стратегії – це не лише утримання сайту, використання соціальних мереж і активний вжиток мобільних додатків. Це набагато більше ніж означені модні атрибути, – це функціонал корпоративного медіапланування.

За даними консалтингової компанії McKinsey лише половина корпорацій мають digital-стратегію, з яких у 34 % організацій вона інтегрована в загально корпоративну, в 16 % вона представлена у вигляді окремого паперового документа тільки і тільки 8 % компаній розуміють, що їх нинішня бізнес-модель залишиться економічно стійкою та життєздатною, якщо продовжити діджиталізацію в тому ж напрямку і на високій швидкості [1, 2].

Тому в процесі корпоративного медіапланування особливу увагу слід приділити наступним бар'єрам на шляху розробки та реалізації digital-стратегії [2].

Бар'єр № 1: нечіткі визначення. Лідери змін не завжди правильно формулюють значення діджитал. Одні з них вважають, що це видозмінена діяльність IT-відділу, інші фокусуються на діджитал-маркетингу або електронних продажах. Однак, треба розуміти, що діджиталізація – це глибока дієва підприємницька трансформація за допомогою цифрових технологій з метою оптимізації бізнес-процесів, підвищення загальної

результативності компанії, покращення взаємодії з клієнтами і посилення їх лояльності. Таким чином, digital-стратегія призвана поєднати людей, девайси і фізичні об'єкти в критичній і найбільш релевантній точці дотику.

Бар'єр № 2: нерозуміння діджитал-економіки. Багато топ-менеджерів і власників керуються економічними принципами ведення бізнесу, сформованими в епоху індустріальної економіки і відчували ефективність їх застосування на початку кар'єри. Це вибудовало внутрішній спротив, як результат дотику до нових економічних реалій цифрової конкуренції. З цифровими технологіями будь-якою пропозицією можна скористатися швидко, вільно, без додаткових витрат, що дозволяє знижувати ціни. Така цінова конкуренція вже знищила 40 % доходів нинішніх гравців ринку і 25 % їх прибутку до сплати відсотків і податків за рахунок втрачених можливостей. Тим часом, компанії, які відстежують і підтримують свою інноваційну продуктивність щодо конкурентів зможуть витримати темп діджиталізації, навіть якщо погіршиться загальносвітова економічна ефективність.

Бар'єр № 3: ігнорування екосистем. Галузі незабаром стануть великими екосистемами і зруйнують традиційну модель бізнесу з її зрозумілими горизонтами. Таку тенденцію ілюструє стрімке зростання онлайн-магазинів, новинних порталів, streaming-сервісів та платформ інтернет-бронювання. Мережеві бренди тепер інтегрують свою діяльність не тільки з ланцюжком власних фірмових магазинів, але й з платформою Amazon. Apple Pay та інші подібні платформи входять в конкурентний набір для фінансових інститутів, Tencent і Alibaba розширюють свої екосистеми. Тепер це – платформні корпорації, які пов'язують традиційні та цифрові компанії і їх контактні аудиторії в страхуванні, охороні здоров'я, нерухомості та інших галузях з великою перевагою об'єднання мільйонів клієнтів в цих галузях. Неймовірні бізнес-моделі стають реальністю: Facebook – основний медіаплеєр, Uber і Airbnb продають по всьому світу послуги з перевезення і гостювання. Такі екосистеми дозволяють досягати неймовірних результативних комбінацій в бізнесі (60 трильйонів доларів доходу до 2025 року, що більше 30 % загальносвітових теперішніх корпоративних доходів) і все це прискорюється, коли на допомогу їм приходять штучний інтелект і інструменти вишуканого рівня обслуговування.

Бар'єр № 4: занепокоєння щодо впливу негативних факторів, спровокованих «цифровими» технологіями. Діджиталізація має на увазі: щоб домогтися успіху потрібно адаптуватися і оперативно, і стратегічно. Щоб підвищити швидкість і масштаб змін необхідні нові навички в аналітиці, дизайні і технологіях, знадобляться нові бізнес-моделі та більш різноманітний набір власників цифрових продуктів і керівництва гнучкою реалізацією digital-стратегії. Тому, по-перше, необхідно підтримувати сміливе прагнення цифрових новаторів, які виходять далеко за традиційні межі, інвестують в технології і більш агресивні на ринку. І, по-друге, необхідна їх висока гнучкість, проактивність і здібність формувати нові ідеї за допомогою пілотних проектів, переведення бізнесу в «хмару» або «використання інтернету речей» і це нові реалії цифрової конкуренції.

Усвідомлення викликів цифрової економіки – перший крок для сучасних лідерів. Наступним стає розробка і реалізація відповідної адаптивної діджитал-стратегії, яка долає означені бар'єри, перестає бути малозрозумілим документом, підготовленим вищим керівництвом, а перетворюється в конкретні результати, які потрібно досягти, щоб здійснити реальний внесок до сукупного корпоративного успіху.

### **Література:**

1. Что такое digital-стратегия и зачем она нужна? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [igitalbee.com/blog/digital-marketing/chto-takoe-digital-strategiya-i-zachem-ona-nugna/](http://igitalbee.com/blog/digital-marketing/chto-takoe-digital-strategiya-i-zachem-ona-nugna/)

2. Внедряем digital-стратегию в бизнес: 5 ловушек, которые можно избежать. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vshk.org/media/vnedraem-digital-strategiu-v-biznes-5-lovusek-kotorye-mozno-izbezat>

**УДК 338.48+913**

**Кацемір Я.В.**

ст. викладач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **РОЗВИТОК ВИНОРОБНИХ ГОСПОДАРСТВ У КОНТЕКСТІ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

Теоретики, які займаються дослідженнями тенденцій туристичної галузі, вважають, щонаразі розвивається та буде активно розвиватися в найближчі роки тематичний туризм. Вже сьогодні він активно залучає до своїх лав все більше шанувальників. Одним із секторів тематичного туризму є агротуризм, який на базі природних, історичних, культурних, сільськогосподарських ресурсів сільської місцевості створює комплексний туристичний продукт.

Одним з напрямків аграрного туризму виділяють винний туризм. Подорожі в винних регіонах, під час яких можна відвідати місця пов'язані з виробництвом вина. Кожна подорож залежить від програми туру, яка може супроводжуватися цікавими подіями та екскурсіями. Говорячи про винний туризм, слід визнати, що концепція його розвитку може стати вагомою складовою розвитку сільськогосподарських територій.

На сьогоднішній день поняття «винно-гастрономічний тур» для нас відносно нове поняття, в той час як за кордоном таке популярне. У світі Європа – визнаний лідер за кількістю туристів, які подорожують винними маршрутами, що не дивно, якщо врахувати, що тут зосереджена велика

кількість пам'яток винної культури, та до того ж інфраструктура знаходиться на високому рівні. У політиці Євросоюзу напрямок винного туризму займає одне з найважливіших місць в справі розвитку агротуристичних послуг сільськогосподарськими виробниками [1].

Винний туризм не обмежується споживанням вина, а має мультиплікативний ефект. В організації та обслуговуванні «винних маршрутів» беруть участь господарські та громадські організації:

- виробники вина та виноспоживні заклади;
- місцева влада;
- люди, які надають агротуристичні послуги;
- власники ресторанів і кафе;
- власники готелів;
- туристичні агенства;

На сьогоднішній день існує велика кількість винних турів, які можуть бути – як груповими, так і з індивідуальним підходом. За даними туристичних фірм найбільш затребуваним є Старий Світ, особливо Франція і Італія, які славляться розвинутою винною культурою. Тут виноградарство являє собою спосіб життя місцевого населення, а самі виноградники є туристичною гордістю. Франція не тільки лідер у виноробстві, але і у всьому, що стосується винного туризму. Слід виділити такі регіони, як Шампань, Ельзас, і Прованс, які славляться органічними садибами.

Якщо Старий Світ відомий своїми історичними пам'ятниками, то Новий Світ приваблює особливостями природи і різноманітністю всіляких розваг. Особливо привабливими виноградниками славиться округ Стелленбош, розташований на Капському півострові Південно-Африканської Республіки. Тут можна відвідати винні фестивалі, які проходять в Стелленбош. Дуже розвинена туристична галузь в США. Відмінним туром для любителя вин і величної природи є і відвідування озер Фінгер-Лейкс і долини Гудзона в штаті Нью-Йорк.

На туристичному ринку України даний вид відпочинку представлений ще не особливо широко, саме тому ця сфера туризму таїть в собі на території нашої держави досить великий потенціал.

Найпопулярнішим місцем винного туризму на Півдні України у Херсонській області є Виноробне господарство Князя Трубецького – це унікальний об'єкт винного туризму в Україні, де можна не тільки продегустувати місцеві вина, але й доторкнутися до історії. Виноробне господарство Князя Трубецького пропонує гостям познайомитися з технологією виробництва знаменитого напою і продегустувати його. У комплексі послуг – оглядові екскурсії території виноробного господарства; екскурсія по винних підвалах, в яких зберігаються унікальні вина; дегустація 6 видів вина з дивовижним сомельє, який працює в винних цехах; відвідування винного магазину на території шато [2]. На території Виноробного господарства є велика кількість готельних номерів всіх категорій. Також є одним з найдоступніших для відвідування підприємств –

автобусні екскурсії на завод пропонуються в повсюдно. Екскурсії проводять професійні гіді. Процес відпрацьований до дрібниць.

Винні тури повинні стати однією з перспектив галузі та регіону в цілому: вони покликані продемонструвати своєрідність місцевості, знайомство з місцевими традиціями, звичаями, кухнею, природними, культурними та історичними пам'ятками. Вино не є самоціллю, а засобом залучення уваги, розвитком поваги до галузі, розвитку культури споживання, підвищення впізнаваності винних брендів, закріплення за ними лояльних споживачів, розширення географії споживання.

### **Література:**

1. Заячківська Г. А. Основні засади сталого розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс] / Г. А. Заячківська // Качество экономического развития: глобальные и локальные аспекты : науч.-практ. конф., 2011. – Режим доступа : <http://www.confcontact.com/20110629/1-zayacj.php>

2. Винный тур в хозяйство Трубецкого [електронний ресурс] – Режим доступу. – URL:<https://khers-on.com/tour/wine-tour/#programma-tura>

**УДК 004.67:339.138(045)**

**Коваль П.О.**

здобувач вищої освіти 3 курсу  
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Павлюк С.І.**

канд. екон. наук

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **МАРКЕТИНГ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Повноцінне функціонування сучасної економіки не можливе без активного використання цифрових технологій на всіх стадіях економічного циклу, що є прямим наслідком науково-технічного процесу.

У сучасному світовому просторі цифрові технології є найдинамічнішою сферою за показниками власного розвитку. Зокрема на сьогодні кількість мобільних з'єднань значно перевищує кількість мешканців у світі, а кількість людей, у яких є можливість користуватися мобільним телефоном перевищує кількість людей, що можуть задовольняти елементарні базові потреби [1].

На сьогодні постає питання не тільки, що виробити, але як і реалізувати і отримати від цього найвищий прибуток. З розвитком

технологій, маркетинг отримав новітні способи просування товарів на ринок. Покупець може спокійно замовити будь-яку продукцію, навіть не виходячи з дому. Кордони вже не є перешкодою для купівлі продукції. Для цього достатньо включити Інтернет, зайти на сайти продавця, який пропонує необхідний товар, вибрати з-поміж асортименту необхідний і замовити, обрати зручний спосіб оплати й доставки. У покупця навіть є можливість переглянути стан товару і при виявленні пошкоджень повернути товар не оплативши його вартість.

Для продажу овочевої продукції поширеним є використання ресурсів популярних Інтернет-сайтів: agrotender.com.ua, agro-ukraine.com, apkua.net, agrodoska.net та інші. Зокрема фахівцями компанії Unique Technologies створено мобільний додаток PROD, який є вузькоспеціалізованим Інтернет-майданчиком, що дозволяє подавати і обирати оголошення про купівлю-продаж плодоовочевої продукції. Спеціалізований підхід надає переваги, оскільки одразу спрямований на цільову аудиторію, запобігає надлишковій навігації в Інтернет-мережі, дозволяє надати детальну характеристику товару. Цей додаток створено спеціально для плодоовочевого ринку, ним легко користуватися з мобільного телефону – iPhone та смартфонів на базі Android. Логіка використання є легкою і дружньою для користувача: пошук відбувається за допомогою піктограм. Для сільгоспвиробників і заготівельників ця платформа надає можливість безпосередньо формулювати оголошення про купівлю-продаж, забезпечуючи комунікацію виробників і продавців, оминаючи посередників. Додаток доступний у всіх регіонах України і сприяє прозорості ринку, відображаючи ціни, пропозицію по території всієї країни [2].

Заслуговує на увагу досвід Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва, який власне діє на території України та має власну Інтернет-сторінку. Саме на якій можна знайти та переглянути інформацію щодо продавців продукції, асортимент, який вони пропонують. Щодо портфолію кожного продавця, то потенційні клієнти можуть ознайомитися з юридичною адресою, з потужностями виробництва, місцем розташування земельних ділянок на яких ведеться виробництво, пропозицію товарів та ознайомитися з відгуками. Напрями діяльності Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва дуже широкі, при цьому використовуються різні інструменти. Так наприклад, одним з таких є акції, участь у яких можна приймати не виходячи з дому [2].

Кінцевим результатом такого заходу є можливість придбати якісну продукцію за пільговими цінами.

### **Література:**

1. Степанов О., Малиновський Б. Мы создали OLX для плодоовощной отрасли // Овощеводство. 2018. № 1(153). С. 14-15.
2. <https://uhbdp.org/ua/>

**Крикунова В.М., Грановська В.Г., Кнорр Ю.В.**  
доценти кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Динамічний розвиток галузі туризму виявляється у розширенні його масштабів, а також в урізноманітненні пропонованих послуг, наприклад, гастрономія поступово стала одним із найбільш привабливих напрямів відпочинку та подорожей. У багатьох країнах цей сектор ринку набув стратегічного значення і генерує внесок у соціально-економічний розвиток регіону, створюючи вартість на кожному етапі ланцюгу постачання: від виробництва якісної продукції та її переробки до пропозиції у готелі або туристичній агенції, а також промоції бренду країни.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає гастрономічний туризм як такий, що характеризується набуттям під час подорожі специфічного досвіду, пов'язаного з їжею та асоційованими продуктами й активностями. Поруч із аутентичним, традиційним та/або інноваційним кулінарним досвідом гастрономічний туризм може включати інші види активності: відвідування локальних виробників, участь у фестивалях їжі, кулінарні майстер-класи тощо.

Гастрономія є невід'ємною складовою туризму, проте її вага та характер зв'язку з вихідною туристичною послугою суттєво змінилися протягом останніх десятиліть. Зокрема, проявилася тенденція підвищення інтересу до їжі як такої, як до самостійного, цільового об'єкту попиту споживачів туристичного продукту. Це призвело до розвитку і модифікації «відносин» між гастрономією і туризмом з економічної точки зору, появи не лише нових моделей туристичного сервісу, але й нового сегменту ринку туристичних послуг – гастрономічного (кулінарного).

Сучасний гастрономічний туризм містить елементи місцевої культури харчування та об'єднує економічних агентів ланцюга вартості цієї туристичної послуги – виробників (сільське господарство, рибництво), переробні підприємства (молокопереробні заводи, маслوبيйні, консервні заводи, виноробні підприємства тощо), безпосередньо сектор туризму і гостинності (ресторани, спеціалізоване житло, фірми з гастрономічної активності та ін.), сектор роздрібною торгівлі й комерційний сектор і, навіть, сектор знань та інформації. Таким чином, сучасний кулінарний туризм концептуально ґрунтується на комбінації знань і навчання, різних аспектів виробництва, традицій і культури споживання, що асоціюються із певною територією.

За оцінками експертів, близько 93 % туристів з 10 країн світу беруть участь у кулінарному туризмі. У США власне «гастрономічна» туристична

активність підвищилася від 17 % від кількості споживачів туристичних послуг у 2007 р. до 95 % у 2016 р. Наведена динаміка спричинена факторами попиту та пропозиції. З боку пропозиції, дестинації пропонують більшу кількість та якісну різноманітність ресторанів, кулінарних атракцій, броварень і винарень тощо. З боку попиту, все більше туристів спрямовані на отримання нового та унікального гастрономічного досвіду. Подальший розвиток гастрономічного туризму визначатиметься комплексом чинників. Потенційно позитивний вплив матимуть публікації у соціальних медіа, телевізійні та інтернет-шоу, що формують потребу через попереднє ознайомлення з інформацією про унікальні гастрономічні характеристики дестинацій. Негативними чинниками є складність підтримання аутентичності локальної пропозиції, конкурентоспроможності ринкових агентів малого бізнесу, перенасичення пропозиції глобально стандартизованого характеру.

### **Література:**

1. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism. World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www2.unwto.org/>
2. State of the Food Travel Industry Report. 2019 World Food Travel Association [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://worldfoodtravel.org>
3. World Food Travel Monitor 2016. World Food Travel Association [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://worldfoodtravel.org>

**УДК 631.1.027:631.11**

**Лістрова О.С., Орішкин Д.О.**

студенти кафедри «Економіки і маркетингу»

*ДВНЗ «Харківський національний аерокосмічний університет (ХАІ)»*

*м. Харків, Україна*

## **МАРКЕТИНГОВІ ПРОБЛЕМИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ**

Введення: Агроримаркетинг дозволяє науково обґрунтовувати прийняття рішень про виробництво, збут і просування на ринок товарів, дає можливість адекватно оцінювати і прогнозувати ринкову ситуацію, розробляти стратегію і тактику конкурентної боротьби.

Особливості сільського господарства визначають основні чинники розвитку агропромислового комплексу: залежність результатів від природних умов, роль і значення товару, різноманітність форм власності,



розбіжність робочого періоду та періоду виробництва, сезонність виробництва і отримання продуктів, різноманіття організаційних форм господарювання та їх діалектикою, зовнішньоекономічні зв'язки, участь державних органів у розвитку АПК і його галузей.

Основна частина: В даний час споживачі і виробники аграрного сектора все в більшій мірі переконуються в доцільності і необхідності ефективного агромаркетинга, його раціональної організації.

Агромаркетинг має ряд особливостей, які визначаються специфікою самого сільського господарства:

- тісний зв'язок з біологічними системами,
- стійкий обсяг споживання,
- диверсифікація виробництва,
- технологічна залежність пов'язаних виробництв,
- великий обсяг швидко псується,
- монополізація переробки,
- концентрація споживачів по територіях.

На сучасному етапі застосування маркетингу в аграрній сфері обумовлює постійне і активне вивчення споживчого попиту, можливість пропозиції споживачам більш якісного товару і високого рівня обслуговування, що дозволить забезпечити стійке становище на ринку, прогнозовані доходи і стабільність в АПК. При формуванні маркетингових стратегій доцільно виходити з оцінки основних ринково-економічних факторів і аналізу існуючого потенціалу стратегічного успіху.

Різноманітність форм власності, багатоаспектна конкуренція, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, сезонність виробництва в сільськогосподарській галузі, регулювання розвитку агропромислового комплексу державними органами влади визначають відмінні характеристики і особливості розвитку інфраструктури продовольчого ринку в формуванні системи агромаркетинга [1, с. 203-206].

В умовах необхідності забезпечення фінансової безпеки в АПК в сучасних умовах розвитку ринкової економіки, з усієї сукупності проблем, однією з найважливіших є формування нового технологічного базису виробництва. При цьому прогресивні зрушення у виробництві можуть виникнути тільки під впливом науково-технічного прогресу на основі науково-обґрунтованої економічної, екологічної, податкової та науково-технічної політики. Крім того структуризація відносин власності та розвиток різноманіття її форм об'єктивно вимагають уніфікації комплексу відносин привласнення в цілому і механізму регулювання розподілу доходів, що включає єдиний податковий механізм, а також оптимізацію економіко-екологічних потреб людей з урахуванням збереження якості навколишнього природного середовища [2].

В ході наукового дослідження питання формування та вдосконалення агромаркетинга в умовах його реформування, слід виділити домінуючі маркетингові проблеми в агропромисловому комплексі:

- розробка моделей виробничо-збутової діяльності з
- орієнтовними розрахунками;
- диверсифікація виробництва, формування горизонтальних і
- вертикальних ринкових структур;
- необхідність розвитку системи зберігання, переробки, реалізації в
- максимально стислі терміни;
- потреба у використанні екологічно чистих продуктів і
- застосування біотехнологій у виробництві продукції сільського господарства;
- невелика частка ринку обумовлює незахищеність окремого
- висока потреба в державному регулюванні.

Визначення напрямків вирішення важливих маркетингових проблем в агропромисловому комплексі дозволить підвищити результативність діяльності агропромислового комплексу України в цілому.

Висновки: Розвиток агромаркетинга на Україні призведе до зростання зайнятості населення, зростанню виробництва продукції сільськогосподарського призначення та інших товарів народного споживання, до соціально-економічному зростанню країни в цілому. В ході наукового дослідження питання формування та вдосконалення агромаркетинга в умовах його реформування визначено домінуючі маркетингові проблеми в агропромисловому комплексі та визначено напрями вирішення важливих маркетингових проблем в агропромисловому комплексі, що дозволить підвищити результативність діяльності агропромислового комплексу України.

#### **Література:**

1. Гречаник Н.Ю. Комплексне маркетингове дослідження ринку сільськогосподарської продукції / Н.Ю. Гречаник // Економіка: Проблеми теорії і практики. – Збірник наукових праць. Випуск 205: в 4 т. – Т II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. – С. 448-458.

2. Рудницька О.В. Ринок землеробства в Україні // Агроінком. – 2006. – № 1. – С. 31-34.

**Майборода Г.О.**

аспірантка кафедри маркетингу

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

*імені Дмитра Моторного*

*м. Мелітополь, Україна*

## **МАРКЕТИНГОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОРТФЕЛЯ БРЕНДІВ**

В епоху збільшення кількості вироблених товарів на внутрішніх і зовнішніх ринках кожне підприємство прагне забезпечувати найвищу рентабельність продажу, мати стійкі конкурентні переваги, збільшувати прибутковість та бути відомим і престижним. Задля цього виробники приділяють велику увагу особливостям формування та використання портфелю брендів. Більшість фірм, які працюють на споживчих ринках, володіють і продають більше одного бренду. І, хоча, підприємці приймають стратегічні рішення на корпоративному рівні щодо життєдіяльності наявних брендів, відкритим залишається питання впровадження ефективної системи управління портфелем брендів, її особливості та переваги.

Як зазначає видатний фахівець сфери брендингу Девід Аакер, бренд – це особлива назва і (або) символ, призначені для ідентифікації товарів або послуг, які надають відмінності від схожих продуктів конкурентів та посилюють його цінність. Бренд захищає споживача від підробок та надає товаровиробникові конкурентні переваги серед підприємств з ідентичною продукцією [1, с. 168].

У наш час, кожне підприємство відчуває необхідність виходу на нові ринки, залучення нових груп споживачів та розширення своєї діяльності шляхом створення та впровадження нових брендів або суббрендів. На думку Зозульова О. В. портфель брендів – це сукупність всіх торгових марок та марочних ліній, котрі пропонує підприємство в рамках певної товарної категорії [4, с. 46]. Вчений Змитрович Д.Д. розглядаючи портфель брендів з точки зору маркетингового та ціннісного підходів, акцентує увагу, що всі торгові марки, які пропонує підприємство у певній товарній категорії неодмінно повинні мати цінність для споживача [3, с. 6].

Створення портфеля брендів за рахунок визначення принципів його побудови, виявлення стратегічної ролі кожного бренду та побудови системи відносин між брендами в рамках портфеля однієї компанії надає маркетинговій політиці підприємства стійких конкурентних переваг [5, с. 70]. Кожному бренду необхідно бути одиницею, що самостійно існує, але, водночас, увесь портфель брендів повинен працювати в комплексі для досягнення стратегічних цілей підприємства. Архітектура брендів безпосередньо пов'язана з управлінням брендами і визначається як

організаційна структура портфелю бренду, яка визначає роль брендів та взаємозв'язок між ними для забезпечення вигоди споживачеві [6, с. 112].

Створення архітектури бренду може включати декілька етапів, першим з яких є визначення складу портфеля брендів, тобто виділення одного (детальний аналіз) або всіх брендів підприємства, які будуть аналізуватися. Другим етапом є визначення стратегічної і практичної ролі кожного бренду всередині портфеля. На третьому етапі проводиться оцінка індивідуального внеску кожного бренду до портфеля брендів (різниця між доходами та витратами на його просування). Четвертий етап – визначення ролі кожного бренду на ринку, його ринкову силу на даний момент, потенціал, можливості розвитку та стратегічні пріоритети. До п'ятого етапу належить виділення проблемних брендів (для прийняття подальших рішень щодо укріплення їх позицій, або виведення з ринку) та брендів, що мають переваги та можливості (для вибору стратегії їх майбутнього зростання). Завершальним етапом є ефективно втілення підприємством оптимізованої архітектури бренду на ринку [2, с. 184].

Отже, розробка, впровадження та використання ефективної системи управління портфелем брендів надає товаровиробникові такі переваги:

- володіння сукупністю брендів дозволяє обмежити доступ до виходу на певний ринок конкурентним фірмам;
- збільшення темпів зростання всього портфеля і окремих брендів;
- стрімке зростання капіталу брендів, а разом і з цим, їх цінності;
- можливість структуровано розподіляти грошові надходження на розвиток кожного бренду окремо;
- вивільнення ресурсів внаслідок видалення неефективних брендів та реінвестування цих коштів в найбільш потенційні бренди;
- зниження ризику конкуренції між брендами одного підприємства та зменшення ймовірності втрати прибутку;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства та фінансових показників шліхом створення чіткої структури портфелю брендів.

### Література:

1. Аакер Д., Йохимштайлер Є. Бренд-лідерство: нова концепція брендингу. Издательский дом Гребенникова, 2003. 380 с.
2. Бондаренко С.А. Формування бренд-архітектури виноробного підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Ужгород, 2016. Вип. № 1 (47). Т. 1. С. 181-188.
3. Змітрович Д.Д., Солнцев С.О. Портфель брендів компанії: структура та управління. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. Київ, 2018. Вип. 12 С. 3-10.
4. Зозульов О. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика. *Маркетинг в Україні*. 2006. № 5 (39). С. 44–49.

5. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Кролевецька Ю.В. Формування портфеля брендів сучасного підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон, 2014. Вип. 9-1. С. 69-72.

6. Яцентюк С.В. Створення ефективної бренд-архітектури підприємства: світовий досвід й українська практика. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. Дніпропетровськ, 2012. № 1. С. 110-116.

**УДК 3.33.65:339.1**

**Мельничук О.І.**

доцент кафедри менеджменту

**Лавровська Ю.В.**

студентка інженерно-економічного факультету

*Одеський державний аграрний університет*

*м. Одеса, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Імідж трактують як спроектований фахівцями образ, в основі якого лежать і реальні, об'єктивні риси і, крім того, риси, привнесені для формування відповідного образу. Імідж повинен бути адекватний реально існуючому образу і бути адресований конкретній групі споживачів, при цьому залишаючись пластичним і динамічним. Не слід забувати, що при практично ідентичних якостях продукції різних виробників, конкурентна боротьба ведеться не стільки між видами продукції, скільки між їх іміджем [1].

Продукція і підприємство, що не володіють своїм іміджем або які мають поганий імідж, не може розраховувати на успіх на ринку. Уміло розроблений і послідовно впроваджуваний у свідомість споживачів позитивний імідж, підкріплений якістю продукції і рівнем сервісу, дозволяє підприємству зайняти провідне місце на ринку. Ці питання є особливо актуальними для сільськогосподарських підприємств, в цілому, і виноградарських зокрема.

Враховуючи специфічні особливості продукції виноградарства, визначено основні елементи позитивного іміджу, що сприятимуть підвищенню економічної ефективності господарської діяльності виноградарських підприємств: фірмовий блок, легенда, рекламне оголошення [2].

### ***Легенда***

Всім відомий вислів «Одеса – перлина біля моря». Безліч людей відвідують влітку Південну Пальміру. Окрім пляжів та історичних пам'яток архітектури Одеса та Одеська область славиться розвинутим виноградарсько-виноробним комплексом. Проїжджаючи весною та влітку по трасі Іллічівськ

(Чорноморськ)-Одеса маршрутом 25 маршрутного таксі, привертають увагу поля засаджені розкішними виноградниками та велична арка на в'їзді в смт. Таїрове. А в період збору урожаю ваблять величезні грона ягід сонця та Богів на високоврожайних лозах. Ніжні ягідки винограду. Рожеві, жовті, фіолетові, зелені, сині..... Інноваційні розробки вітчизняного наукового центру виноградарства і виноробства апробують на своїх полях працівники державного підприємства «Дослідне господарство «Таїровське».

### ДП «ДГ «ТАЇРОВСЬКЕ» ННЦ «ІВІВ ім. В.Є. ТАЇРОВА»



*смт Таїрове, вул. 40-річчя Перемоги, 27 а, Овідіопольський р-н, Одеська обл., 65496; тел. 048-773-04-15; факс: 048-740-36-79.  
e-mail: dpdg\_zvit@meta.ua. Ми працюємо для ВАС  
(\* авторська розробка)*

**Рис. 1. Фірмовий блок для ДП «ДГ «Таїровське»**

Текст рекламного оголошення ДП «ДГ «Таїровське» представлено на рисунку 2.

<b>Рекламне оголошення</b>
<p>Навідуючи рідних в селі, так приємно милуватись виноградною аркою на подвір'ї, ховатись від надокучливих сонячних променів влітку та дощових крапель навесні і восени. Виноградні лози потребують догляду та любові. Але щоб виростити їх в певній місцевості та отримувати високі врожаї потрібен якісний садивний матеріал. ДП «ДГ «Таїровське», є виробником сортів винограду: Восторг, Мускат Одеський, Одеський чорний. Виконуючи державну програму розвитку виноградарства на території України, і у відповідності до виробничо-господарського спрямування пропонує до реалізації виноградні саджанці.</p>
<b>Запрошуємо до співпраці!</b>

**Рис. 2. Рекламне оголошення для ДП «ДГ «Таїровське»**

*Джерело: авторська розробка*

Усі ці заходи сприятимуть формуванню позитивного іміджу підприємства як науково, так і технічно розвинутого, діяльність якого спрямована на задоволення потреб конкретного споживача та суспільства загалом.

## Література:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. – 5-е вид. доп. – К.: Лібра. 2007. – 720 с.
2. Мельничук О.І., Гінгін Л.П., Мануйленко О.С. Маркетингові комунікаційні заходи сільськогосподарських підприємств на ринку продукції виноградарства // Розвиток національної економіки: теорія і практика. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 3-4 квітня. – Івано-Франківськ. – 2015. – Частина 2. – С. 210-211.

УДК 332.1:685.1

**Мохненко А.С.**

доктор економічних наук, професор  
завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва  
*Херсонський державний університет*  
*м. Херсон, Україна*

**Перезова І.В.**

доктор економічних наук, доцент,  
завідувач кафедри підприємництва та маркетингу  
*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*  
*м. Івано-Франківськ, Україна*

## МАРКЕТИНГОВІ ПОСЛУГИ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ

На сьогоднішній день у пересічних громадян, споживачів не виникає сумніву в тому, що вони знають і розуміють, що таке послуги, який зміст закладено в це поняття. Однак коли цим поняттям та його суттю починають цікавитися науковці, підприємці, маркетологи, юристи, податківці, то розуміння, на перший погляд, однозначного поняття викликає дискусії.

Послуга трактується – як дія або діяльність тобто процес, за іншою концепцією послуга – це результат діяльності; третя концепція об'єднує в одне ціле діяльність та результат послуги; четверта концепція трактує послугу з юридичної точки зору, розглядаючи її як діяльність, що не має уречевленого результату, а у договорі про надання послуг йдеться про види діяльності, котрі не отримують і не обов'язково повинні отримати втілення в матеріалізованому, уречевленому результаті; п'ята концепція базується на розмежуванні понять роботи і послуги, що виражається в співвідношенні договору підряду з договором про надання послуг; за шостою концепцією послугу розглядають як різновид блага, що служить засобом задоволення потреб за рахунок діяльності (через дії) одним

суб'єктом, у корисних властивостях якої і полягає суб'єктивний інтерес іншого суб'єкта і на котрі у останнього виникає право вимоги; згідно сьомої концепції послуги визначаються як функції, що безпосередньо або опосередковано задовольняють особистісні потреби. Відповідно в економічному сенсі під послугами розуміють функції та операції, на які є попит, а ціна на них визначається на конкретному ринку; за восьмою концепцією сутність послуги розкривається через поняття економічних відносин та/або правовідносин, тобто послуги мають споживчу вартість, а за витратами на їх виробництво – і мінову вартість, тому приймають участь у процесі задоволення потреб учасників майнового обороту, що відповідно до теорій цивільного та господарського права дає можливість розглядати послуги як вид діяльності, що є об'єктом правового регулювання; концепція дев'ять розглядає послугу як зміну стану суб'єкта чи предмета, який належить будь-якому учаснику економічних відносин, з його попередньої згоди.

Згідно Національного класифікатора України за видами економічної діяльності ДК 009:2010 (КВЕД – класифікатор видів економічної діяльності), що вступив в дію з 2012 року введено види діяльності до яких, можна віднести маркетингові послуги – код 70.2 – Консультування з питань керування до якої відносять (70.21 – Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю, 70.22 – Консультування з питань комерційної діяльності й керування); код 73 – Рекламна діяльність та дослідження кон'юнктури ринку 73.20 – Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки та 74 – Інша професійна, наукова та технічна діяльність.

Проведення управлінської діагностики в напрямку реалізації маркетингових послуг підприємством дає можливість конкретизувати за рахунок чого виникла проблемна ситуація з даного питання, розширити перелік причин за якими можуть відбуватися певні проблеми пов'язані з класифікацією, технологією надання послуг, юридичного оформлення документації, виконання податкових вимог.

### **Література:**

1. Резнікова В.В. Сутність категорії «послуга»: аналіз існуючих концепцій / В.В. Резнікова // Вісник господарського судочинства. – К., 2009. – № 1. – С. 45-48.

2. Перезовова І.В. Маркетингові послуги в управлінні конкурентоспроможністю: діагностика, оподаткування, експертиза / І.М. Станьковська, І.В. Перезовова / Моделювання регіональної економіки. – Івано-Франківськ, 2012. – № 2. – С. 427-435.

3. Мохненко А.С. Особливості реалізації організаційно-економічних змін на вітчизняних підприємствах / А.С. Мохненко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – Чернігів, 2014. – № 3(75). – С. 9-14.



**Нікітенко К.С.**

к.е.н., доцент

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **ВНУТРІШНІ ВОДНІ ШЛЯХИ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА У РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Проблема річкового транспорту – це нестача барж і недостатній розвиток річкової інфраструктури. З урахуванням наявності у країні багатих водних шляхів – це і є альтернатива доставці автотранспортом.

На сьогодні в Україні частка річкових перевезень становить лише 5 % при тому, що такий вид транспортування економніший у 2 рази, ніж залізничні, у 4 рази, ніж перевезення автотранспортом (для порівняння, у Франції – 25 %, у США – 55 %). І це тільки один із напрямів, покращуючи який українські зерновиробники і трейдери підвищують свою конкурентоспроможність», – говорить Мягков.

Сьогодні успіх у агробізнесі досягається лише впровадженням передових технологій та бізнес-ідей, використанням досвіду успішних компаній. Такими дієвими інструментами в агробізнесі виступають логістичні технології в управлінні матеріальними потоками. Разом з тим недостатній рівень розвитку агрологістики та відповідної інфраструктури стає на заваді товаровиробникам у виході на світовий аграрний ринок.

Останнім часом в Україні досить успішно розвивається сегмент аграрного бізнесу. Проте одним із основних викликів для аграрного сектору залишається необхідність поліпшення умов ведення бізнесу, забезпечення підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва на внутрішньому та зовнішньому ринках. Так, розвиток виробничого і розподільчого агрокомплексу потребує розвитку відповідної ринкової та логістичної інфраструктури. Зростання експорту агропродукції в Україні потерпає від великих фінансових та часових втрат, в тому числі і через неефективне використання потенціалу логістики. Сучасна концепція логістики є не тільки інструментом транспортування, зберігання та розподілу продукції, але й бізнес філософією глобалізованого виробництва, в якому всі бізнес-процеси розглядаються через призму витрат, з метою їх управління, контролю й оптимізації.

Щороку перспективність аграрного бізнесу тільки підвищується, адже через постійне зростання населення у глобальному вимірі, збільшується і потреба в продуктах харчування. З причин обмеженості земельних ресурсів, агросектор представляє величезний потенціал для України, а агробізнес стає одним із найбільш перспективних секторів ринкової економіки [2]. Для галузей, що пов'язані з виробництвом засобів праці й з процесами

переробки, а власне й для сільського господарства особливо актуальне застосування концепції агрологістики, – ефективного управління товарорухом аграрної продукції від місця її безпосереднього збору до кінцевого споживача. Таким чином, одним із завдань ефективного функціонування агрологістики – є зменшення частки логістичних витрат у вартості матеріального потоку аграрної продукції, оскільки логістична складова у вартості, наприклад зерна, в Європейських країнах становить 12-16 %, у США – 9 %, а в Україні цей показник – близько 35 % [1]. Такі співвідношення фокусують увагу на реальному і потенційно можливому стані розвитку логістичної інфраструктури у агросекторі.

Невід’ємною складовою загального потенціалу суб’єкта підприємницької діяльності є логістичний потенціал. Ґрунтуючись на системному підході щодо визначення логістичного потенціалу, його поняття слід розкривати як сукупну спроможність логістичної системи забезпечити довгострокове функціонування і досягнення стратегічних цілей підприємства з урахуванням мінімізації загальних логістичних витрат. Концепція логістики може генерувати певні корисні результати як на рівні інтеграції логістичних функцій, так і на рівні інтеграції логістичних процесів, сфер діяльності тощо. Морський та річковий транспорт мають найнижчі показники з перевезення агропродукції, що в свою чергу свідчить про низький рівень розвитку та ефективності логістики внутрішніх водних шляхів в Україні, в той час як у більшості країн Європи вже давно оцінили усі переваги використання річкового транспорту в агробізнесі [6]. З огляду на низьку вартість транспортування водним шляхом, у Франції та Німеччині внутрішніми водними шляхами перевозиться від 40 % до 50 % зернових В Німеччині, як і в Україні, обмеження максимальної повної маси автомобілів – 40 т., на автошляхах створено соціальні контрольні пункти, які фіксують понаднормоване завантаження, ці операції автоматизовано. Автотранспорт рентабельний на відстані до 200 км – найчастіше використовується для доставки продукції від фермерських господарств до річкових терміналів [5].

Недоліки розвитку перевезень річковим транспортом пов’язані з цілим комплексом проблем. Серед них, основними стримуючими факторами інтенсивного розвитку річкового транспорту є: застаріла матеріально-технічна база, невисокий рівень механізації перевантажувальних робіт, значний фізичний і моральний знос річкових суден, недостатні обсяги перевезень з використанням системи «буксирштовхач/баржа», необґрунтовано завищені портові, каналні, корабельні та інші збори.

забезпечення агропромислового комплексу та розвитку агробізнесу.

Розбудова логістичної інфраструктури внутрішніх водних шляхів України дозволить оптимізувати логістичні витрати у ланцюгу постачання агропродукції. Стейкхолдери агробізнесу отримають економічні та соціальні вигоди, а саме можливість: заощадити на перевезеннях.

### Література:

1. Аграрний центр «Innovation». Стратегія: як вивести Україну на 2 місце у світовому експорті зернових. URL: <http://agroinnovation.in.ua/uastatti2.html>.
2. Платформа Geograf.com. Агропромисловий комплекс України. URL: <http://www.geograf.com.ua/human/schoolcourse/412-agropromislovij-kompleks-ukrajini>.
3. Інформаційний портал «Агробізнес сьогодні». Як ефективно організувати логістичний сервіс. URL: <http://agrobusiness.com.ua/agrobusiness/item/9211-valovij-zbir-zerna-v-ukrajini-u-2017-18-mr-sklav-61-3-mln-tonn.html>
4. Павленко О. Річкова інфраструктура повинна стати елементом аграрної логістики України /Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <http://minagro.gov.ua/node/16911>.
5. Асоціація аграрних перевізників України. В пошуках виходу. URL: <http://aaru.com.ua/category/article/>.
6. Вадатурський О. Як відродити річкову логістику. Онлайн-платформа Mind. Ua. URL: <https://mind.ua/openmind/20175991-yak-vidrodit-richkovu-logistiku>.

**УДК 338.4**

**Поцелуйко І.Ю.**

магістрант кафедри економіки та маркетингу

**Голованова М.А.**

к.т.н., доцент кафедри економіки та маркетингу

*Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського*

*«Харківський авіаційний інститут»*

*м. Харків, Україна*

### **МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ АГРОБІЗНЕСУ ТА СУЧАСНИХ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сучасні аграрні компанії прагнуть не просто стати лідерами в сфері агробізнесу, а бути такими у першу чергу для інвесторів, працівників, клієнтів. Вони ставлять перед собою мету зробити Україну ключовим постачальником якісної сільськогосподарської продукції на світовий ринок. Сучасні лідери агробізнесу застосовують високі стандарти ведення бізнесу, ефективно управління активами і ресурсами, їм властива чесність і прозорість, вони формують гарну репутацію підприємства і викликають довіру у бізнес-партнерів. В свою чергу чекають від своїх партнерів на всебічне сприяння для досягнення цілей.

Яке місце займають поліграфічні підприємства для просування агробізнесу?

Будь-яка сфера бізнесу не обходиться без рекламних заходів: всіляких презентацій, конференцій, симпозіумів, PR-акцій і виставок. Більш того, участь в подібного роду події є важливим і довгоочікуваним етапом в житті будь-якого підприємства. Однак багато хто забуває про те, що підготовка, а також виготовлення поліграфії для виставок – важливі організаційні питання, які дуже часто ігнорують.

Виставка являє собою чудову можливість заявити про себе, розповісти про свої конкурентні переваги і обзавестися новими партнерськими зв'язками. Багато компаній помилково вважають, що найголовніше – вибрати стенд і зайняти найбільш «вигідне» місце. Однак саме за допомогою поліграфії вдається налагодити комунікацію між організацією і клієнтом, або організацією і партнером.

Розглянемо яка саме поліграфічна продукція є найбільш популярною при проведенні виставок, в тому числі і агровиставок. Це – всілякі плакати, брошури та буклети – перше, на що звертають увагу на такого роду заходах. Тому почати підготовку до презентації слід з пошуку такого поліграфічного підприємства, яке застосовує сучасні цифрові поліграфічні технології і зможе повністю задовольнити вимоги замовника. Друкувати роздатковий матеріал слід в одному місці, щоб вся виготовлена продукція була витримана в єдиному стилі.

Поліграфія для участі у аграрній виставці може бути представлена у вигляді таких наборів:

- фірмові візитки (персональні і корпоративні);
- каталог продукції і рекламні брошури;
- фірмова папка для документів;
- блокноти з фірмовим логотипом та іншими атрибутами компанії;
- рекламні листівки та буклети;
- фірмовий паперовий пакет.

Такі поліграфічні набори є найбільш швидким способом ознайомити відвідувачів виставки з брендом агрокомпанії, її історією і основними напрямками діяльності. Звичайно, кількість згаданих пунктів може бути змінено або скориговано залежно від ваших особистих побажань. Іноді компанії доповнюють подібні комплекти різної сувенірною продукцією у вигляді фірмових ручок, календарів і т. п. Як би там не було, саме якість поліграфії грає важливу роль, позначаючи статус фірми і її успіх не тільки на виставці, а і у цілому у бізнесі.

Так, співпраця з аграрними компаніями повинна бути заснована на принципах чесності, прозорості, стабільності, це запорука успішних довгострокових партнерських відносин.

Агрокомпанії, виходячи на лідируючі позиції агробізнесу, пропонують тільки якісну сировину і продукцію, використовуючи сучасні наукові досягнення і високі стандарти виробництва.

В свою чергу сучасні поліграфічні підприємства для виготовлення поліграфічної продукції повинно використовувати якісні фарби, папір та картон; мати систему забезпечення і контролю якості продукції; проводити періодичне навчання і підвищення кваліфікації персоналу.

Як результат такої взаємодії, агрокомпанія отримує:

- поліграфічну продукцію з екологічно чистих і безпечних матеріалів;
- точне попадання в корпоративний колір pantone кожного наступного тиражу;
- яскраву, креативну, соковиту рекламну поліграфію;
- упаковку готової продукції зручними партіями і маркування.

Розглянемо аспекти такої взаємодії з боку інноваційності.

Агрокомпанія для того, щоб стати лідером в агросфері, використовує всі можливі наукові досягнення, інноваційні стандарти ведення бізнесу і виробництва, унікальні маркетингові інструменти.

В свою чергу поліграфічне підприємство велику увагу приділяє сучасним тенденціям в сфері поліграфії для агробізнесу, забезпечує агрокомпанії діловою, рекламною, пакувальною, етикетною, бланковою продукцією, допомагає з унікальними ідеями з розроблення їх дизайну.

Агрокомпанії розвивають агробізнес в Україні, забезпечуючи споживачів якісним товаром, а сучасні поліграфічні підприємства пропонують унікальні комплексні рішення партнерам аграріям.

**УДК 65.325**

**Рудік Н.М.**

доцент кафедри загальноекономічних дисциплін  
*ДВНЗ « Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## **РЕСУРСНЕ ТА ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА**

Садівництво є однією із найбільш інтенсивних та високотехнологічних сільськогосподарських галузей, тому при невисокому рівні виробництва плодів виникають великі труднощі з їх збутом, збереженням та переробкою плодів через нерозвиненість реалізаційної інфраструктури. Розвиток галузі потребує поєднання організаційно-економічних з технічними та технологічними чинниками; поліпшення використання наявних ресурсів підприємств та біокліматичного потенціалу регіонів завдяки впровадженню інтенсивних ресурсозберігаючих технологій вирощування плодово-ягідних культур, розширенню мережі підприємств спеціалізованих на виробництві плодів та ягід, удосконаленню розміщення садів, поліпшенню структури

сортового складу насаджень, розширенню переробки і зберігання продукції в місцях її вирощування.

Станом на початок 2019 року із 1800 підприємств, що представляють галузь садівництва – 1500 галузеві підприємства, які займаються безпосередньо виробництвом плодів і ягід, 200 – розсадники плодово-ягідних культур (серед яких більше половини не сертифіковані), та 110 підприємств, які займаються переробкою і консервацією плодово-ягідної продукції. Кількість працівників у промисловому садівництві, враховуючи тимчасово зайнятих у пікові періоди збирання врожаю, становить 60-65 тис. осіб.

Товарна структура промислового виробництва плодово-ягідної продукції в абсолютній більшості формується яблуками, які становлять більше половини валового урожаю, 30 % – кісточкові культури, тоді як інші культури лише її доповнюють.

Садівництво як галузь має ряд особливостей: фізичне прикріплення до землі, що потребує врахування при організації виробництва; потреба значних обсягів основних і оборотних фондів; основні засоби – плодово-ягідні насадження, вступають у плодоношення тільки через декілька років, а їх створення вимагає значних систематичних капітальних вкладень. Для створення 1 га саду, залежно від його типу, необхідно від 95 до 190 тис. грн. Цим об'єктивно обумовлена необхідність впровадження інтенсивних ресурсозберігаючих технологій вирощування плодово-ягідних культур.

За сортовим складом і товарним виглядом яблука вітчизняних виробників, не можуть конкурувати на європейському ринку на рівних, тому що технології післязбиральної доробки плодів для цієї культури відсутні.

Інтенсивне садівництво, створення високопродуктивних насаджень неможливе без якісного садивного матеріалу, внесеного у державний реєстр. Сорти які вирощуються в Україні переважно відносяться стандартів радянської селекції, тоді як глобальний ринок давно зорієнтований на загальнопоширені сорти сучасної селекції. Особливо перспективними у промисловому садівництві є технології отримання безвірусних базових клонів, оздоровлення їх в культурі *in vitro* та їх подальше прискорене розмноження класичними та біотехнологічними методами.

Використання сучасних досягнень науки дозволяє перевести вітчизняне садівництво на інноваційний шлях розвитку. Головною складовою успіху інтенсивного садівництва науковці вважають сади на карликових та середньорослих підщепах, оскільки вже за 2-3 роки після закладання вони гарантують отримання промислового врожаю.

Повне врахування всіх наявних ресурсів має вирішальне значення для підвищення ефективності виробничого функціонування садів і ягідників.

Великий ресурсний потенціал для високоефективного ведення товарного садівництва має Херсонська область. Її логістичний потенціал представлений двома міжнародними транспортними коридорами, які формують потоки країн Близького Сходу і Балканського півострова, а

також через Чорноморські порти з'єднують країни Європи з країнами Закавказзя і Сходу.

Природно – кліматичні умови Херсонщини, враховуючи географічне розміщення, дозволяють сільськогосподарським виробникам мати суттєві переваги у виробництві продукції садівництва. Область вирізняється найбільшими ресурсами тепла, що необхідно для галузі. При площі сільськогосподарських угідь області 1969,4 тис.га, з яких 90 % – рілля, сади зосереджені на площі 7,8 тис га, тому потенціал області використаний частково.

Світова тенденція розвитку галузі – формування насаджень переважно на карликових підщепах із великою кількістю рослин на одному гектарі. Такі технології вимагають обов'язкового зрошення з одночасним підживленням та системою інтегрованого захисту.

Площа зрошуваних земель Херсонської області, яка складає 21,6 % від зрошуваних площ в Україні, та сформований водогосподарський комплекс області, що представлений найбільшою в Європі мережею Північно-Кримського та Каховського магістрального каналів відкривають необмежені можливості інтенсивного розвитку галузі.

Головним ринком збуту вітчизняної продукції садівництва залишається Європейський Союз, де попитом користується не лише сировина, а й перероблена продукція. Більше половини вартості експортних поставок сухофруктів України спрямовані на країни ЄС, половину варених і заморожених фруктів споживають Польща, Італія та Нідерланди. Жодна країна не здатна повністю задовольнити свої потреби в усьому товарному асортименті переробленої продукції садівництва тому на неї існує стабільно високий попит, так наприклад ціна на сік вища в 4 рази.

В Херсонській області, як і в цілому в Україні, сорти яблук вітчизняної селекції потребують переробки оскільки у свіжому вигляді, особливо в період збирання, користуються обмеженим попитом.

За останній час в Україні набуває динамічного розвитку інфраструктура та технології післязбиральної доробки плодової, овочевої та ягідної продукції. Натепер в Херсонській області працює 11 великих підприємств з переробки плодово-овочевої продукції, потужність яких складає від 20 до 2000 тон на добу. Інфраструктура аграрного ринку представлена 53 об'єктами для зберігання плодово-овочевої продукції загальною ємністю 280 тис. т. В області налічується більше 10 спеціалізованих фруктосховищ, придатних для зберігання яблука, загальним обсягом понад 16,4 тис. т. Також функціонують підприємства, що їх переробляють: «Чумак», «Наш продукт», плодоовочевий комбінат «Херсон», «Реле», «Пані Крістіна», Південний консервний завод дитячого харчування ТМ «Карапуз», «Дніпро», та формуються оптово-роздрібні ринки.

Враховуючи особливості галузі садівництва для швидкого розвитку актуальною є державна підтримка виробників у частині компенсації витрат на закладку багаторічних насаджень. Відшкодування за підсумками

І півріччя 2019 отримають 112 українських садівників, на загальну суму 119,8 млн грн. Серед учасників програми 4 підприємства з Херсонщини: три з Білозерського та один – з Великоолександрівського району, які отримають 6,4 млн грн як компенсацію витрат за садивний матеріал.

Відтак основними напрямки розвитку садівництва є збільшення обсягів виробництва та реалізації плодів і ягід, за рахунок динамічного розвитку технологій післязбиральної доробки, зберігання та логістики, удосконалення взаємозв'язків з наукою, ефективного використання наявного ресурсного потенціалу садівничих підприємств.

### **Література:**

1. Галузева програма розвитку садівництва України на період до 2025 року. Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua>.
2. Статистичний щорічник України за 2017 рік / за ред. І.Є. Вернера. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 540 с.

**УДК 658.8:004:[634+635]**

**Сита Є.М.**

ст. викладач кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Успішне функціонування підприємства в умовах трансформації зовнішнього середовища вимагає постійної адаптації до змін, переорієнтації на потреби споживачів, що у свою чергу вимагає удосконалення системи управління підприємством та вибору пріоритетного напрямку розвитку. На думку багатьох вчених, цей напрям має бути пов'язаний з інноваціями.

Для виноробної галузі, яка відноситься до середньо- і низько технологічних галузей, впровадження нових технологій дозволяє підприємству суттєво зміцнити свої конкурентні позиції на ринку. Інноваційна діяльність, не зважаючи на її високий рівень ризиковості та невизначеності, розглядається як найважливіше джерело розвитку виноробного підприємства. Впровадження інновацій є високозатратним процесом, тому потребує належного управління. Інноваційна діяльність включає: виявлення проблем підприємства, здійснення інноваційного процесу, організацію інноваційної діяльності [1, с. 15].



Інноваційна активність підприємства характеризує здатність керівництва до процесу планування та впровадження стратегічних змін з метою підвищення економічної та соціальної ефективності функціонування підприємства.

Інноваційний шлях розвитку виноробної промисловості України пов'язаний зі значними труднощами, серед яких головними є високий рівень ризику та відповідні складнощі з пошуком джерел фінансування. Виноробні підприємства значно диференційовані за техніко-технологічним рівнем виробництва. На багатьох підприємствах галузі нестабільна робота в умовах кризових процесів, нестача власних коштів, недостатня підтримка інноваційної діяльності державою призвели до уповільнення темпів освоєння нової техніки, устаткування, обладнання, технологій в галузі, зменшуючи тим частку інноваційної продукції. Незважаючи на це, провідні підприємства та наукові заклади галузі вже нині демонструють певні успіхи у впровадженні інноваційних технологій та техніки у виробництво продукції та управління підприємствами [2, с. 49].

Сьогодні інноваційна діяльність це один з пріоритетних напрямів розвитку підприємства. Саме інновації дозволяють забезпечити підвищення ефективності функціонування та забезпечити стійкий розвиток підприємства у майбутньому.

Ефективність інноваційного розвитку підприємства обумовлена наявністю балансу різнонаправлених нововведень: технологічних (продуктових і процесних) та функціональних (маркетингових, організаційно-управлінських, екологічних, соціальних). Два типи інновацій (продуктові і процесні) не здатні існувати один без одного. Без застосування процесних (особливо технологічних) інновацій не може бути виготовлена інноваційна продукція, а сам інноваційний продукт слід вважати наслідком впровадження технологічних інновацій [1, с. 24].

Новим інструментом інноваційного розвитку виноробної галузі є винний туризм. У країнах ЄС винний туризм є широко розвиненим і представляє собою окремий вид спеціалізованого (тематичного туризму), пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією і культурою споживання виноробної продукції.

Винний туризм може включати в себе [3, с. 27]:

- відвідування виноградних плантацій, сільськогосподарських виноробних підприємств;
- ознайомлення з технологією виготовлення напоїв безпосередньо на виробництві;
- ознайомлення з історією виноробства, національних традицій вживання напоїв; відвідування спеціалізованих музеїв і виставок;
- відвідування дегустаційних залів і підвалів, дегустацію місцевих сортів винограду;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина;
- участь у винних фестивалях і тематичних святах;

- участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах, майстер-класах.

Винний туризм виступає певним інструментом підвищення ефективності функціонування підприємства за рахунок притоку вітчизняних та іноземних туристів у виноробні регіони. Для виноробних підприємств це спосіб привернути увагу до власної торгової марки, завоювати прихильність споживача шляхом ознайомлення його з винною колекцією та збільшити обсяги реалізації власної продукції.

### **Література:**

1. Бондаренко С.А. Типізація інновацій в забезпеченні балансу інноваційного розвитку виноробних підприємств// Економічні інновації, 2015, Випуск № 60 Книга III, с. 15-29

2. Лапін О.В., Чикунова Н.Ю., Богославська В.Б. Інноваційна складова в системі управління виноробних підприємств // Агросвіт № 23, 2016, с. 44-50

3. Винний туризм: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. – 472 с.

**УДК 338.43.01**

**Скворцов Р.А.**

здобувач вищої освіти четвертого рівня,

Науковий керівник: **Скворцова О.В.**

старший викладач

*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»,*

*м. Бердянськ, Україна*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГУ УКРАЇНИ**

На сучасному етапі становлення ринкової економіки України зростає роль удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств. Невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності виступає розуміння та використання концепції маркетингу в управлінні підприємством.

Розвиток маркетингу пройшов значну еволюцію: виникнувши як діяльність по розподілу і збуту товарів, маркетинг поступово перетворився на багатосторонню систему принципів, на основі яких підприємства можуть установлювати виробничо-економічні зв'язки зі своїми ринками [1]. Щодо маркетингової діяльності в сільському господарстві, то у науковій літературі існує декілька варіантів термінологічного визначення цього поняття. Найчастіше використовуються наступні дефініції: «маркетинг в агропромисловій сфері», «сільськогосподарський маркетинг», «агромар-

кетинг» тощо. Дж. Н. Девіс та Р. А. Голдберг увели поняття «маркетинг агробізнесу», під яким розуміють маркетингові операції від першого покупця до кінцевого споживача [2]. Російські науковці Ю. А. Ципкін А. Н. Люкшинов, А. А. Пакулина під агромаркетингом розуміють цілеспрямовану діяльність з прогнозування, планування, організації задоволення попиту споживачів на товари, послуги, ідеї у сфері сільськогосподарського виробництва, а також управління цими процесами [5, с. 12]. Американські вчені Р. Л. Колз та Дж. Н. Юл агромаркетинг визначають як сукупність всіх видів діяльності, що входять до процесу просування харчових продуктів і послуг, починаючи з сільськогосподарського виробництва і до того моменту, коли вони опиняться в руках споживачів [4, с. 19].

Маркетингова діяльність у сільському господарстві має свої особливості у співставленні з промисловим, банківським та ін. видами маркетингу. Це визначається особливостями самого сільського господарства, а саме: залежністю результатів від природних умов, різноманіттям форм власності, неспівпадінням робочого періоду та періоду виробництва, сезонністю виробництва та отримання результатів, участю державних органів у розвитку агропромислового комплексу та його галузей. Природні та економічні процеси у агромаркетинговій діяльності впливають один на одного і формують особливі умови для організації маркетингу. Перша особливість – служба маркетингу сільськогосподарського підприємства має справу з товаром першої життєвої необхідності, тому потрібно своєчасно, у певному обсязі та асортименті з урахуванням національних традицій, стану здоров'я споживачів задовольняти їх потреби. Друга особливість – неспівпадіння робочого періоду і періоду виробництва. У зв'язку з цим спеціалісти з маркетингу повинні вміти прогнозувати попит споживачів, ринкову кон'юнктуру і т.д. Крім того, сезонність виробництва сільськогосподарської продукції впливає на форми та методи агромаркетингу, визначає їх відмінність від форм та методів промислового маркетингу. Третя особливість – виробництво сільськогосподарської продукції визначається основним засобом і предметом виробництва – землею, її якістю та інтенсивністю використання. Все це впливає на обсяги, асортимент, якість продукції, надає агромаркетингу специфіку в процесі його організації та здійснення. Четверта особливість – більш висока адаптивність, самоорганізація і самоуправління системи агромаркетингу у співставленні з іншими видами маркетингу, що пояснюється особливостями попиту споживачів, гостротою конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції. П'ята особливість – більш низький рівень науки та мистецтва маркетингової діяльності у сільському господарстві в порівнянні з іншими галузями, відсутність науково обґрунтованих рекомендацій по застосуванню агромаркетингу [3].

Таким чином, агромаркетинг, як самостійний напрям сучасного маркетингу, являє собою складну і багатогранну підприємницьку діяльність, спрямовану на організацію руху сільськогосподарської продукції і готових продуктів харчування від товаровиробника до

споживача. Діяльність агромаркетингу орієнтована на задоволення потреб споживачів у отриманні якісної продукції, а товаровиробників – в одержанні прибутку та здобуття високих результатів ринкової діяльності.

### **Література:**

1. Артимонова І.В. Засади та напрями впровадження сучасної концепції маркетингу у практичну діяльність аграрних товаровиробників / І.В. Артимонова // Вісник Білоцерківського державного аграрного університету. – Біла Церква, 2009. – Вип. 63. – С. 136–140
2. Davis J.H. A Concept of Agribusiness [Text] / J. H. Davis, R. A. Gilbert. – Boston: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, 1957. – 136 p.
3. Долинський В.П., Долинський С.В., Дяченко І.Б. Особливості та розвиток підприємництва в аграрних і агропереробних підприємствах // Економіка АПК. – 2000. – № 2. – С. 46–55.
4. Колз Р.Л. Маркетинг сельскохозяйственной продукции [Текст] / Р.Л. Колз, Дж. Н. Ул. – М.: Колос, 2000. – 512 с.
5. Цыпкин Ю.А. Агромаркетинг [Текст] / Ю.А. Цыпкин, А.Н. Люкшинов, А.А. Пакулина. – М.: Мир, 2004. – 240 с.

**УДК 339.138**

**Соколова М.П.**

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: **Боліла С.Ю.**

доцент кафедри менеджменту організацій

*ДВНЗ Херсонський Державний Аграрний Університет*

*м. Херсон, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ В ГАЛУЗІ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА**

Інноваційний маркетинг – комплекс заходів з впровадження нових ідей і технологій та їх застосування для отримання фінансової вигоди, головним завданням і сутністю якого є забезпечення сталого розвитку, для цього бізнес-структура повинна планомірно розширювати асортимент своєї продукції, а також підвищувати рентабельність виробництва. Найбільш поширеним варіантом для вирішення цих завдань є розробка нових продуктів – при виведенні останніх на ринок компанія освоює нову товарну категорію, а також розширює свою виробничу лінійку.

Крім цього, інноваційний маркетинг передбачає: забезпечення переваг товарів, що виводяться на ринок; досягнення максимального рівня

прибутковості за допомогою мінімізації витрат ресурсів при випуску продукції; постійну роботу над підвищенням популярності бренду, авторитетом компаній; активний пошук нових постачальників, що пропонують більш вигідні умови співпраці; планомірну експансію компанії в нових для неї сегментах ринку; заохочення нових способів виробництва; випуск нових видів продукції і постійне удосконалення вже запусканих у виробництво товарів.

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному її рівню в країнах, що стали на шлях інноваційного розвитку. Особливе занепокоєння викликають низькі показники, що характеризують інноваційну діяльність у промисловості, стан якої безпосередньо впливає на темпи розвитку практично усіх галузей економіки, в тому числі і в галузі переробки. У 2017 році відбулося скорочення кількості підприємств галузі переробки, в тому числі і плодоовочевої продукції, що відбулося внаслідок значного скорочення інноваційно активних підприємств у середньо високотехнологічному секторі та середньо низькотехнологічному секторі [1, с. 20]. Діяльність інноваційного маркетингу поширюється не тільки на просування на ринок нових продуктів, але і на просування на ринок нових технологій. Як зазначено в [2, с. 109], нові технології (окрім ліцензій) можуть продаватися в формі: командирів на платній основі працівників носіїв відповідного ноу-хау; виконання замовлень на підрядні наукові розробки (дослідно-конструкторські і проектно-технологічні); надання інжиніринго-консультаційних послуг; продажу освітніх послуг, що мають на меті навчання персоналу замовника знанням і навичкам, які втілюються в нові технології тощо.

На основі аналізу ринку і ринкових можливостей інноваційного розвитку розробляють маркетингову стратегію створення і впровадження інновацій на ринок, сутність якої полягає в забезпеченні відповідності внутрішніх можливостей розвитку підприємства зовнішнім умовам як на даний момент, так і на перспективу. Важливу роль у цій стратегії відіграють нові методи і інструменти маркетингу, які підвищують шанси на сприйняття нової продукції споживачами, забезпечують можливості реалізації наявних конкурентних переваг і перемоги в конкурентній боротьбі. Діяльність зі створення і впровадження маркетингових інновацій впливає на продуктивність підприємства, його можливості виходу на нові національні і зарубіжні ринки [3, 4]. У цьому аспекті важливим є аналіз діяльності вітчизняних переробних підприємств плодоовочевої галузі з впровадження маркетингових інновацій.

Як зазначає Д. Креденс, кожен товар потребує своєї програми маркетингових заходів, яка відображає специфіку товару [5]. Маркетологи, що її розробляють, повинні мати комплекс знань і умінь у галузі створення цінності для покупців за рахунок надання їм нових продуктів вищої ніж у традиційних продуктів якості, розроблення новітніх інструментів і методів

просування і збуту продукції, комерціалізації інновацій, тощо. Тобто вони повинні вміти будувати і підтримувати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами.

Таким чином інноваційна діяльність підприємств, в тому числі і плодоовочевих, потребує відповідного маркетингового супроводу. За допомогою інструментів маркетингу визначають перспективні напрями приведення потенціалу підприємства у відповідність до умов зовнішнього середовища, які постійно змінюються. Тобто напрями створення і впровадження інновацій, які дозволяють адаптувати діяльність підприємства до змін умова зовнішнього макро- і мікросередовища. Аналіз наявних статистичних даних щодо застосування методів і інструментів маркетингу на інноваційних підприємствах показав, що маркетинг відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності їх інноваційної діяльності.

### **Література:**

1. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг : учебник . Донецк: ГНОМ-ПРЕСС, 2002. 462 с.
3. Пашута М.Т. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання: навч. посіб. К. : ЦНЛ, 2005. 118 с.
4. Серекін В.О. Оценка конкурентоспособности в инновационном маркетинге. *Маркетинг*. 2009. № 25. С. 27-33.
5. Кревенс Д. Стратегический маркетинг. Москва: Вильямс, 2003. 512 с.

**УДК 338:48**

**Андрєєв В.А.**  
здобувач СВО «Магістр»  
Науковий керівник: **Фролова Г.І.**  
к.е.н., доцент,  
доцент кафедри менеджменту  
*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*  
*м. Бердянськ, Україна*

### **КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ ДО ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПЛОДООВОЧЕВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ**

Перехід вітчизняного сільськогосподарського виробництва на ринкові відносини і глобалізація економіки вимагають від овочівників розширення діяльності в сфері маркетингових досліджень, перетворення овочів з

сировини в товар через сортування, упакування і етикетування, просування їх на ринок тощо. Втрати часу овочівника на технологію вирощування в сучасних умовах займає лише 25% робочого часу, а решту необхідно приділяти маркетингу.

Маркетинг – це система управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства, яка спрямована на досягнення прибутку. Основною метою маркетингу є забезпечення рентабельності підприємства, тобто визначення прибутковості у встановлених часових межах. Маркетингова діяльність в сільськогосподарській сфері, реалізується за допомогою таких основних механізмів: аналіз зовнішнього середовища підприємства; аналіз середовища споживачів; вивчення існуючих товарів і планування майбутніх; забезпечення гнучкої цінової політики; управління маркетинговою діяльністю як єдиною системою.

Андрощук І.М. вважає, що сільськогосподарський маркетинг як система повинна щонайшвидше впроваджуватися у формуваннях агропромислового комплексу. Інформаційне забезпечення, агромаркетингових досліджень, управління сільськогосподарським маркетингом, інфраструктура агромаркетингу, стратегічного і оперативного управління – підсистеми агромаркетингу. Комплексне, взаємоузгоджене функціонування всіх вищеназаних систем агромаркетингу забезпечує ефективну діяльність агропромислового бізнесу [1].

Нагальна необхідність розробки системи аграрного маркетингу назріла також у плодоовочевому підкомплексі АПК України, оскільки однією з передумов його розвитку є формування комплексності на основі системного підходу. Ця умова забезпечить цілісність плодоовочевої галузі на базі інтеграції технологічного процесу: вирощування посадкового матеріалу і плодоовочевої продукції – виробництво консервів та інших продуктів харчування із плодів та овочів – реалізація плодоовочевої продукції (як у свіжому, так і у переробленому вигляді).

Маркетинг у плодоовочевому підкомплексі розглядається як комплексна система заходів з організації управління виробничо-збутовою діяльністю, що базується на вивченні ринку плодоовочевої продукції з метою максимально можливого задоволення в ній потреб покупців. У функції маркетингу входять комплексне вивчення ринку, планування товарного асортименту, політика цін, реклама і стимулювання збуту, управління збутом і післяпродажним обслуговуванням.

У систему аграрного маркетингу входить не лише сфера виробництва, переробки і реалізації продукції, а також і галузі, які виробляють виробничі ресурси для плодоовочевого підкомплексу.

Кінцевою метою маркетингу є одержання максимального прибутку за рахунок розширення обсягів продажу виробленої продукції і послуг у результаті проведення цілеспрямованої збутової політики. Основними інструментами цієї політики будуть: аналіз структури і розмірів попиту на продукцію чи послуги в групах споживачів; розробка і організація

використання асортиментних програм виробництва з урахуванням попиту покупців; здійснення заходів з підвищення якості споживчих властивостей товару; забезпечення якнайшвидшого просування товару до покупців з використанням найбільш ефективних і зручних форм торгівельної діяльності; проведення рекламних заходів, що сприяють збільшенню попиту.

Водночас маркетинг передбачає не тільки орієнтацію на наявний попит, але і стимулювання виникнення потреб в нових товарах, тобто формування попиту споживачів. Результативність маркетингових заходів багато в чому визначатиметься своєчасним розробленням концепції і стратегії маркетингу, які охоплюють, крім збуту, всі процеси господарської діяльності, включаючи і технологічний процес виробництва. Таким чином, усі ланки виробництва і споживання визначають рівень конкурентоспроможності товарів та задоволення потреб замовників, і тільки в цих умовах можливе забезпечення адаптації господарської діяльності сільськогосподарських підприємств до змін ринкової ситуації. Маркетинг включає у свою сферу і процес управління господарською діяльністю [2].

Таким чином, умовою одержання підприємством комерційного успіху на ринку є орієнтація кінцевих результатів діяльності на потреби та запити кінцевих споживачів та забезпечення більш ефективного їх задоволення. Це означає, що підприємство для уникнення проблем збуту своєї продукції на ринку повинно постійно вивчати поведінку споживачів, їх вимоги, рівень задоволення потреб у конкретному продукті, мотиви покупки, товарну структуру ринку і т.п. і корегувати свою виробничу діяльність згідно з цими вимогами. Забезпечити виконання цього принципу можливо лише за умови впровадження маркетингової концепції у практичну діяльність підприємств плодовоовочевого підкомплексу.

### **Література:**

1. Андрощук І.М. Агроримаркетинг в підприємствах АПК [Електронний ресурс] / І.М. Андрощук. – Режим доступу: [http:// www.int-konf.org](http://www.int-konf.org). – Назва з екрану. (дата доступу 06.04.15).

2. Писаренко В.В. Маркетинг овочевої продукції (методичні і практичні аспекти): особливості вітчизняного і світового маркетингу овочевої продукції [Електронний ресурс] / В.В. Писаренко. – Режим доступу: [https://agromage.com/stat\\_id.php?id=305](https://agromage.com/stat_id.php?id=305). – назва з екрану. (дата доступу 07.09.2019)



**Хижа В.О.**

студентка кафедри економіки та маркетингу

**Голованова М.А.**

к.т.н., доцент кафедри економіки та маркетингу

*Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського*

*«Харківський авіаційний інститут»*

*м. Харків, Україна*

## **ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Цифрові технології стали незамінними в сучасному сільському господарстві. Вони революціонізують роботу на полях, заощаджують час, знижують витрати, підвищують урожайність і зменшують вплив на навколишнє середовище.

Експерти в області цифрових технологій очікують у найближчі роки сприятливі умови для цифрових технологій ведення сільського господарства. Згідно з опитуванням, проведеним RA Consulting Group [1] серед керівників компаній, що займаються наземними технологіями, світовий ринок цифрового сільського господарства до 2021 р. потроїться від теперішніх 5 млрд дол. США. Найбільший потенціал зростання експерти бачать у Північній Америці та Європі. Розглянемо результати опитування:

– майже 90 % підприємств очікують зростання обороту завдяки оцифруванню сільськогосподарських технологій;

– близько 65 % сільськогосподарських підприємств вважають, що найближчим часом доступ до даних і володіння ними буде в найбільшій мірі відповідати їх власним бізнес-моделям ;

– технологічні та сільськогосподарські інженерні компанії планують до 2021 року досягнути близько 14 % свого обігу продукції та послуг, пов'язаних з цифровим сільським господарством;

– менше третини галузевих компаній на сьогодні мають власний підрозділ цифрового сільського господарства.

Експерти галузі бачать три основних напрямки сільського господарства, де цифрові помічники будуть мати найбільше значення в майбутньому:

1) дані в режимі реального часу про погоду, зрілість культур, вміст поживних речовин у ґрунті та якість повітря для збільшення врожайності;

2) аналіз супутникових даних, метеостанцій і сільськогосподарської техніки для підвищення ефективності сільськогосподарських робіт;

3) цифрові програми для інформування фермерів про умови довкілля та стан сільськогосподарської продукції.

Все це дає компаніям нові можливості для дій і додаткові джерела доходу, які засновано на інтелектуальній, мережевій «аграрній екосистемі». Проте опитування також показало, що багато постачальників сільськогосподарських послуг і продуктів ще не готові до цифрової трансформації свого бізнесу. Тільки у чверті опитаних компаній [1] є структури для розвитку цифрового бізнесу. Це означає, що багато гравців на сільськогосподарському ринку вже втрачають зв'язок із сучасними напрямками розвитку, в той час як промислові сільськогосподарські гіганти вже давно використовують науково-технічний прогрес, вкладаючи мільйони в сільське господарство з цифровою мережею.

Що стосується органічної продукції, то споживачі все частіше готові платити за екологічно чисті продукти завдяки якості та екологічній стійкості, але прагнуть отримувати абсолютні гарантії таких продуктів. Перевага органічних продуктів полягає в тому, що вони є сертифікованими третьою стороною відповідно до чітко сформульованих правил співтовариства, легко відстежуються за допомогою цифрових технологій як з боку операторів, так і з боку споживачів. Відстеження має стати фундаментальним елементом для підтримки й підвищення репутації органічного сектора.

Для реалізації законодавства в такому напрямку необхідно, щоб кожна держава в Європейському просторі обладнала свою власну онлайн-платформу, пул усіх національних даних, яка, в свою чергу, має бути інтегрована у європейську.

Агропродовольчий сектор, і, зокрема, органічний сектор, можна розглядати відповідно до тенденції Blockchain, оскільки вже розпочато збір даних, які можуть бути інтегровані в виробничий процес сільськогосподарської продукції та в процес її просування [2], тобто телематичні платформи та інноваційні можливості Blockchain підтримують сільськогосподарський світ у питаннях продовольчої безпеки й захищають відносини зі споживачами, яким надається можливість, завдяки розвитку певних функцій, у повній прозорості переглядати всю інформацію, зібрану по ланцюжку, що відноситься до продукту.

Телематичні системи, нещодавно прийняті для відстеження органічних продуктів, будуть все більш тісно пов'язані з технологією Blockchain, новим Інтернетом транзакцій. Така цифрова інфраструктура стане корисною для управління базами даних, у широкому сенсі, без присутності органу управління даними і управління інформаційними потоками, але здатною гарантувати абсолютне відстеження, використовуючи ланцюговий процес, який додає кожен транзакцію (блок) до попередньої без можливості будь-яких змін.

Сучасні інтерактивні цифрові технології мають фундаментальні цінності для сільського господарства, найперше, біологічного, надають

змогу органічному агросектору, як на місцевому, так і на глобальному рівні, стати більш технологічним і інноваційним, з прямими економічними, соціальними, екологічними вигодами, що сприятиме зростанню репутації органічної агропродукції.

#### **Література:**

1. PA Consulting.com. URL: <https://www.paconsulting.com/> (25.07.2019).
2. Biologico: Anabio-Cia, migliorare tracciabilità con nuove tecnologie digitali. *Cia-Agricoltori Italiani*. 2018. URL: <https://www.cia.it/news/notizie/biologico-anabio-cia-migliorare-tracciabilita-con-nuove-tecnologie-digitali/> (8.08.2019).

# **СЕКЦІЯ 3. ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**УДК 657:338.43:004**

**Авраменко С.А.**

## **ГАРМОНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ТА СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ**

Шляхи вдосконалення фінансової звітності Прагнення України вступити до Європейського політичного, економічного та правового простору, утвердження її як впливової європейської держави та набуття повноправного членства в Європейському Союзі вимагають від неї відповідних змін у законодавстві, нормативно-правовому забезпеченні, зокрема щодо бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Сьогодні в світі країн світової спільноти намітилася тенденція посиленої уваги до проблем уніфікації бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Воно й зрозуміло: розвиток економічної інтеграції бізнесу потребує єдиних заходів у розумінні економічногосмислу показників які формують фінансову звітність.

Сьогодні зміни в українському законодавстві регулюючі її економічне життя повинні ще серйозніше опрацьовуватись у напрямку розроблених нормативів а саме податку на додану вартість податку на депозит місцевих зборів спрощеної системи оподаткування тощо.

Тобто для підвищення інформативності та якості фінансової звітності необхідновпровадити відповідні умови які були б спрямованими саме на ці цілі.

Отже, усунення суттєвих розбіжностей між обліковими системами країн Європейського союзу та світової спільноти обумовлено наступними факторами:

- необхідністю задоволення потреб зарубіжних кредиторів та інвесторів;
- забезпеченням облікової та аналітичної роботи транснаціональних компаній прозорою та якісною інформацією;
- можливістю спільного використання знань у галузі бухгалтерського обліку та інше.

Головне призначення облікової політики встановити найвигідніші для конкретного підприємства методи моделі обліку та на їх підставі скласти фінансову звітність. Визнаючи важливість формування облікової

політики для підвищення інформативності і прозорості фінансової звітності представляється доцільним розробка окремого стандарту присвяченого питанням формування облікової політики з викладенням мінімальних вимог щодо її змісту.

Облікова політика, якщо вона обрана правильно і обґрунтована охоплює всі складові бухгалтерського обліку і організаційну і методичну і технічну тому діапазон застосування облікової політики на практиці носить широкий характер тим більше якщо мова йде про розкриття даних бухгалтерського обліку для зовнішніх користувачів, що вимагає прозорості фінансової звітності.

Для цього була запропонована ціла система оціночних показників фінансової звітності як індикаторів діагностики їх якості. Виходячи зі зрозумілих причин регулювання бухгалтерського обліку в Україні історично відрізняється від підходів прийнятих в країнах ринкової економіки, але зараз нормативна база обліку зазнає суттєвих змін, які направлені на використання принципів, що складають основу міжнародної системи бухгалтерського обліку. Результатом змін з часом повинна стати мова обліку та порядок складання звітності однаково зрозумілий як міжнародним так і українським користувачам фінансової звітності.[1]

Визначаємо пріоритетні напрями підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю підприємств в Україні. До таких напрямів можна віднести:

- підтримання необхідного рівня власних оборотних коштів, які забезпечать поточну ліквідність та незалежність підприємства;
- підтримання ліквідності функціонуючого капіталу на оптимальному рівні передбачає підтримання визначеного співвідношення між групами залучених і власних оборотних коштів і їх розміщення;
- підприємство повинне мати гнучку структуру фінансових ресурсів, а також можливість залучати позикові кошти, тобто бути кредитоспроможним;
- забезпечення оптимальної структури активів і джерел їх покриття;
- досягнення та зміцнення конкурентних переваг шляхом покращення продукції, введення нової технології виробництва або кращої організації робочого процесу;
- ефективне формування, розподіл і використання фінансових ресурсів;
- врахування рівнів фінансових ризиків у виробничому процесі;
- забезпечення постійного зростання інтенсивності обороту грошових потоків;
- збалансованість доходів і витрат, збалансованість грошових потоків;
- зменшення дебіторської та кредиторської заборгованості.

Однак з поміж запропонованих заходів найбільш ефективний результат буде отримано при забезпеченні беззбиткової діяльності з постійним підвищенням прибутку на підприємстві, оптимізації щодо управління дебіторської і кредиторської заборгованості на підприємстві, використання нової фінансової стратегії котра буде ефективно впроваджена на підприємстві для покращення фінансової стійкості, постійно вдосконалювати методи праці,

стимулювати робітників за допомогою мотивації для подальшого збільшення продуктивності праці на підприємстві [2].

### **Література:**

1. Шляхи вдосконалення звітності *irbis-nbuv.gov.ua irbis\_nbuv/cgiirbis\_64*

2. Зміни в обліковій політиці <https://interbuh.com.ua/ua/documents/ib/9013/114076>

**УДК 657:338.43:004**

**Барабаш Л.В.**

кандидат економічних наук,  
доцентка фебри фінансів, банківської справи та страхування  
*Уманський національний університет садівництва*  
*м. Умань, Україна*

**Копитіна І.В.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів та оподаткування  
*Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*  
*м. Миколаїв, Україна*

### **ДЕРЖАВНА КРЕДИТНО-ПОДАТКОВА ПІДТРИМКА МАЛИХ ФОРМ АГРОПІДПРИЄМНИЦТВА**

Аграрний сектор України завжди був одним з основних елементів розвитку держави. Зокрема, протягом останніх років саме продукція сільськогосподарського виробництва становить понад 35 % обсягу товарів зовнішньої торгівлі, займаючи лідируючі позиції у структурі експорту [1]. Відтак сучасний економічний розвиток будь-якого підприємства, а особливо – аграрного, неможливий без раціонального використання фінансових ресурсів і підтримки з боку держави.

Державна підтримка аграрних підприємств може здійснюватися у різних формах: здешевлення кредитів, фінансування пріоритетних галузей, впровадження державних програм страхового захисту, оптимізація оподаткування тощо. З вищеперерахованих, у 2018 році в Україні державна підтримка аграрних підприємств реалізовувалася шляхом провадження державних програм з оптимізації кредитування та фінансування пріоритетних галузей і сфер сільськогосподарської діяльності [2]. Проте з кола державних програм виключена така складова, як страховий захист і, найголовніше, не відбулося жодних змін на пом'якшення в системі оподаткування аграрних підприємств.

Аграрні підприємства умовно можна поділити на великі, середні та малі. Причому у даному секторі економіки зазначена класифікація все ж має певні особливості. Так, великі аграрні підприємства можуть провадити діяльність у формі товариства з обмеженою відповідальністю й акціонерного товариства відкритого чи закритого типу, а також підприємства колективної форми власності – виробничі й обслуговуючі кооперативи. До середніх підприємств варто віднести приватні сільськогосподарські підприємства у формі юридичної особи, а також фермерські господарства, в основі яких лежить сімейна форма власності. Що ж до малих, то до них відносяться домашні господарства населення.

З точки зору державної підтримки в цілому й оподаткування зокрема, як показує досвід, певними привілеями можуть користуватися переважно великі, зрідка – середні аграрні підприємства. Однак малі форми аграрного господарювання такої можливості не мають.

Оподаткування останніх провадиться у формі стягнення плати за землю та податку на доходи фізичних осіб. Однак саме даний сегмент може бути цікавим як для внутрішнього, так і для зовнішнього ринку держави. Особливість малих форм агрогосподарювання полягає у реальній можливості провадити органічне виробництво чи вирощування нішевих сільськогосподарських культур. Відтак надання державної підтримки за визначених умов саме даному сегменту дозволить збільшити обсяги органічної продукції в регіонах.

Реалізація державної підтримки малого агропідприємництва можлива у всіх формах. Однак найдієвішими будуть кредитна, реалізаційна та податкова складові. Перша сприятиме закупівлі якісного виробничого матеріалу, адже наявність необхідної суми власних коштів у даному випадку не завжди присутня.

Друга є логічним продовженням першої, навіть може стати необхідною умовою: пільгові кредити в обмін на реалізацію продукції виключно державі.

Що ж до податкової підтримки, то вона має реалізовуватися за кількома напрямками. Так, наразі ставка звичайна податку на доходи фізичних осіб становить 18 % від суми отриманого доходу за вирахуванням податкової соціальної пільги. Окремо працевлаштовані громадяни сплачують єдиний соціальний внесок і військовий збір. Тож з метою формування страхового стажу для власників аграрних домогосподарств варто запровадити систему оподаткування ЄСВ+ПДФО. Тобто такі платники мають сплачувати з доходів реалізованої ними сільськогосподарської продукції (за мінусом витрат на виробничі матеріали) податок на доходи фізичних осіб за пільговою ставкою у розмірі 9 % та єдиний соціальний внесок за звичайною ставкою, виходячи з мінімальної заробітної плати, встановленої станом на 01 січня поточного податкового року. Такі умови можуть діяти лише у випадку реалізації продукції індивідуального виробництва або державі, або за контрактами у торгівельні мережі, у яких є угоди про ведення такої діяльності з відповідними державними органами.

За рахунок такої системи кредитно-податкової підтримки можливо зменшити рівень безробіття у сільській місцевості та дефіцит Пенсійного фонду, зацікавити молодь до провадження індивідуальної господарської діяльності та підняти якість продуктів харчування.

### **Література:**

1. Мовчан В. Торгівля на гальмі: що трапилося з українським експортом у 2018 році. Європейська правда. 06 березня 2019 р. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2019/03/6/7093612/>

2. Напрямки державної підтримки аграрного сектору у 2018 та 2019 роках: офіційний вебсайт Немирівської районної державної адміністрації. 08.01.2019р. [Електронний ресурс]. URL: <https://nemyriv-rda.gov.ua/index.php/3319-napriamky-derzhavnoi-pidtrymky-ahrarnoho-sektoru-u-2018-ta-2019-rokakh>

**УДК 657:338.43:004**

**Бибка О.М.**

здобувач СВО «Магістр»

Науковий керівник: **Кончаковський Є. О.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії  
та економічних досліджень

*Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна*

## **ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО СТАНУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Метою наукових досліджень проблематики облікового забезпечення удосконалення функціонального стану необоротних активів є систематизація методологічних засад, розробка методичних і практичних рекомендацій щодо удосконалення механізму нарахування, обліку й аудиту амортизації та ремонтів необоротних активів у аграрних підприємствах.

В умовах ринкової економіки первинне формування основних засобів, їх функціонування і розширене відтворення здійснюється за рахунок фінансових ресурсів, для формування яких використовуються власні, позикові та залучені кошти, акумулювання фінансових ресурсів суб'єктами господарювання та їх подальший розподіл буде сприяти оновленню основних засобів [2, 3, 6].

Особливу увагу слід приділити розумінню методів відтворення основних засобів. Відтворення для його раціоналізації має бути інтенсивним.



Для вирішення означених наукових завдань раціональними вбачаються такі пропозиції з поліпшення якості обліково-контрольного процесу:

– закріпити чітко в Наказі про облікову політику критерії поділу видів ремонтів на поточний та капітальний для полегшення їх розмежування працівниками бухгалтерії і вірного відображення на рахунках обліку також застосовувати різні методи амортизації для різних груп необоротних активів;

– для підвищення оперативності післяоглядового ремонту доцільно розробити і застосовувати Журнал реєстрації замовлень на терміновий ремонт. Це дасть можливість впливати на розмір витрат з проведення ремонту та на ефективне використання матеріальних і трудових ресурсів [1];

– у процесі вивчення практики впливу ремонтних робіт на економічні вигоди підприємства запропоновано наводити в інвентарній картці техніко-експлуатаційну характеристику об'єкта основного засобу в натуральних одиницях, яку необхідно перераховувати на чинні грошові вимірники, для визначення впливу ремонтних робіт на економічні вигоди від його використання, що підвищить достовірність інформації про функціональний стан об'єктів необоротних активів [4, 5];

– з метою створення єдиної інформаційної бази про вартість об'єктів основних засобів у бухгалтерському і податковому обліку доцільно на субрахунках рахунку 10 «Основні засоби» виділити окремі аналітичні рахунки, на яких обліковуватимуться основні засоби, на які не нараховується амортизація у податковому обліку, зокрема, безоплатно отримані активи, об'єкти, придбані за рахунок коштів цільового фінансування, основні засоби невиробничого призначення тощо;

– доведено, що скасування поняття амортизаційного фонду призвело до погіршення контролю за процесом відтворення та цільовим використанням амортизаційних коштів, що зумовило зниження фінансової дисципліни і погіршення ефективності капітальних вкладень. Облікове відображення коштів амортизаційного фонду доцільно за думками вчених вести на рахунках обліку коштів або 31 або 33;

– в Наказі про облікову політику доцільно визначити диференційований підхід до вибору методик амортизації, що будуть застосовуватися (прямолінійний метод амортизації доцільно застосовувати для амортизації основних засобів, знос яких не залежить від обсягу виробництва (будівлі адміністративного призначення, виробничі цехи); прискорену амортизацію доцільно застосовувати для машин та обладнання, якщо продуктивність обладнання в перші роки експлуатації значно вища ніж у наступні).

### Література:

1. Доценко О. В. Удосконалення обліку капітального ремонту основних засобів. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 8. С. 270-276.

2. Карчевська Г. Г. Особливості процесів відтворення основних засобів на промислових підприємствах. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drep\\_2013\\_2\\_27.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drep_2013_2_27.pdf) (дата звернення: 11.09.2019 р.)

3. Орлова В. К., Сенішак С. В. Амортизація як джерело формування власних обігових коштів і необоротних активів. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. 2007. № 1. С. 73–77.

4. Помилуйко Є. І. Амортизаційна політика в Україні : проблеми і перспективи вдосконалення. *Економічний аналіз*. Вип. 8. Ч. 1. 2011. С. 157-160.

5. Шем'якіна Н. В. Амортизація основних засобів: проблеми та методи вирішення : монографія. НАН України; Інститут економіки промисловості / Олександр Іванович Амоша (наук. ред.). Донецьк, 2009. 98 с.

6. Щирська О. В. Відтворення і новий підхід до амортизації основних засобів. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 5. С. 298-312.

**УДК 657:338.43:004**

**Бондаренко Н.В.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

**Власюк С.А.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

*Уманський національний університет садівництва  
м. Умань, Україна*

## **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ**

Аграрний бізнес має важливе значення для економіки України, оскільки тут формується майже третина ВВП, ця галузь є сировинною базою переробної, харчової, легкої промисловості та інших галузей національної економіки.

В Україні фінансування аграрної галузі залишається незадовільним, оскільки підприємства відчуваючи нестачу власних ресурсів та не маючи можливості брати дорогі банківські кредити, у більшості своїй залишаються низькорентабельними. Крім того, цільове фінансування сільського господарства є недостатнім через незначні обсяги бюджетних коштів на підтримку розвитку галузі та незбалансованість бюджетів.

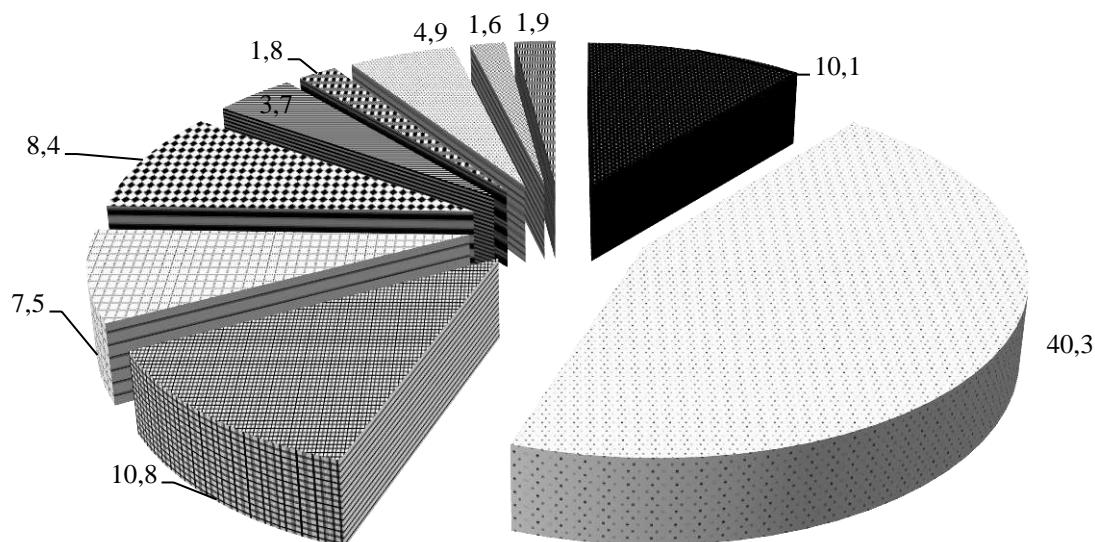
Важливим для фінансування аграріїв є збільшення ресурсної підтримки та спрощена система доступу коштів. У світовій практиці застосовують різні інструменти фінансового стимулювання підприємств: повернення частини коштів на сплату відсотків за кредитами та земельне-іпотечне кредитування; надання гарантій третіх осіб при кредитуванні; розвиток лізингу, що сприяє активізації інвестиційних вкладень в АПК; стимулювання інноваційної діяльності через венчурні фонди; надання

інвестиційного податкового кредиту; створення регіональних фондів кредитування МБ та розвиток кооперації [1].

Головними пріоритетними напрямками державної аграрної політики мають стати: розширення масштабів інтеграції дрібних фермерів із великими товарними господарствами, переробними, збутовими підприємствами та постачальниками ресурсів; радикальне зміцнення соціальної інфраструктури села; запровадження нових механізмів розподілу субсидій сільськогосподарським товаровиробникам, які орієнтують їх на сигнали ринку, а не на види виробничих субсидій; забезпечення прозорості процесу розподілу фінансової підтримки, рівноправна участь усіх товаровиробників в її отриманні та встановлення сумарних дотаційних обмежень на одного отримувача державних бюджетних виплат; застосування механізмів фінансової підтримки сільгосптоваровиробників шляхом субсидування ставки відсотка, надання гарантій під банківські позики чи прямі інвестиції, надання товарних кредитів, сільськогосподарської техніки в лізинг, підтримка кредитних кооперативів, страхування продукції тощо [10].

В аграрному виробництві розвинених країн світу широкого розвитку набула спеціальна система сільськогосподарського кредитування, орієнтована на специфіку сільського господарства. Відчутна особливість сільського господарства полягає в нестачі вільних фінансових коштів, високій капіталомісткості й порівняно низькій фондовіддачі, сезонності виробництва та значній тривалості виробничого циклу, залежності від природно-кліматичних умов. Усе це робить його менш конкурентоспроможним на ринку позикових капіталів. Про ситуацію в сільському господарстві можна судити за природою процесів, що відбуваються в інвестиційній галузі. Це визначений вказівник на загальне положення даного клімату всередині країни. Інвестиції – це об'єкти цивільних прав, що мають грошову оцінку, призначені (виділені) для внесення в будь-який об'єкт діяльності, що не носить протиправного характеру з метою отримання позитивного соціального ефекту (рис. 1) [3, с. 24-27].

По самій сутності інвестиції забезпечують механізм, потрібний для фінансування, росту і розвитку економіки держави. Якщо країна зацікавлена в сталій і потужній економіці, то воно зобов'язана на законодавчому та виконавчому рівнях створити сприятливий інвестиційний клімат. В умовах низької рентабельності аграрного виробництва формування власних резервів підприємствами мало для покриття витрат у випадку настання факту ризику. Тоді потрібно залучати зовнішні джерела фінансування для таких ситуацій які трапляються непередбачувано. Також на даний момент втримується слабка розвиненість торгівлі на біржах, що стримує використання фінансових інструментів мінімізації цінових ризиків. Вирішення даних прогалин дозволить знизити ризики інвестування у аграрну галузь.



- Сільське господарство
- ▨ Промисловість
- ▩ Будівництво
- ▧ Торгівля, ремонт
- ▦ Транспорт
- ▨ Інформація та комунікація
- ▩ Фінансова та страхова діяльність
- ◊ Опореції з нерухомим майном
- ⊗ Професійна, наукова та технічна діяльність
- ▩ Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування

**Рис. 1. Інвестиції за видами економічної діяльності за січень-червень 2019 року [4]**

Система державної підтримки аграрного виробництва має бути спрямована на створення умов для їх об'єднання в ланку аграрних відносин, оскільки через малу кількість ресурсів їх позиції на ринку є нестабільними.

Становлення прозорої та відкритої поведінки в Україні продукує клімат для притоку як зарубіжних так і вітчизняних інвестицій в аграрне виробництво. Одним із таких джерел фінансування аграрної галузі може стати відновлення кредитної кооперації. Але воно вимагає з боку держави надання цільової допомоги у вигляді дешевих банківських позик.

#### Література:

1. Scaling Up Access to Finance for Agricultural SMEs Policy Review and Recommendations. International Finance Corporation, 2011. 84 p.
2. Національна стратегія розвитку «Україна–2015» : [громадсько-політичне об'єднання «Український форум»]. К. : Літера А, 2008. 72 с.
3. Литовченко М.В. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням активізації процесів злиття і поглинання підприємств в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 24 (груд.). С. 24-27.
4. Офіційний сайт державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Демчук О.М.

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
м. Мелітополь, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ (НАВЧАЛЬНИХ) ПІДПРИЄМСТВАХ ВНЗ**

Облік в сільськогосподарських (навчальних) підприємствах ВНЗ є однією з найскладніших ділянок бухгалтерського обліку бюджетних установ, а виконання кошторису доходів та видатків є основним завданням бюджетних установ щодо кінцевого результату (звітного періоду) діяльності. Відповідно, значна увага зосереджується на використанні (витратах) державних ресурсів, у тому числі бюджетних коштів. Процес управління виробничими витратами сільськогосподарських (навчальних) підприємств ВНЗ є одним із найголовніших, найактуальніших та найскладніших для кожного суб'єкта державного сектору, тому що від динаміки рівня витрат залежать фінансові результати установи та її окремих підрозділів, а також формування національного доходу на рівні держави. Фінансове забезпечення бюджетних установ визначає обсяги та рівень надання ними послуг населенню. Зважаючи на постійний дефіцит коштів у цій сфері важливо налагоджувати систему максимального використання внутрішніх резервів зростання ефективності. В цьому контексті економія та зниження витрат виступає однією з найважливіших задач, яку можна вирішити завдяки розробці дієвої системи обліку [1]. Поняття виробництва в сільськогосподарських (навчальних) підприємствах ВНЗ має свою специфіку, оскільки виробничими підрозділами виступають окремі види виробництв по створенню матеріальних чи інтелектуальних цінностей в порядку виконання основного призначення установи. Так виробничими підрозділами вважаються колектив науковців, що виконують науково-дослідні роботи за господарськими договорами, учбові майстерні, підсобні сільські господарства. В цих підрозділах створюється продукція, яка є готовою до використання. Вона може продаватись, передаватись на потреби установи чи інше. В сільськогосподарських (навчальних) підприємствах ВНЗ доцільно застосовувати наступні методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції з визначенням конкретного об'єкта: позамовний (окреме індивідуальне замовлення, окремий контракт (проект) або партія продукції); попередільний (певна сукупність технологічних операцій); попроцесний (період технологічного процесу при відсутності незавершеного виробництва) [2].

Склад собівартості продукції сільськогосподарських (навчальних) підприємств ВНЗ регулюється НП(С)БОДС 135 «Витрати». Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітної періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат [3]. Бухгалтерський облік витрат займає особливе місце в системі управління, оскільки на основі облікових даних попередніх періодів здійснюється процес планування господарської діяльності, аналіз і контроль досягнутих результатів, регулювання виявлених відхилень з урахуванням обсягів випуску продукції та визначення її собівартості [4]. Для обліку процесу відображення виробничих витрат та формування собівартості виробленої продукції сільськогосподарських (навчальних) підприємств ВНЗ призначений рахунок 81 «Виробничі витрати», що має відповідні субрахунки. По дебету його відображаються витрати, а по кредиту – надходження продукції, переданих замовникам виконаних робіт. Для обліку доходів отриманих від реалізації продукції та послуг призначений рахунок 71 «Доходи від реалізації продукції, виробів і виконаних робіт». Грошові кошти, що їх отримують від реалізації виробленої продукції та послуг відносяться до власних надходжень по групі «Кошти отримані як плата за послуги». За даними типової кореспонденції субрахунків бухгалтерського обліку витрати на оплату праці відображаються на рахунку 8111, нарахування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – на рахунку 8112, передача матеріалів і продуктів харчування в переробку – на рахунку 8113, нарахування амортизації на необоротні активи на рахунку 8114 та інші витрати відображаються на рахунку 8115 [5].

Отже, впровадження процесу управління виробничими витратами дозволить поліпшити раціонально розподіляти і використовувати ресурси, оптимізувати витрати установи і запровадити дієвий оперативний контроль за процесом формування прямих виробничих і загальновиробничих витрат.

### **Література:**

1. Хорунжак Н. М. Облік в управлінні витратами бюджетних установ: монографія / Н. М. Хорунжак. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 237 с.
2. Ловінська Л. Г. Методологічні аспекти обліку собівартості продукції суб'єктів державного сектора / Л. Г. Ловінська, Є. В. Калюга // Science Rise. – 2015. – № 9(1). – С. 24-28
3. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.kmu.gov.ua/>.
4. Скрипник М. І. Розвиток бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю витрат та калькулювання собівартості продукції : монографія / М. І. Скрипник. – Житомир, 2011.

5. Типова кореспонденція субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів та державними цільовими фондами, затверджена наказом МФУ № 1219 від 29.12.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/tipova-koresp-subrahubkiv/>.

**УДК 651.17.21**

**Дубініна М.В.**

д-р екон. наук, професор,  
зав. кафедри обліку і оподаткування

**Ксьонжик І.В.**

д-р екон. наук, доцент,  
*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ДЕРЖАВНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Останніми роками державні аграрні підприємства істотно розширюють сферу своєї діяльності, активно залучаючись до системи ринкових відносин з подальшим додержання основних принципів державного фінансового забезпечення. Окрім того, номінальне управління замінюється реальною системою заходів і методів впливу, що мають на меті створити оптимальні умови функціонування та життєдіяльності підприємства державного сектору.

Відтак роль бухгалтерського обліку в державному секторі, як однієї зі складових процесу управління, значно зростає, причому на рівень його контрольної функції, що раніше переважала, підвелися управлінська й інформаційна функції.

Проте бухгалтерський облік у державних аграрних підприємствах – це складна система, яка, у свою чергу, потребує розробки відповідного механізму оптимізації та раціонального функціонування. Ідеться про специфічний вид діяльності з управління обліковим процесом в державному секторі – організацію бухгалтерського обліку.

Стратегією модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 роки [1], і Стратегією розвитку системи управління державними фінансами [2], передбачено низку заходів з удосконалення системи організації бухгалтерського обліку в державному секторі.

Ці заходи дозволяють виокремити наступні основні напрямки організації бухгалтерського обліку у державних аграрних підприємствах:

- організація облікових номенклатур;
- організація вибору носіїв інформації;
- організація фіксування інформації на відповідних носіях;
- організація руху носіїв облікової інформації;
- організація системи підготовки та підвищення кваліфікації бухгалтерів і аудиторів в державному секторі;
- організація забезпечення облікового процесу;
- організація уніфікованої інформаційно-аналітичної облікової системи ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності суб'єктами державного сектору.

Відповідальним за організацію бухгалтерського обліку у державних аграрних підприємствах є уповноважений орган, який здійснює керівництво таким суб'єктом господарювання. До його функцій входить забезпечення облікового процесу та формування облікового апарату. Обліковий процес полягає в реєстрації господарських операцій в момент їх здійснення (якщо це неможливо, то відразу після їхнього здійснення), оформлення первинних документів та реєстрації господарських операцій в бухгалтерії, відображення операцій у формі подвійного запису на рахунках бухгалтерського обліку, узагальнення облікової інформації в реєстрах. Завершальним етапом облікового процесу є складання на підставі даних бухгалтерського обліку звітності [3].

Керівник бюджетної установи зобов'язаний створити всі необхідні умови для правильної організації та ведення бухгалтерського обліку, забезпечити неухильне виконання всіма підрозділами, службами і працівниками, які причетні до бухгалтерського обліку, правомірних вимог бухгалтера з дотримання порядку оформлення і подання до відображення в обліку відповідних документів.

Відповідають за несвоєчасне складання первинних документів та реєстрів бухгалтерського обліку, а також недостовірність відображення у них даних особи, які склали і підписали ці документи [4, с. 189].

Відповідальність за забезпечення фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах, збереження оброблених документів, реєстрів і звітності протягом встановленого терміну, але не менше трьох років, несе уповноважений орган (посадова особа), який здійснює керівництво державним аграрним підприємством.

### **Література:**

1. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 роки : постанова Кабінету Міністрів України від 16 січня 2007 р. № 34.

2. Стратегія розвитку системи управління державними фінансами : розпорядження Кабінету Міністрів України від 01 серпня 2013 р. № 774-р

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. зі змінами і доповненнями



[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

4. Дідик А.М. Бюджетні установи: облік, оподаткування та звітність : навч. посібн. / А.М. Дідик, В.І. Лемішовський. – Львів: видавництво “Апріорі”, 2017. – С. 189.

**УДК 338.4:658.5**

**Єгорова О.В.**

доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень  
*Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна*

### **РИЗИКИ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ ЯК ОБ’ЄКТ ОЦІНКИ ТА УПРАВЛІННЯ**

Підприємництво в умовах конкуренції неминуче пов’язане із ризиком. Плодоовочівництво є однією з найбільш ризикових галузей, передбачити успішність результатів в якій майже неможливо, оскільки результати діяльності значно залежать від зовнішніх (природних, конкурентних та інших) умов.

До основних видів підприємницьких ризиків, що характерні для вітчизняного плодоовочівництва, відносяться :

1. Природно-кліматичні ризики – є основним видом галузевого ризику, оскільки результати господарської діяльності майже повністю залежать від погодно-кліматичних умов, природних стихійних явищ та біологічних процесів, які не можливо передбачити та важко контролювати. Можливі небезпечні погодні явища призводять до втрат урожаю.

2. Екологічні ризики пов’язані з ймовірними грошовими та продуктовими втратами внаслідок погіршення стану навколишнього середовища. Прямими наслідками негативного впливу екологічних ризиків є скорочення кількості продукції, що виробляється, зниження її якості та втрати внаслідок сплати штрафів за забруднення навколишнього середовища.

3. Виробничі ризики є наслідком недотримання технологій через незабезпеченість технікою, засобами захисту рослин, добривами тощо [1].

4. Ризики низької конкурентоспроможності – можуть бути викликані нездатністю конкретного підприємства конкурувати на ринку певної продукції внаслідок нешвидкого, консервативного реагування на мінливі умови ринку, трансформацію попиту на продукцію, монополію великих агрохолдингів, демінування конкурентів, більш високого рівня цін на продукцію порівняно із імпортованими товарами тощо. Ризики

конкурентоспроможності в рослинництві виникають внаслідок природної обмеженості сільськогосподарських угідь при необхідності збільшення випуску продукції; ризики тривалості відтворювального циклу (для створення нового плодоносного саду – більше п'яти років, нового винограднику – більше трьох років і т. п.) [2].

5. Ризики більш повільного впровадження науково-технічних інновацій в галузь порівняно з промисловістю. Тривалий період розробки найбільш властивий для інновацій, пов'язаних з біологічними процесами.

6. Ризики нерівномірності використання ресурсів у зв'язку з сезонністю виробництва. Сезонність агровиробництва обумовлює коливання протягом року потреб в оборотних коштах, техніці, трудових ресурсах. Вивільнення грошових коштів з кругообігу відбувається лише в період реалізації продукції, що зумовлює необхідність залучення позикового фінансування.

7. Ризики персоналу, що пов'язані із «людським фактором». Для аграрних підприємств досить гостро стоїть питання якісного рівня забезпечення персоналом, зацікавленості та відповідальності працівників за результати своєї роботи.

8. Транспортні ризики, пов'язані з перевезеннями вантажів автомобільним, залізничним, повітряним, морським, річковими та іншими видами транспорту. властиві Втрати при транспортуванні неминучі для всіх видів продукції, але багато видів плодоовочевої продукції є малотранспортабельними.

9. Адміністративно-законодавчі ризики, пов'язані із можливістю зростання податкового та іншого тиску на виробників продукції, прийняття законів та нормативно-правових актів, що знижують ефективність функціонування галузі. Нестабільність та непередбачуваність правового поля і, зокрема, податкового законодавства в Україні є одним з основних стримуючих факторів для розвитку підприємництва.

10. Ризики обмеженої привабливості сільського господарства для інвесторів (ризики неотримання позикового фінансування), обумовлені як вищезгаданими особливостями, так і неможливістю набути право власності на землі сільськогосподарського призначення. Багато інвесторів бажають вкладати гроші в землю, але в Україні в даний час вона не є об'єктом купівлі-продажу.

11. Кредитні ризики. Високі ставки за кредитами суттєво знижують ефективність діяльності аграрних підприємств та підвищують ризик їх неповернення. У багатьох випадках отримані сільськогосподарськими виробниками кредити не можуть бути своєчасно повернені.

Успішність діяльності в галузі забезпечується не уникненням ризиків, а їх оцінкою та адаптацію підприємства до умов зовнішнього та внутрішнього середовища. Отже, досягнення високого рівня конкурентоспроможності у плодоовочівництві неможливе без управління підприємницьким ризиком.

## Література:

1. Жмурко І. Ризики в аграрному секторі та необхідність їх страхування [Електронний ресурс] / І. Жмурко // Економічний дискурс. – 2017. – Вип. 1. – С. 42–49. – Режим доступу: [http://sophus.at.ua/ED\\_2017\\_1/zhmurko\\_inna\\_riziki\\_v\\_agrarnomu\\_sektori\\_ta\\_neobkhi.pdf](http://sophus.at.ua/ED_2017_1/zhmurko_inna_riziki_v_agrarnomu_sektori_ta_neobkhi.pdf).

2. Лобова О. Ефективність страхування ризиків підприємницької діяльності в аграрному секторі [Електронний ресурс] / О. Лобова // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Економіка. – 2014. – Вип. 3. – С. 70-76. – Режим доступу: [http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/156\\_70-77.pdf](http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/156_70-77.pdf).

3. Чуприна І. В. Поняття та класифікація ризиків в підприємницькій діяльності [Електронний ресурс] / І. В. Чуприна // Збір. наук. праць ВНАУ. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 3(70). – С. 187-194. – Режим доступу: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/812.pdf>.

**УДК 657:338.43:004**

**Калюжна Я.Р.**

здобувач СВО «Магістр» денної форми навчання

Науковий керівник: **Кончаковський Є.О.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії  
та економічних досліджень

*Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна*

## **ПОДАТКОВІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ**

У світлі нормативних змін регламентів освіти та зміни назви спеціальності «Облік і аудит» на «Облік і оподаткування» аспекти податкового обліку актуалізуються при виконанні кваліфікаційних дипломних робіт здобувачів вищої освіти за означеною спеціальністю.

Щодо обліку товарної дебіторської заборгованості – його податкові аспекти проявляють себе при визначенні бази оподаткування податку на прибуток. Так, у Податковому кодексі (далі – ПКУ) термін «безнадійна заборгованість» стосовно дебіторської і причини її виникнення визначено пп. 14.1.11 п. 14.1 ст. 14 ПКУ [1]. Виходячи з цих критеріїв, ідеться про заборгованість, ймовірність стягнення якої втрачено через різні обставини. однією з них є строк позовної давності та вона відноситься до витрат з ціллю оподаткування.

Строк позовної давності – це строк, протягом якого кредитор може звернутися до суду з вимогами про стягнення боргу з боржника. Цей строк

у загальному випадку становить три роки згідно з Цивільним кодексом України [2] або 1095 днів згідно з пп. 102.1 статті 102 ПКУ.

До ознак безнадійної заборгованості належить дебіторська заборгованість, яка виникає у платника податку – продавця внаслідок недостатності активів покупця, до якого застосовуються процедури банкрутства або внаслідок списання такої заборгованості у випадку укладення мирової угоди. Регулювання такої безнадійної заборгованості здійснюється абзацами «в», «г» пп. 14.1.11 пункту 14.1 статті 14, пп. 159.1.6 пункту 159.1 статті 159 ПКУ, а також законодавством з питань банкрутства [1].

У податкових розрахунках прибутку підставою для включення сумнівної та безнадійної заборгованості до складу доходів і витрат є пп. 135.5.5, пп. 135.5.12 п. 135.5 ст. 135; абзац «е» пп. 138.10.2 та пп. 138.10.6 п. 138.10 ст. 138; пп. 138.12.1 п. 138.12 ст. 138 [1].

Порядок урегулювання сумнівної та безнадійної заборгованості визначено у Податковому кодексі у п. 159.1 ст. 159 «Безнадійна та сумнівна заборгованість». Дебіторська, сумнівна або безнадійна заборгованість може виникнути як у продавця товарів, робіт, послуг, так і у їх покупця.

У платника податку – продавця сумнівна дебіторська заборгованість виникає, якщо він відвантажив товар, виконав роботи, надав послуги, а покупець порушив строки оплати по договору. У платника податку – покупця дебіторська заборгованість виникає у тому випадку, коли він перерахував попередню оплату продавцю, а той порушив договірні строки поставки товарів (робіт, послуг).

Правила регулювання сумнівної заборгованості у підпункті 159.1 статті 159 стосуються ситуації, коли відвантажено товари (роботи, послуги) і за них не отримано вчасно оплату, тобто заборгованість має грошовий вираз. У пп. 136.1.1 п. 136.1 ст. 136 та пп. 139.1.3 п. 139.1 ст. 139 наведено, що отримані та перераховані аванси за товари (роботи, послуги) не включаються до складу доходів і витрат для розрахунку оподаткованого прибутку, напевно, тому аванси у порядку регулювання сумнівної і безнадійної заборгованості не застосовуються [1]. Розглядається дебіторська заборгованість у платника податку – продавця, покупець виступає як боржник, тому далі будемо використовувати такі терміни: платник податку – продавець (кредитор), платник податку – покупець (дебітор).

Загалом, згідно з п. 159.1 ст. 159, порядок урегулювання сумнівної заборгованості здійснюється у продавця (кредитора) шляхом одночасного зменшення доходів на вартість відвантажених товарів (робіт, послуг) та водночас витрат у сумі собівартості таких товарів (робіт, послуг), внаслідок чого зменшується сума прибутку, яка оподатковується. Як заходи щодо стягнення боргу з покупця (дебітора) – зменшуються витрати на суму невчасно сплаченої заборгованості, що зумовлює збільшення оподаткованого прибутку. Умови, завдяки яким відбуваються зміни доходів і витрат у продавця (кредитора) і витрат у покупця (дебітора), розглянемо докладніше.

У випадку виникнення сумнівної дебіторської заборгованості у сумі вартості відвантажених товарів у поточному або попередніх звітних податкових періодах платник податку – продавець (кредитор) має право зменшити дохід на цю суму та одночасно повинен зменшити суму витрат цього звітного періоду на собівартість таких товарів (робіт, послуг). Таким чином, у продавця у звітному періоді зменшиться сума оподаткованого прибутку за рахунок означених змін у доходах і витратах (собівартості) товарів (робіт, послуг).

Продавець має право зменшити дохід та відповідну суму витрат до закінчення терміну позовної давності, якщо він провів позовну роботу щодо дебітора-покупця (п. 159.1.1 а), б)):

- звернувся до суду з позовом про стягнення боргу з покупця;
- ініціював провадження справи про банкрутство покупця;
- нотаріус вчинив виконавчий напис про стягнення заборгованості з покупця або стягнення заставленого майна (крім податкового боргу) [1].

### **Література:**

1. Податковий кодекс України : кодекс від 02 груд. 2010 р. (зі змінами і доповненнями) № 2755-VI. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення 10.09.2019 р.).

2. Цивільний кодекс України : кодекс від 16 січ. 2003 р. (зі змінами і доповненнями) № 435-IV. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення 10.09.2019 р.).

**УДК 336.1**

**Кємова Я.Р.**

здобувач вищої освіти 2 курсу  
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Кузьома В.В.**

к.е.н., доцент

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Аграрне виробництво є одним із найбільш ризикованих видів підприємницької діяльності. Ризиковість аграрного бізнесу визначають такі фактори, як: сезонність виробництва, залежність від погодних та кліматичних умов, тривалий період обороту капіталу, велика складність зміни асортименту

продукції та технології, та інші. Дане твердження справедливе для сільського господарства всіх без винятку країн світу, але особливо вразливими є ті країни, економіка яких розвивається або перебуває в процесі трансформації. Аграрні реформи та становлення ринкових взаємовідносин, зміна форм власності та форм господарювання значно збільшують ступінь невизначеності соціально-економічних процесів в аграрному бізнес-середовищі і, відповідно, підсилюють вплив ризиків на бізнес.

Облік фінансової діяльності є відносно новим об'єктом для вітчизняного обліку, тому при його організації орієнтуються, а часто й запозичують зарубіжний досвід. Це стосується як категоріального апарату, так і методики формування показників фінансової діяльності для менеджменту та фінансової й інших видів звітності. Зокрема Т.Е. Беялов вказує, що «...у західних країнах накопичено значний досвід створення, розвитку, управління та обліку підприємствами. Організаційні та правові засади управління у різних країнах виявляють як схожі риси, так і помітні відмінності. Ці відмінності значною мірою пов'язані з історичним розвитком і особливостями національного менеджменту, визначаються станом розвитку виробництва та фінансових ринків окремих країн, обумовлені законодавчим регулюванням фінансової діяльності, власності та корпоративного управління. У результаті взаємодії вказаних чинників у різних країнах існують різноманітні організаційно-економічні форми й моделі управління фінансами підприємств» [1, с. 8].

Із появою на ринку технологій, які дозволяють отримувати інформацію про маршрути руху техніки, погоду, врожайність, стан посівів, внесення добрив тощо, абсолютно передбачуваною стала і поява технологій, які дозволяють аналізувати ці величезні дані. Успішні компанії, які не перший рік інвестують ресурси у різноманітні інструменти для роботи з великими обсягами даних прийшли до висновку, що єдиний ефективний варіант – це використання технології машинного навчання (штучного інтелекту) для обробки Big Data, а роль людини у цьому процесі має бути мінімальною. Доцільний вихід – навчити машину самостійно обробляти терабайти даних, що вже сьогодні ефективно працює. Дієвим прикладом використання таких технологій демонструє Китай [2].

Застосування інформаційних технологій підвищує продуктивність й ефективність управлінської праці, дозволяючи по новому вирішувати багато завдань. Наприклад, інформаційні технології дозволяють зберігати величезну кількість даних (які людина просто не може запам'ятати), аналізувати їх, і на основі результату, пропонувати найбільш ефективні рішення певних задач, які б мінімізували витрати і максимізували прибутки аграрних підприємств [3, с. 198-201].

Роблячи підсумки вище зазначеного, можна сказати, що завдяки широкому використанню сучасних інформаційних технологій вдається досягти кращих результатів в аграрному секторі. Врожаї стають кращими, продукція – якіснішою. Із будь-якої точки світу виробники мають змогу

прорекламувати свій товар, представити його на різних сегментах ринку та продати за вигідними цінами. Таким чином, необхідність інвестування коштів в сучасні інформаційні системи в агропромисловому комплексі, підготовка кадрів, здатних створювати й застосовувати інформаційні технології в сільському господарстві, є очевидною, світовий досвід розвинених країн світу свідчить, що використання досягнень нових інформаційних технологій та систем інформаційного забезпечення є ключовими умовами та складовими успіху будь-якого підприємства, а зважаючи на стрімкий розвиток інформатизації українського суспільства, використання новітніх інформаційних технологій в управлінні аграрними підприємствами стане новим кроком до їх успішного розвитку.

### **Література:**

1. Беялов Т.Е. Механізм управління фінансовою діяльністю підприємств корпоративного типу: Дис. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємством» / Т.Е. Беялов. К., 2006. 215 с.

2. Investgazeta.ua / електрон. версія. URL :<http://investgazeta.ua/blogs/yak-suchasni-tekhnologiji-zminuyuyut-agrarnij-biznes>.

3. Вовк С. Г. Аспекти застосування систем підтримки прийняття рішень в управлінні сільгосп підприємством [Текст] / Вовк С. Г., Жубрид М. Д., Цабак Н. І. // Вісник Львівського державного аграрного університету: економіка АПК. 2007. № 14. С. 198-201.

**УДК 336.233.2**

**Кириченко А.В.**

к.е.н., доцент

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

## **ВПЛИВ СТРАХУВАННЯ БЕЗРОБІТТЯ НА РІВЕНЬ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

Аналіз стану соціальної безпеки, показує, що практично всі експерти за різним ступенем негативного впливу вважають його в Україні небезпечним (98,1 %). Чотири сфери національної безпеки найбільш негативно впливають на стан соціальної безпеки, а саме: економічна сфера (77,1 %), внутрішньополітична сфера (59 %), воєнна сфера та сфера державного кордону (52,4 %), інформаційна сфера (34,3 %) [5, с. 156].

Зниження чисельності населення держави, зростання чисельності безробітних та зменшення економічно активного населення призводить до

загрозливого рівня безробіття та рівня зайнятості. В Україні спостерігаються досить значні обсяги безробіття серед населення і, як наслідок, неефективне використання робочої сили [2, с. 89]. Все це чинить загрозливий вплив на рівень соціальної безпеки України. Одним із напрямів вирішення проблеми безробіття задля зміцнення рівня соціальної безпеки держави є ефективна підтримка пошуку роботи через страхування безробіття.

Відповідно до Закону України “Про зайнятість населення” державна політика зайнятості населення направлена, зокрема, на забезпечення рівних можливостей громадянами, які проживають на території України, у реалізації їх конституційного права на працю [Про зайнятість населення: Закон України від 5 липня 2012 р. № 5067-VI [4].

Протягом останніх років спостерігається тенденція поступового скорочення кількості економічно активного населення в Україні – на 2,3 млн осіб з 2014 по 2017 рр. Показник кількості безробітних за останні роки майже не змінився. Найвищий рівень економічної активності протягом 2014-2017 рр. мали особи з повною вищою освітою та професійно-технічною освітою, найнижчий – з базовою загальною та початковою загальною або без освіти. Рівень безробіття у ЄС у 2014 та 2015 рр. (10,2 % та 9,4 % відповідно) був вищим, ніж в Україні, однак у 2016 та 2017 рр. (8,5 % та 7,6 % відповідно) показник безробіття в ЄС став нижчим, ніж в Україні. Рівень безробіття населення працездатного віку (за методологією МОП) протягом 2014-2017 рр. приблизно в чотири рази перевищував рівень зареєстрованого безробіття, розрахованого щодо економічно активного населення працездатного віку.

З 2014 по 2017 рр. середній розмір допомоги по безробіттю зростав з року в рік. За чотири роки по Україні розмір вказаної допомоги зріс майже в два рази з 1 232 грн у 2014 р. до 2 331 грн у 2017 р. За сприяння Державної служби зайнятості з 2014 р. по 2017 р. було працевлаштовано 1,7 млн осіб. Більше двох третин зареєстрованих безробітних отримали роботу на підприємствах сільського, лісового, та рибного господарств, переробної промисловості, а також оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів [1] (виплата матеріального забезпечення та надання соціальних послуг здійснюється за рахунок коштів Фонду загальнообов’язкового соціального страхування України на випадок безробіття).

Але ці незначні позитивні зміни у страхуванні безробіття не вирішують проблему безробіття, що склалася в Україні та призводить до зниження рівня соціальної безпеки. Для її вирішення необхідно розробити та реалізувати ефективну концепцію соціальної політики, яка буде направлена на зменшення рівня безробіття до соціально допустимого [3, с. 115].

### **Література:**

1. Аналіз діяльності фонду соціального страхування на випадок безробіття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/socialinsurance-1.pdf>



2. Горна М. О. Статистичне забезпечення управління фондами соціального страхування: дис. ... кандидата ек. наук: 08.00.10 / Горна Марина Олександрівна – К., 2016. – 232 с.

3. Кириченко А. В. Розвиток соціального страхування в Україні: Монографія. – К.: ЦП “КОМПРИНТ”, 2017. – 196 с.

4. Про зайнятість населення: Закон України від 5 липня 2012 р. № 5067-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>

5. Стан та перспективи соціальної безпеки в Україні: експертні оцінки: монографія / О. Ф. Новікова, О. Г. Сидорчук, О. В. Панькова [та ін.] / Львівський регіональний інститут державного управління НАДУ; НАН України, Інститут економіки промисловості – К., Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018.– 184 с.

**УДК 631.11:657**

**Коваль С.В.**

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Формування облікової політики на кожному підприємстві в умовах ринкової економіки являє собою поліпшення однієї з економічних функцій управління виробництвом. В основі облікової політики лежить сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. Тому вивчення діючих та дослідження нових підходів до формування і дотримання облікової політики відіграє значну роль в покращенні організації бухгалтерського обліку, внутрішньогосподарського контролю.

Так, О. Ширкіна та І. Василевич наголошують, що питання формування облікової політики та її виконання відносяться до значимих областей аудиту, які суттєво впливають на достовірність бухгалтерської звітності. У зв'язку з цим облікова політика підприємства є об'єктом перевірки на всіх етапах аудиту бухгалтерської звітності – від планування до формування висновку [1].

А. Глушаченко вважає, що ознайомлення з діяльністю підприємства аудитор розпочинає з вивчення змісту облікової політики підприємства, що дозволяє швидко визначити особливості обліку підприємства, скласти

точний план перевірки з врахуванням специфіки фінансово-господарської діяльності і стану підприємства [2].

Облікова політика, вказує Л. Баєвська, передбачає побудову інформаційної системи, при якій управлінські рішення, прийняті на основі інформації показників звітності, є обґрунтованими і ефективними. Більшість підприємств в Україні визначили облікову політику при переході на П(С)БО в 2000 році, враховуючи галузеві особливості, організаційно-правову форму, забезпеченість оргтехнікою та інші умови [3].

В Наказі «Про облікову політику» щодо біологічних активів та впровадження П(С)БО 30 «Біологічні активи» повинні містити питання: визнання та оцінка біологічних активів; визначення доходів та витрат сільськогосподарської діяльності; розкриття інформації про біологічні активи у примітках до фінансової звітності (групи довгострокових біологічних активів і поточних біологічних активів), робоча худоба, продуктивна худоба, багаторічні насадження, інші довгострокові біологічні активи, тварини на вирощуванні та відгодівлі, біологічні активи в стані біологічних перетворень, інші поточні біологічні активи.

В Наказі про облікову політику необхідно вказати, що при придбанні (одержанні) біологічні активи зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Первісна вартість безоплатно одержаних біологічних активів дорівнює їх справедливій вартості з урахуванням витрат, безпосередньо пов'язаних із доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою.

Додаткові біологічні активи при первинному визначенні оцінюються за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу. Довгострокові і поточні біологічні активи, справедливую вартість яких на дату балансу достовірно визначити неможливо, визначаються та відображаються за первісною вартістю. При цьому довгострокові біологічні активи відображаються за первісною вартістю з урахуванням сум їх зносу і витрат від зменшення корисності.

Важливого значення для подальшого формування релевантного інформаційного забезпечення про вартість біологічних активів має їх оцінка на дату балансу. Необхідно зазначити, що в П(С)БО 30 «Біологічні активи» порядок оцінки біологічних активів описаний вкрай стисло, тому про окремі аспекти оцінки можна більш детально дізнатися з Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів N 1315, а також з міжнародних стандартів. Враховують, що за відсутності активного ринку визначення справедливої вартості біологічних активів і сільськогосподарської продукції здійснюється за:

- останньою ринковою ціною операції такими активами;
- ринковими цінами на подібні активи;
- додатковими показниками, які характеризують рівень цін на біологічні активи і сільськогосподарську продукцію.

Застосування єдиної облікової політики на підприємстві дозволяє:

- гармонізувати взаємодію всіх підсистем обліку, а саме фінансового, податкового та управлінського обліку;
- малим і середнім сільськогосподарським підприємствам зблизити положення фінансового та податкового обліку через розробку однакових елементів облікової політики, що усувають протиріччя між ними;
- створити ефективну систему управлінського обліку на підприємстві через облік і розподіл витрат, вдосконалення облікових форм і реєстрів, поточних звітів відповідальних осіб, методичних засад складання управлінської звітності;
- мінімізувати трудові витрати на збір, узагальнення та обробку облікових даних.

### **Література:**

1. Ширкіна Е.И. Аудит учетной политики / Е.И. Ширкіна, И.П. Василевич. – М.: Бухгалтерский учет. – 2000. – № 15. – С. 41-45.
2. Глушаченко А.І. Сучасні аспекти облікової політики сільськогосподарських підприємств та її застосування при аудиті / А.І. Глушаченко // Вісник СНАУ [Серія «Економіка та менеджмент»]. – Випуск 6-7. – 2005. – С. 150-156.
3. Баєвська Л.Л. Особливості облікової політики та її вплив на фінансову звітність інтегрованих підприємств / Л.Л. Баєвська // Облік і фінанси АПК. – 2005. – № 5. – С. 16-21.

**УДК 657:338.43:004**

**Курган Л.П.**

студентка спеціальності «Облік і оподаткування»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
м. Мелітополь, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНОГО БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ АПВ**

Охорона навколишнього середовища, збереження і раціональне використання природних ресурсів, екологічний контроль здобувають усе більше значення і пріоритетність у зовнішній і внутрішній політиці більшості держав світу, у тому числі і в Україні. На світовому рівні питання відображення витрат по охороні навколишнього середовища знайшло своє відображення в Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку, в Україні ж це питання залишається не вирішеним. Дотепер не розроблена методика відображення цих витрат на рахунках бухгалтерського обліку. Не дивлячись на те що ще в 1999 р., коли приймалися Національні Положення (стандарти) бухгалтерського обліку законодавством не була

передбачена необхідність обліку витрат по охороні навколишнього середовища і по сьогоднішній день питання відображення та списання витрат по природоохоронній діяльності на рахунках і формах бухгалтерського обліку і фінансової звітності залишається актуальним. З цього випливає ряд інших не вирішених питань: як правильно розподіляти ці витрати на собівартість продукції (робіт, послуг), як без додаткових працевитрат проаналізувати інформацію про витрачені засоби на природоохоронну діяльність і понесені збитки від забруднення навколишнього середовища, що зробити щоб інформація про витрати була економічно обґрунтованою і її показники не були перекручені, як проконтролювати і дати оцінку природоохоронної діяльності на підприємстві без осмисленого екологічного обліку.

Для формування облікових даних про витрати природоохоронної діяльності доцільно їх відображати на спеціальному рахунку «Витрати природоохоронної діяльності», на необхідність уведення якого вже неодноразово вказувалося в вітчизняній економічній літературі.

Звичайно, реалізація цієї пропозиції трохи збільшить обсяг облікових робіт на підприємстві, але значно зменшить трудомісткість одержання інформації про витрати природоохоронної діяльності, оскільки не буде необхідності в такій кропіткій і трудоміткій роботі, як вибірки і перегрупування даних первинного й аналітичного обліку. І до того ж отримана в такий спосіб інформація не відрізняється точністю і вірогідністю, що властиві інформації системного бухгалтерського обліку.

Рахунок «Витрати природоохоронної діяльності» на одних підприємствах може використовуватися як збирально-розподільний, а на інші – як калькуляційний.

Перший варіант пропонується тим підприємствам, де обсяги природоохоронної діяльності незначні, сама вона структурно не відособлена, послуги екологічного характеру стороннім організаціям не надаються, тобто підприємствам що займаються вирощуванням сільськогосподарської продукції. У такому випадку окремий рахунок дозволить контролювати плановий кошторис витрат і акумулювати зведення про загальну суму екологічних витрат для відображення їх у звітності і більш точного розподілу між видами продукції, що виготовляється, ніж це можливо при існуючій системі обліку природоохоронних витрат (а точніше, при її відсутності).

Пропонується що було б доцільно рахунку «Витрати природоохоронної діяльності» привласнити код 917, оскільки екологічні витрати, по-перше, навряд чи можливо прямо відносити на собівартість конкретних видів продукції, тобто вони вимагають визначеної бази розподілу; по-друге, мають комплексний характер; і, нарешті, по-третє, за своїм характером мають загально виробничі властивості, тобто зв'язані посередньо з виробництвом продукції.

На підприємствах зі значним обсягом природоохоронної діяльності (наприклад, такі підприємства, що займаються переробкою сільськогосподарської продукції, там, де поточні екологічні витрати перевищують 0,5 % у собівартості продукції), що мають спеціалізовані цехи

і надають іншим підприємствам природоохоронні послуги, рахунок «Витрати природоохоронної діяльності» повинний мати калькуляційний характер (наприклад, субрахунок 237) і служити для визначення собівартості екологічних послуг і встановлення оптимальних цін на послуги, що надаються стороннім організаціям, а також для визначення фінансового результату від природоохоронної діяльності.

З метою усунення виявлених недоліків в практичній реалізації екологічного орієнтованого бухгалтерського обліку на підприємствах, в роботі запропоновані рекомендації, які полягають у виділенні самостійної калькуляційної статті для відображення в собівартості продукції екологічних витрат, а також окремого синтетичного рахунку для обліку цих витрат, що дасть можливість планувати поточні витрати на природоохоронну діяльність залежно від виділених об'ємів витрат і використовувати їх чітко за призначенням, а також буде сприяти вдосконаленню їх розподілу між продукцією, що випускається.

**УДК 657:338.43:004**

**Мокієнко Т. В.**

доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку  
та економічного контролю

**Прийдак Т. Б.**

доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю  
*Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна*

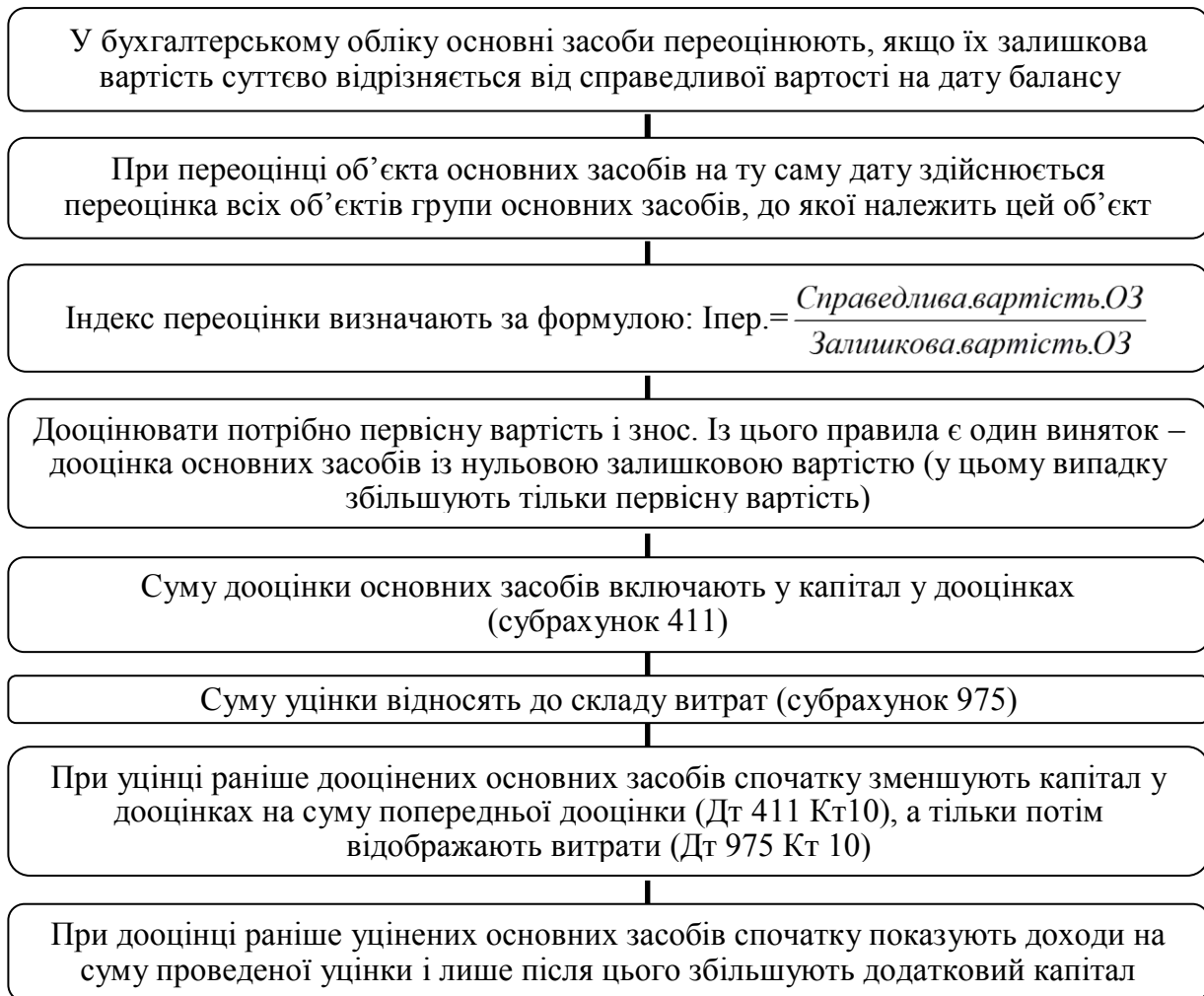
## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Зміна вартості активів – процес об'єктивний, що залежить насамперед від економічних процесів, які відбуваються в країні, а також від цілої низки інших факторів. Переоцінкою необоротних активів у бухгалтерському обліку називають процедуру, за допомогою якої залишкову вартість конкретного об'єкта необоротного активу узгоджують із його справедливою вартістю.

Порядок проведення переоцінки та відображення її результатів у бухгалтерському обліку регламентується п. 16-21 П(С)БО 7 «Основні засоби» [4] та п. 34 – 39 та Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів № 561 [2].

Переоцінка є добровільною справою підприємства. Для оцінки суттєвості відхилення необхідно встановити критерій суттєвості. Критерієм суттєвості з метою відображення переоцінки може бути величина, що дорівнює 1 % чистого прибутку (збитку) підприємства або величина, яка дорівнює 10 % відхиленню залишкової вартості об'єктів обліку від їх справедливої вартості [5].

Етапи проведення розрахунку суми переоцінки основних засобів представлена на рис. 1.



**Рис. 1. Етапи проведення розрахунку суми переоцінки основних засобів**

Справедлива вартість активів може змінюватися як у бік збільшення, так і в бік зменшення. У першому випадку проводять дооцінку, у другому – уцінку. Дооцінки та уцінки можуть змінювати одна одну, тобто один і той самий об'єкт може спочатку бути дооцінено, а через деякий час – уцінено. Можливий і зворотний варіант.

Отже, мета переоцінки – привести залишкову вартість об'єктів основних засобів у відповідність з їх вартістю на ринку, що забезпечить відображення більш достовірних даних про фінансовий стан підприємства в його фінансовій звітності [1]. Результати проведеної переоцінки відображають у фінансовій звітності представлено в табл. 1.

Отже, підприємства здійснюють переоцінку у разі необхідності і для визначення реальної вартості основних засобів шляхом доведення їх залишкової вартості до справедливої. Об'єкт основних засобів можна переоцінювати, якщо його залишкова вартість суттєво відрізняється від справедливої на дату балансу.

**Відображення інформації про результати переоцінки  
у фінансовій звітності**

Дооцінка	Уцінка
Баланс (Звіт про фінансові результати)	
Рядок 1011 – сальдо Дт 10 «Основні засоби» Рядок 1012 – сальдо Кт 13 «Знос (амортизація) необоротних активів» Рядок 1405 – сальдо Кт 411 «Капітал у дооцінках»	Рядок 1011 – сальдо Дт 10 «Основні засоби» Рядок 1012 – сальдо Кт 13 «Знос (амортизація) необоротних активів»
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)	
Рядок 2400 – сальдо Кт 411 «Капітал у дооцінках»	Рядок 2270 – сальдо Дт 975 «Уцінка необоротних активів та фінансових інвестицій»
Звіт про власний капітал	
Рядок 4110 на перетині з графою 4 – сальдо Кт 411 «Капітал у дооцінках»	

**Література:**

1. Грибовська Ю. М. Переоцінка основних засобів: бухгалтерський облік та відображення у фінансовій звітності / Ю. М. Грибовська / Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування : [колективна монографія] / за заг. ред. В. Я. Плаксієнка. – Полтава: 2018. – С. 88-97.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів, затверджені наказом Мінфіну від 30 вер. 2003 р. № 561 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
3. Національне положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Мінфіну України № 73 від 07 лют. 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
4. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Мінфіну України № 92 від 27 квіт. 2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
5. Прийдак Т. Б. Проблемні питання обліку переоцінки основних засобів / Т. Б. Прийдак, Л. В. Яловега. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/7.2/234.pd>.

## ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах господарювання зростає необхідність формування актуальної інформаційної системи, яка була б здатна задовольнити запити зацікавлених користувачів у прийнятті правильних та ефективних управлінських рішень. Таким інструментом перш за все є фінансова звітність. Її метою є надання повної, неупередженої та достовірної інформації про поточний стан і результати діяльності підприємства. Однак, дефіцит ресурсів, зростання політичної активності, необхідність прозорості звітності підприємств, спонукає подальший розвиток системи бухгалтерського обліку та удосконалення звітності суб'єктів господарювання з одного боку, і побудови звітності на інтеграційних засадах, з іншого, яка буде об'єднувати фінансові й нефінансові звіти у єдину модель та структурувати стратегічні завдання підприємства, орієнтуватися на підвищення якості взаємодії із зацікавленими сторонами. Саме таку інформацію зможе надати інтегрована звітність, яка на сучасному етапі розвитку економіки ще не отримала широкого розповсюдження [1, с. 171].

Настання фінансової кризи призвело до необхідності виникнення нової економічної моделі яка могла б захистити підприємство, інвесторів, співробітників і суспільство від подальших ще більш глибоких криз. Один з аспектів критики традиційної системи фінансової звітності полягає в тому, що зараз у ній не приділяється достатньо уваги таким факторам, як ризик, стратегія, нагляд і стійкість підприємства. Ідеологи нової моделі інтегрованої звітності припускають, що включення не фінансових, але тим не менш критичних для функціонування підприємства компонентів у фінансову звітність дозволить поліпшити її якість і відобразити суттєвий вплив фактору навколишнього середовища, соціального і наглядового факторів, а саме: використання природних ресурсів, захисту прав людини і впливу підприємства на суспільні явища та зміни клімату. Нова модель, визначальним елементом якої є інтегрована звітність, розглядається як можливий спосіб отримання інформації не фінансового характеру, що має доповнити набір показників, які розкриваються у фінансовій звітності [2].

У своїх наукових дослідженнях автори Р. Дж. Екклз та М. П. Крзус [3] обґрунтували нову тенденцію практики корпоративного звітування – складання єдиного інтегрованого звіту, основною причиною чого стала можливість надання користувачам інформації про фактори створення і



руйнування вартості, що в результаті сприяє стійкому розвитку суспільства. На думку авторів, складання інтегрованих звітів є пріоритетним напрямом розвитку бухгалтерської звітності, оскільки дозволяє одночасно забезпечити задоволення інформаційних потреб власників компаній, інвесторів, регуляторів, аудиторів і суспільства в цілому.

У теперішній час інтегровану звітність слід розглядати як нову парадигму корпоративної звітності, основною метою якої є надання зовнішнім користувачам комплексного уявлення про ключові фактори створення вартості на даний момент і в майбутньому на основі подання набору фінансових і нефінансових показників. Поява парадигми інтегрованої звітності дозволяє сформулювати нові завдання бухгалтерського обліку з урахуванням того факту, що облікова інформація потрібна не лише постачальникам капіталу для його примноження, а й іншим членам суспільства для забезпечення його подальшого сталого розвитку [1, с. 173].

Інтегрована звітність – це спосіб створення більш стійкого уявлення про «здоров'я» бізнесу. Вимірюючи низку змінних і акцентуючи на довгостроковій, замість короткострокової, фінансовій стабільності, інтегрована звітність забезпечує готовність підприємства до стійкого майбутнього. Це не лише буде корисним для компанії, а й дасть стейкхолдерам віру в те, що компанія є прибутковою і стійкою. Інтегрована звітність сфокусована на прозорості згідно зі стандартами ділової етики, вона надає можливість господарюючому суб'єкту показати, що компанія справді виконує свої обов'язки щодо захисту навколишнього середовища, соціальних питань і трудових ресурсів [1, с. 174].

Випускаючи інтегровані звіти, підприємство збільшує довіру та впевненість своїх зацікавлених осіб, а також законність своїх операцій. Це може збільшувати бізнесможливості компанії та покращувати її систему ризик-менеджменту. Випускаючи внутрішні інтегровані звіти, компанія оцінює свою етику, фундаментальну вартість, рівень управління та зовнішні покращання і впевненість, в яких заінтересовані стейкхолдери [4, с. 12]. Таким чином, інтегровані звіти можуть випускатись як суто для внутрішніх користувачів, або можуть бути оприлюднені для всіх зацікавлених осіб, які потребують подібної інформації для прийняття рішень (внутрішніх та зовнішніх).

### **Література:**

1. Інтегрована звітність: новий етап у еволюції бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKewj-\\_muscvkAhVJWhUIHeWIBgQQFjAEegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fjfab.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F5026%2F5059&usg=AOvVaw0IVeMAuz\\_b3OrBXv4W1HAo](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKewj-_muscvkAhVJWhUIHeWIBgQQFjAEegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fjfab.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fdownload%2F5026%2F5059&usg=AOvVaw0IVeMAuz_b3OrBXv4W1HAo)

2. Сорокина К. В. Интегрированная отчетность – новая модель отчетности для бизнеса. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cfin.ru/ias/manacc/integr.shtml>

3. Eccles R.G. One report: integrated reporting for a sustainable strategy / R.G. Eccles, Michael P.Krzus. – John Wiley & Sons, 2010. – 240 p.

4. King Code of Governance for South Africa 2009. – Institute of Directors in Southern Africa, 2009. – 66 p.

**УДК 657:338.43:004**

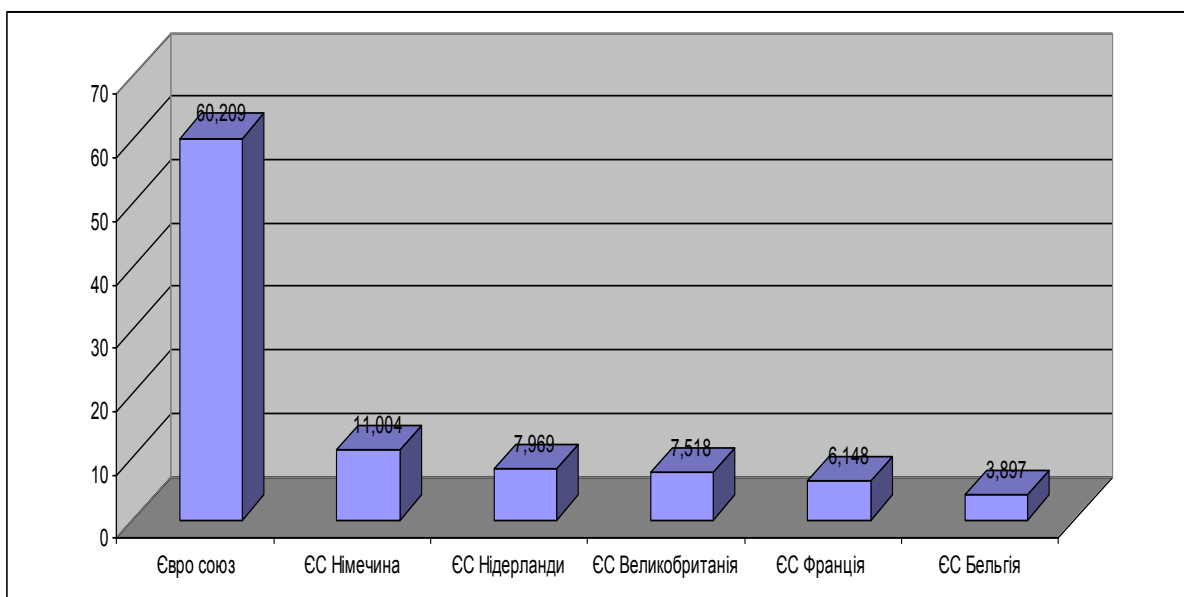
**Петренко В.С.**

д.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва  
*ДВНЗ «Херсонський державний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

### **АНАЛІЗ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПОТОКІВ ПРОДУКЦІЇ ПЛОДОВОЧІВНИЦТВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Європейський союз має великий ринок свіжих фруктів та овочів із стабільним попитом. Необхідність цілорічної доступності та зацікавленість новими екзотичними продуктами підтримують постійну залежність Європи від зовнішніх постачальників.

Цікавим для Українських експортерів, які орієнтуються на європейський ринок, є його розмір та купівельна спроможність. Маючи населення з понад 500 мільйонів споживачів, Європа відповідає за 45 % світової торгівельної цінності свіжих фруктів і овочів. П'ять з найбільших світових країн-імпортерів знаходяться в Європі (рис. 1).



**Рис. 1. Імпорт плодовоочівництва Європейського союзу у 2018 р., млн. дол. [1]**

Незважаючи на те, що плодоовочівництво є фундаментальним сектором, кількість ферм овочів і фруктів у Європі зменшується. Європейські фермери вибирають використання технології та сортового розвитку для збільшення врожаю, продовження сезонів виробництва та покращення якості та характеристик продукції. Ці зусилля призводять до підвищення якості продукції, але загальний обсяг виробництва ледь зростає.

Овочівництво в Європі більш-менш стабільне. Виробництво також майже цілий рік завдяки різному клімату в Європі та розвиненому тепличному виробництву. Тривала тенденція виробництва фруктів дещо зменшується.

Застійні обсяги виробництва створюватимуть майбутні потреби в зовнішніх джерелах для звичайних фруктів, таких як апельсини, мандарини та сливи. Залежність від імпорту в межах загального попиту на мандарини та апельсини зросла з 11 % –13 % у 2014 році до 15 % –16 % у 2018 році. Поставки, що походять з країн, що знаходяться в близькості до Європи, будуть привабливим та економічним варіантом, особливо на початку сезону.

Таблиця 1

**Європейське виробництво та частка європейської продукції по країнах ЄС, 2018 р. [2]**

	Помідори	Яблука	Цибуля	Апельсини	Кавуни	Персики	Перець	Виноград	Лимони	Сливи	Ягоди	Авокадо
ЄС, тис.т	17,39	10,04	6,74	6,21	3,20	2,33	2,91	1,64	1,40	1,29	601	103
Іспанія, %	30		20	54	35	67	48	16	65	13	14	91
Італія, %	32	19		25	18	27		56	26	16		
Греція, %				15	20			19				
Польща, %		24	10								52	
Нідерланди, %			26				14					
Франція, %		17								16		
Румунія, %					15					33		
Португалія, %	10											

На фрукти та овочі припадає приблизно 14 % загальної вартості сільськогосподарського виробництва Європи у 2018 році. Іспанія та Італія є провідними виробниками фруктів та овочів у Європі. Завдяки сприятливому клімату частка виробництва цих двох країн більша, ніж у інших країн, особливо цитрусових, кавуна, персиків, перцю та помідорів, столового винограду та груш. Іспанія є найсильнішим конкурентом цих двох,

орієнтовуючись більше на експорт. Італія виробляє набагато більше для свого внутрішнього ринку або для переробки [3].

Тропічні та екзотичні фрукти продовжуватимуть приваблювати європейських споживачів, створюючи міцні позиції для експортерів із країн з правильними кліматичними обставинами та надійними обсягами. Середній приріст імпорту з країн, що розвиваються, становив 38 % з 2014 по 2018 рік. Країни, які зуміли масштабувати виробництво, перевищуючи середнє зростання та пропонуючи відмінні переваги, включають: Перу, Південна Африка, Марокко, Єгипет, Індія, Мексика, Гватемала.

Ягоди, такі як чорниця і малина, які стали дуже популярними в Європі, продаються в роздріб як зручний і здоровий перекус. Хоча ці фрукти також часто виробляються в Європі, дефіцит пропозиції та міжсезоння попит вдвічі збільшив імпорт. У короткостроковій перспективі чорниця та малина мають хороші перспективи, але це залишатиметься ризикованою категорією, в якій є багато європейських та неєвропейських постачальників.

Кавуни – популярний плід теплої погоди, виробництва якого на півдні Європи недостатньо для покриття всього сезону. Україна скористалася цим сезонним розривом, значно збільшивши експорт кавуна до Європи. Однак у Бразилії та Коста-Ріки виробники також мають вікно поставок. Переключити виробництво на кавуни з інших культур порівняно легко, тому конкуренція може бути непередбачуваною і змінюватися залежно від рішення виробників у різних країнах.

### **Література:**

1. 2. EU-Georgia Deep and Comprehensive Free-Trade Area. Reading guide [Електронний ресурс]. – 10.03.2019. – Режим доступу: [http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/february/tradoc\\_152195.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/february/tradoc_152195.pdf)

2. Дослідження економічних передумов та можливих економічних наслідків для економіки України від створення поглибленої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС (послуги) / Гол. укладач І. Бураковський // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій [Електронний ресурс]. – 17.06.2019. – Режим доступу: <http://www.ier.com.ua/projects/?pid=2229>

3. Iceland / Офіційний сайт Директорату з питань торгівлі Європейської Комісії [Електронний ресурс]. – 16.09.2019. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-andregions/countries/iceland/>

**Петренко О.П., Колмогорова І.В.**  
доценти кафедри економічної теорії і економіки підприємства  
*Одеський державний аграрний університет*  
*м. Одеса, Україна*

## **ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Витрати є одним з найбільш важливих економічних показників роботи підприємства. Саме співвідношення між доходами і витратами визначає фінансовий результат його діяльності. Від правильності вибору параметра обліку витрат залежить успішна діяльність підприємства і його конкурентоспроможність зокрема. Крім того, в умовах сучасності і неминучої конкуренції з іноземними підприємствами, які володіють сучасними виробничими управлінськими технологіями, розвиток вітчизняних підприємств в багатьох аспектах визначається використанням інноваційних факторів для забезпечення ефективного господарського управління.

На сьогодні стало можливим практичне впровадження нових форм обліку, які за допомогою спеціального програмного забезпечення дозволяють нагромаджувати і відображати не тільки ретроспективну, але й прогнозну інформацію [1, с. 177].

Проблема полягає у тому, що вітчизняні рішення є передусім обліковими системами, що реєструють здійснені операції, а можливості планування в них представлені слабо. Істотним плюсом таких розробок є відносно невисока вартість [2, с. 440].

Для досягнення даної мети необхідно вирішити ряд завдань в процесі управління витратами, які повинні вирішуватися на всіх рівнях управління: як в конкретних підрозділах утворення витрат, так і на рівні підприємства в цілому. При цьому в підрозділах необхідно знаходити приховані резерви зменшення поточних витрат, а на рівні підприємства необхідно розробити стратегію ефективного використання ресурсів.

З метою підвищення ефективності управління витратами, слід рекомендувати аграрним підприємствам впровадження інформаційно-управлінської єдиної повнофункціональної ERP-системи. Головним завданням ERP-систем є зниження витрат на види діяльності, оснований на господарських операціях, – виконання замовлень, бухгалтерський облік і здійснення закупівель.

На сьогоднішній день у світі використовують такі ERP системи, як «SAP ERP», «Microsoft Dynamics AX», «QAD ERP» або «Oracle JD Edwards». Проте за високої ціни на ці системи та непристосованості до аграрних підприємств України, пропонуємо для обліку витрат

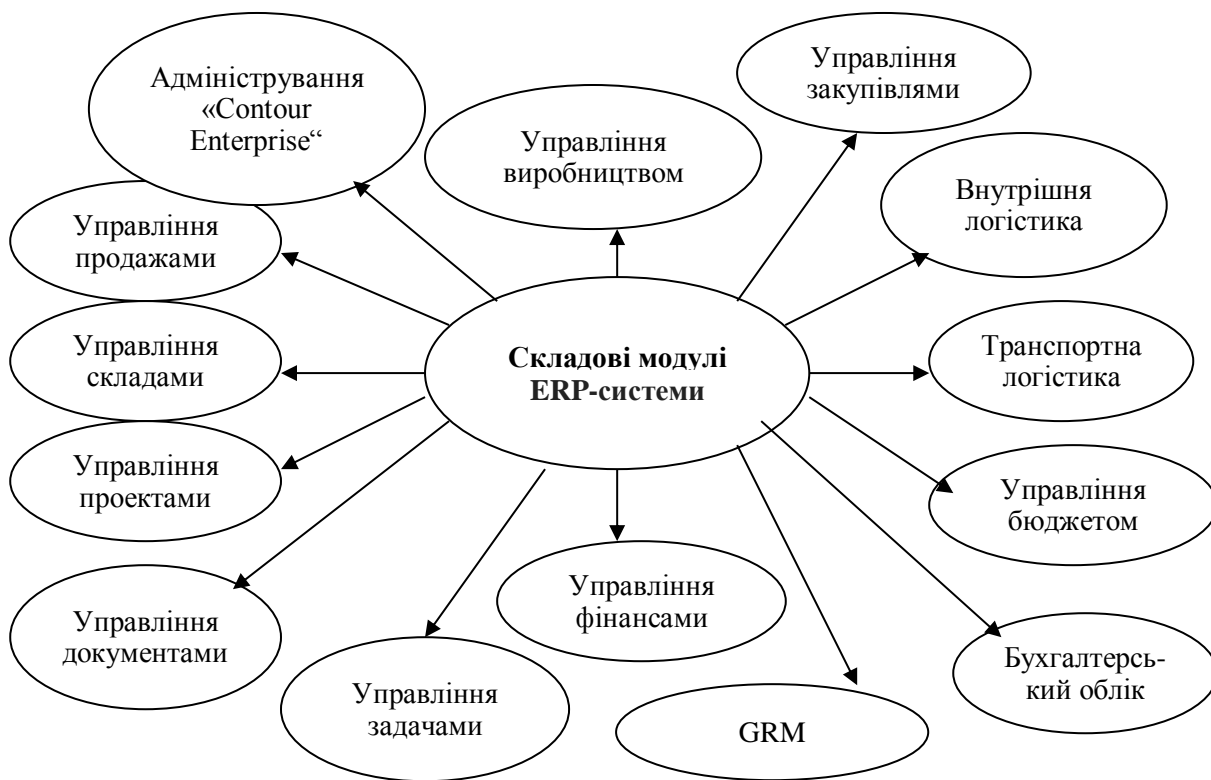
підприємства використовувати системи, адаптовані для українського бізнесу. Серед них слід виділити такі продукти, як: BAS ERP, SyteLine ERP, BAAN, SAP R3, Oracle Business Suite, Microsoft Dynamics, 1С Предприятие v8, Галактика.

Дані бізнес-процеси повністю налаштовані на сьогоднішній день.

В частині оперативного контролю фінансового стану підприємства, система створює умови для зростання доходів і керованого скорочення витрат виробництва, оперативне управління собівартістю продукції [3]. Що в свою чергу є однією з цілей аграрного виробництва.

Переваги системи при управлінні витратами на аграрному підприємстві:

- формування планової собівартості продукції ;
- облік фактичних витрат звітного періоду;
- робота з плановими цінами;
- розрахунок фактичної собівартості виробництва і реалізації продукції;
- паралельний облік в декількох валютах в управлінському та регламентованому обліку;
- окремий облік витрат за видами діяльності;
- окремий облік собівартості по замовленням;
- розподілення витрат за напрямками діяльності;
- надання інформації про структуру собівартості виробництва за фактичними витратами;
- покращений майстер закриття звітного періоду.



**Рис. 1. Складові модулі ERP-системи**

Отже, використання інформаційних технологій у практичній діяльності аграрних підприємств дозволяє підвищити ефективність управління бізнес-процесами і домогтися їх більш точної відповідності поставленим цілям. Підвищення продуктивності роботи підприємства і більш глибоке розуміння суті бізнес-процесів, яке надає ERP-система, дозволяють менеджменту компанії швидко і без особливих витрат адаптуватися до мінливих вимог бізнесу, ринку і галузі.

#### **Література:**

1. Коришко Н.Є. Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовими результатами в сучасних умовах господарювання. *Фінансова система України. Наукові записки. Серія "Економіка"*. 2010. Випуск 15. С. 176-183
2. Ілляшенко К.В. Інформаційні системи управління в обліку й аналізі аграрних підприємств. *Вісник чернігівського державного технологічного університету*. 2013. № 4 (70). С. 440-445
3. ERP-система IT-Enterprise // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.it.ua/ru/erp-system-it-enterprise>
4. Атамась Г.П. Підвищення економічної ефективності виробництва та переробки овочів. *Науково-практичний журнал Економіка АПК*. 2004. № 2 С. 61-64

**УДК 330.111.4:336.276**

**Пилипенко К.А.**

доктор економічних наук, доктор, професор  
кафедри бухгалтерського обліку та економічного аналізу

**Балабуха Д.С.**

ЗВО СВО магістр 071 «Облік і оподаткування»

*Полтавська державна аграрна академія*

*м. Полтава, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ**

У сучасних ринкових умовах господарювання зростає потреба в удосконаленні всіх економічних відносин в Україні, включаючи відносини у сфері оплати праці.

За останній час відбулося багато змін у плані рахунків бухгалтерського обліку, змінилися облікові реєстри і методика складання бухгалтерської звітності. Все це відбулося через перехід до ринкових відносин економіки України, в якій раніше панувала централізована система планування і

керування, тому такий перехід був необхідний для придбання нових якісних навичок та уміння приймати правильні й ефективні управлінські рішення [1].

Розрахунки з найманими працівниками займають одне з центральних місць у всій системі обліку розрахунків на підприємстві. Заробітна плата є основним джерелом доходів робітників фірм, підприємств, установ та організацій [2].

Аудит у сфері праці – це система заходів зі збору інформації, її аналізу й оцінки на цій основі ефективності діяльності підприємства з організації праці та її оплати. Об'єктом аудиту є трудовий колектив, персонал підприємства та розрахунки з ним, його діяльність. Мета аудиту розрахунків з оплати праці – встановити дотримання підприємством чинного законодавства з оплати праці та правильність відображення господарських операцій в обліку; отримання достатніх доказів упевненості в ефективності їх використання, достовірності відображення та розкриття інформації відповідно до діючих принципів та тверджень (якісних аспектів) подання фінансової звітності та оцінка здатності підприємства забезпечувати відтворювальну, стимулювальну, регулювальну та соціальну функції заробітної плати для забезпечення подальшої безперервної діяльності підприємства [3].

Особливістю проведення аудиту розрахунків з оплати праці є те, що він відіграє важливу роль в системі показників, які впливають на добробут населення, розрахунок та визначення трудового та пенсійного стажу, наповнення бюджету тощо.

Під час аудиту використовуються різні методи та прийоми, які ґрунтуються на основних положеннях діалектичного методу пізнання і на законах політичної економії, до яких належать: перерахунок, перегляд, зіставлення, оцінка фактичної наявності [1].

У практиці дуже часто причинами відхилень між даними аналітичного й синтетичного обліку рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» можуть бути перекручення даних унаслідок зловживань (завуалювання видатку грошей шляхом вилучення з фонду споживання різних виплат і утримань); неповне утримання авансів; повторне списання грошових документів з віднесенням виплат за ними в дебет рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам»; зменшення дебіторської заборгованості або збільшення кредиторської заборгованості під час перенесення сальдо з однієї розрахункової відомості до іншої [3].

Враховуючи вище сказане, можна зробити висновок, що аудит розрахунків з заробітної плати як елемент виявлення резервів підвищення ефективності і прибутковості підприємства є одним з найважливіших чинників економічної політики підприємства, що є особливо помітним в сучасних умовах. Методично аудит включає як мікроекономічні, так і макроекономічні питання. Організація праці і його оплата і охоплює практично всі елементи трудових відносин. Систематичне проведення



аудиту дає можливість правильно оцінити стан і розвиток трудових відносин на підприємстві.

### **Література:**

1. Морозова Є.П. Проблеми обліку та аудиту розрахунків з оплати праці та шляхи її вирішення / Є.П. Морозова, К.А. Павленко // Мукачівський державний університет. – 2016. – № 3. – С. 522–526.

2. Сахно Л.А. Аудит розрахунків з оплати праці / Л.А. Сахно, О.В. Кондратюк // Молодіжний економічний дайджест. – 2015. – № 4. – С. 104–108.

3. Пирожок О.С. Особливості проведення аудиту розрахунків з оплати праці / О.С. Пирожок, Ю.В. Мельник // Наука й економіка. – 2016. – № 1 (41). – С. 23–27.

**УДК 657:338.43:004**

**Пилипенко К.А.**

д.е.н., доцент професор кафедри бухгалтерського обліку  
та економічного контролю

**Полонська Н.С.**

ЗВО СВО магістр 071 «Облік і оподаткування»

*Полтавська державна аграрна академія*

*м. Полтава, Україна*

## **КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ УТРИМАННЯ ТА СПЛАТИ ПДФО В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

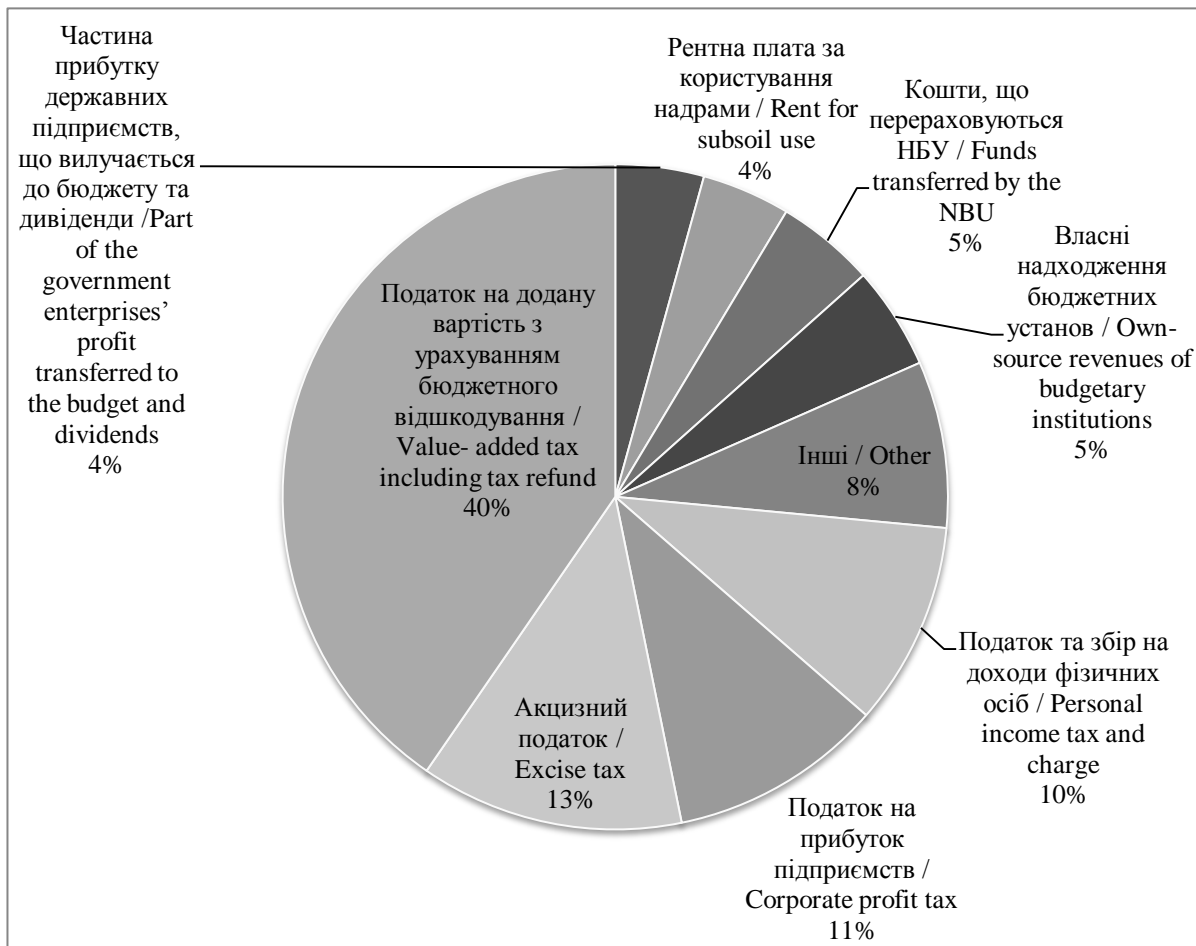
Податкові надходження, як основне джерело доходів бюджету, відіграють важливу роль у забезпеченні повноцінного соціально-економічного розвитку держави. В сучасних умовах відчутно зросла волатильність податкових доходів держави в Україні, що створює серйозну загрозу зростання дефіциту державного бюджету. До такого стану справ призвела низка причин. По-перше, скорочення темпів зростання доходів населення, а в деякі періоди – навіть номінальне зниження рівня доходів, зважаючи, що податок на доходи фізичних осіб становить значну частку податкових надходжень. По-друге, причиною скорочення бюджетних надходжень від оподаткування став високий рівень податкових ухилень, зумовлений прагненням індивідів залишити у своєму розпорядженні більше коштів у період стагнації економіки, незважаючи на незаконність такого способу [3, с. 148].

податок на доходи фізичних осіб (далі – ПДФО) є одним з основних складових бюджетоутворюючих доходів Державного бюджету України і регулятором доходів різних соціальних груп населення див. рис. 1. Проблема утримання і сплати ПДФО на сьогодні звучить найчастіше. На правильність обчислення ПДФО впливають безліч чинників. Тому питання

про правильне обчислення цього податку з урахуванням всіх виникаючих особливостей є найактуальнішим.

Відповідно до п. 164.1 ст. 164 розділу IV Податкового кодексу України базою оподаткування (п. 64.6 ст. 164 розділу IV Кодексу) податком на доходи фізичних осіб – є загальний оподатковуваний дохід платника податку [2]. Його сплачують тільки фізичні особи, або їх представники – податкові агенти, але за рахунок таких фізичних осіб. Цим податком оподатковуються всі доходи фізичних осіб відповідно до податкового законодавства.

Згідно з правилами, передбаченими п. 119.2 ПКУ, за неподання, подання з порушенням установлених строків, подання не в повному обсязі, з недостовірними відомостями чи з помилками форми № 1ДФ, якщо такі недостовірні відомості або помилки призвели до зменшення та/або збільшення податкових зобов'язань платника податку та/або до зміни платника податку, загрожує штраф.



**Рис. 1. Бюджетоутворюючі доходи Державного бюджету України у 2018 році / Budgeting revenues of the State budget of Ukraine in 2018 [1, с. 18]**

Наразі в епоху цифрових технологій документальні планові та позапланові перевірки потроху відходять на другий план. Більш актуальними є камеральні перевірки службою ДФС, які є більш

мобільними, та проводяться посадовими особами контролюючого органу без будь-якого спеціального рішення керівника, або його заступника.

Отже, за фіскальною значимістю даний податок у порівнянні з іншими податками упродовж останніх років займає одне з перших місць у формуванні податкових надходжень державного бюджету, тому контроль за утриманням та сплатою є рівно важливим. Більш зручним методом перевірки є камеральна, без виїздна перевірка форми 1-ДФ, де контролюючі органи перевіряють своєчасність подання та правильність розрахунків податкових декларацій.

### **Література:**

1. Про Бюджет України на 2018 рік : Закон Україна від 13 груд. 2017 р. № 2246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2246-19>

2. Дубровская Л. И., Князев Г.Б. Компьютерная обработка естественно-научных данных методами многомерной прикладной статистики : учебное пособие. Томск : ТМЛ-Пресс, 2011. 120 с.

3. Податковий Кодекс України від 2 груд. 2010 р. № 2725-VIII URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

## **УДК 346.5**

**Пилипенко К.**

д.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку  
та економічного контролю

*Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна*

## **УМОВИ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ**

У роботі та здійсненні діяльності суб'єктів господарювання, при розробці та створенні нових технологій виникає необхідність забезпечити таємницю збереження конфіденційної інформації. Комерційна таємниця є підвидом інформації з обмеженим доступом.

Визначення поняття «комерційна таємниця» надано в ч. 1 ст. 505 Цивільного кодексу (далі – ЦК) і в ч. 1 ст. 36 Господарського кодексу (далі – ГК). Якщо їх узагальнити, то вийде, що комерційна таємниця – це відомості (інформація), що становлять для суб'єкта господарювання комерційну цінність, неправомірне розголошення яких може заподіяти йому шкоди. Комерційну таємницю віднесено до об'єктів права інтелектуальної власності (останній абзац ч. 1 ст. 420 ЦК). Комерційній таємниці властиві такі ознаки, як інформативність, конфіденційність, комерційна цінність, захищеність інформації, що становить комерційну

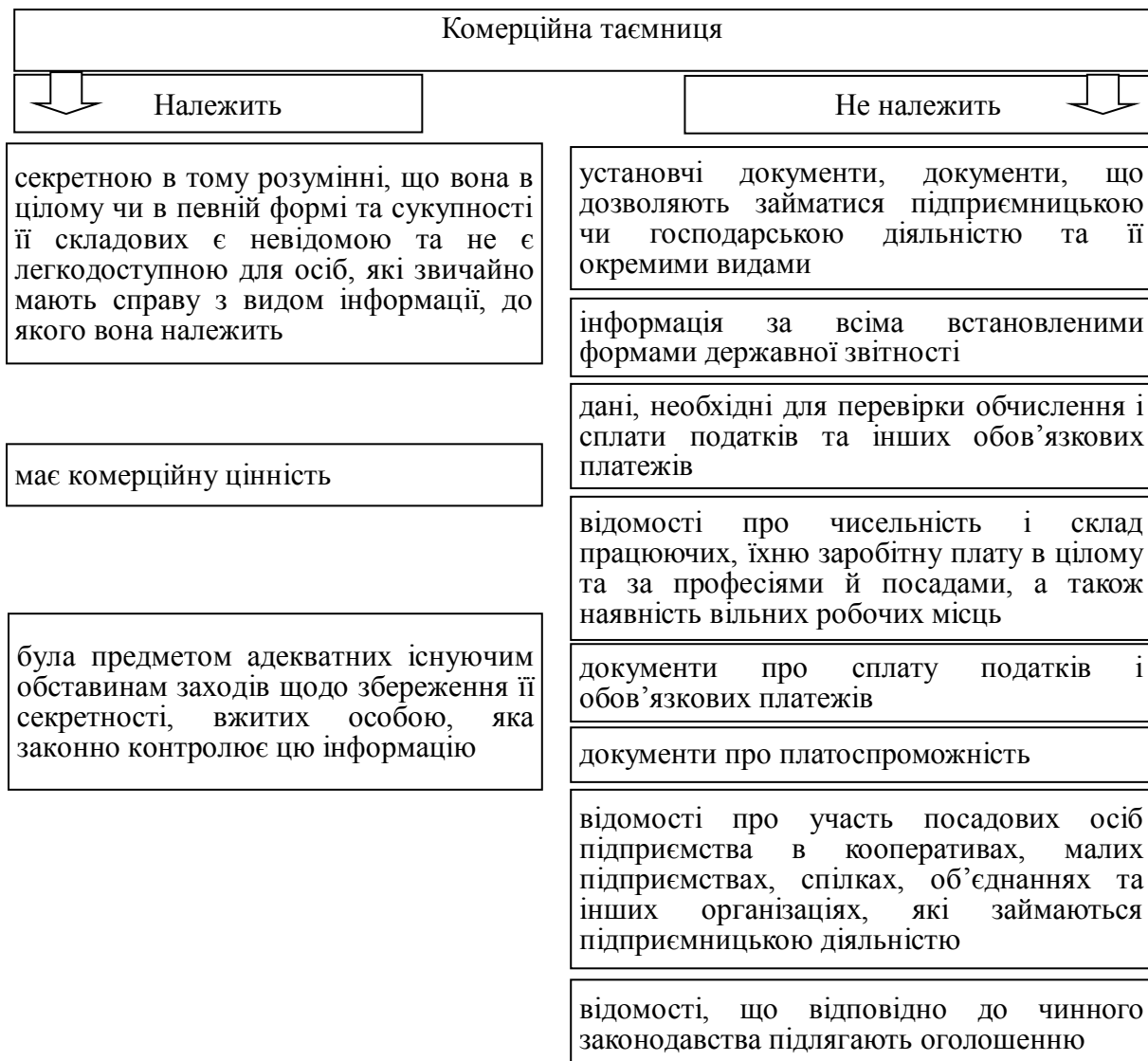
таємницю. Ці ознаки комерційної таємниці є істотними, необхідними та невіддільними [1].

Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці (стаття 505 (2) ЦК) також їх перелік наведено в постанові КМУ від 09.08.93 р. № 611 «Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці» [3].

Цивільним кодексом визначено поняття комерційної таємниці та те що не належить до неї, нами представлено на рис. 1.

Зважаючи на усталену практику, до комерційної таємниці належить така інформація:

- рівень прибутку та цінова політика;
- плани розвитку підприємства (бізнес-плани);
- відомості про укладені або заплановані договори;



**Рис. 1. Визнання комерційної таємниці згідно Цивільного кодексу**

- дані про контрагентів (постачальників і покупців);
- власні винаходи та раціоналізаторські пропозиції, які не захищено авторським або патентним правом;
- власні аналітичні огляди ринку, маркетингові дослідження

Держава регламентує умови використання конфіденційної інформації. Ст. 32 Конституції України [2] та законодавчими актами встановлено заборону збирати, зберігати, використовувати та поширювати конфіденційну інформацію про особу без її згоди, за виключеннями прямо передбачених законом.

Держава забезпечує захист комерційної таємниці суб'єктів господарювання відповідно до вимог Господарського кодексу та інших законів

Для забезпечення законних прав фізичних і юридичних осіб на володіння, користування та розпорядження інформацією, яка становить комерційну таємницю, чинне законодавство України передбачає адміністративну, цивільну чи кримінальну відповідальність у разі порушення цих прав. Порушеннями вважаються:

- необґрунтована відмова від надання відповідної інформації;
- надання інформації, що не відповідає дійсності;
- умисне приховування інформації;
- розголошення державної або іншої таємниці, що охороняється законом, особою, яка повинна зберігати цю таємницю;
- порушення порядку збереження

На практиці одним із дієвих засобів захисту комерційної таємниці є прийняття суб'єктом господарювання положення про комерційну таємницю, інструкції щодо нерозголошення та переліків відомостей, що становлять комерційну таємницю, письмово попередивши про відповідальність за її розголошення працівників. Працівник, у свою чергу, засвідчує підписом факт ознайомлення із положенням про комерційну таємницю та переліком відомостей, що становлять комерційну таємницю, а також про відповідальність за порушення комерційної таємниці. Цими документами має бути унормовано обіг інформації, використання, заборони чи обмеження. Також додатково необхідно унормувати відповідні положення у трудових договорах та посадових інструкціях персоналу. В окремих випадках, залежно від виду діяльності суб'єкта господарювання, доцільно було б внести відповідні корективи до статуту [4].

Законодавчо в Україні як в цивільно-правових, так і в трудових відносинах діє принцип свободи договору. Законодавство не зобов'язує фізичні особи, що знаходяться в трудових відносинах з підприємствами, підписувати паперові зобов'язання про нерозголошення комерційної таємниці. Якщо робота з відповідною інформацією входить до трудових обов'язків, працівник зобов'язаний дотримуватися розпоряджень роботодавця щодо порядку захисту комерційної таємниці. Однак, підписавши такий договір працівник визнає, що він обізнаний щодо

наявності комерційної таємниці, її не розголошенням і не використанням для отримання неправомірної вигоди.

Необхідно зазначити, що статтею 231 Кримінального кодексу України встановлено відповідальність за умисні дії, спрямовані на отримання відомостей, які становлять комерційну або банківську таємницю, з метою розголошення чи іншого використання цих відомостей, а також незаконне використання таких відомостей, якщо це спричинило істотну шкоду суб'єкту господарської діяльності [5]. Статтею 232 Кримінального кодексу України встановлена кримінальна відповідальність за умисне розголошення комерційної таємниці або банківської таємниці без згоди її власника особою, якій ця таємниця відома у зв'язку з професійною або службовою діяльністю, якщо такі дії вчинені з корисливих чи інших особистих мотивів і завдали істотної шкоди суб'єкту господарської діяльності. У разі відсутності істотної шкоди за такі дії передбачена адміністративна відповідальність відповідно до ч. 3 ст. 164-3 Кодексу України про адміністративні правопорушення.

Бізнес повинен використовувати норми, які стосуються захисту комерційної інформації, та з цією метою отримувати необхідну правову допомогу у фахівців юридичних компаній, зокрема і Європейської правничої компанії.

### **Література:**

1. Як покарати працівника за розголошення комерційної таємниці  
URL:<https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-zarplaty-i-kadry-3-kak-nakazat-rabotnika-za-razglasheniekommercheskoj-tajny>

2. Конституція України від 28 червн. 1996 р. № 254к/96-ВР URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

3. Цивільний кодекс України від 16 січ. 2003 р. № 435 URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

4. Основні напрямки охорони комерційної таємниці  
URL:<http://ukr.vipreshebnik.ru/gospodar-pravo/4386-osnovni-napryamki-okhoroni-komertsijnoji-taemnitsi.html>

5. Кримінальний кодекс України від 05 січ. 2001 р. № 2341 URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>

**Піскунова О.Л.**

здобувач СВО «Магістр» заочної форми навчання

**Пономаренко О.Г.**

к.е.н., доцент,

доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

*Полтавська державна аграрна академія*

*м. Полтава, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ**

У світлі створення демократично та соціально-орієнтованої податкової системи важливого значення набуває розроблення напрямів удосконалення механізму оподаткування фізичних осіб, який безпосередньо впливає на рівень добробуту громадян, ступінь диференціації доходів різних верств населення країни та рівень соціальної напруги в суспільстві.

Проблеми ефективності оподаткування, адміністрування податків і зборів, організації фінансового і податкового контролю досить ґрунтовно розроблені в науковій літературі. Однак, через високий рівень регламентації об'єкта [3] його облікове забезпечення має серйозні прогалини.

Метою наукових досліджень здобувачів вищої освіти у означеному напрямі буде узагальнення результатів існуючих наукових досліджень та обґрунтування рекомендацій щодо вдосконалення системи оподаткування доходів фізичних осіб у її організаційних обліково-аналітичних аспектах.

Відповідно до мети здобувачу для проведення ґрунтовного і всебічного дослідження необхідно виконати завдання:

– виявити основні сутнісні характеристики зобов'язань за податками як об'єктів обліку;

– узагальнити теоретичні положення щодо економічної природи розрахунків за податками з метою визначення місця податку на доходи фізичних осіб у загальній податковій системі;

– з'ясувати та систематизувати нормативні засади відображення в обліку процесів утримання та перерахування податку на доходи фізичних осіб (далі – ПДФО);

– узагальнити практику формування облікової політики як головного документу, що визначає організацію та технологію обліку розрахунків з бюджетом за ПДФО;

– виявити послідовність організації документування розрахунків з бюджетом за ПДФО;

– систематизувати засади складання кореспонденції рахунків з обліку розрахунків з бюджетом за податком на доходи фізичних осіб;

- дослідити методику відображення інформації про розрахунки з ПДФО в зведених облікових регістрах;
- виявити організаційні та методичні особливості проведення аналізу кредиторської заборгованості підприємства;
- розробити пропозицій з удосконалення організації обліку і аналізу на досліджуваній ділянці.

Об'єктом такого наукового дослідження є система розрахунків між суб'єктами господарської діяльності та бюджетом з податку на доходи фізичних осіб на прикладі конкретних підприємств.

Предметом дослідження є організація та методика обліку та аналізу розрахунків суб'єктів господарювання з бюджетом за податком на доходи фізичних осіб.

Методичною основою дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем фінансового та управлінського обліку поточних зобов'язань за розрахунками з бюджетом [1, 2, 4].

Для реалізації поставлених завдань доцільно використати такі методи: діалектичний метод пізнання та теоретичного узагальнення – для комплексного дослідження питань бухгалтерського обліку кредиторської заборгованості; групування та статистичних порівнянь – для комплексного оцінювання кредиторської заборгованості; аналізу і синтезу – для узагальнення інформації щодо стану регулювання розрахунків з бюджетом; абстрактно-логічний – для теоретичного узагальнення сутності та змісту кредиторської заборгованості і формулювання висновків; індукції та дедукції – для уточнення понять «податок», «збір», «платіж». графічний і табличний – для наочного відображення результатів дослідження; абстрактно-логічний – для формування мети й завдань дослідження; комплексно-системний підхід – для вивчення положень національного законодавства та нормативів щодо бухгалтерського обліку розрахунків з бюджетом за податком на доходи фізичних осіб.

Найбільш вагомими результатами таких наукових досліджень можуть бути пропозиції, що можна впровадити у практику облікової роботи досліджуваного підприємства. Зокрема, щодо удосконалення: наказу про облікову політику підприємства в частині деталізації аспектів щодо обліку кредиторської заборгованості; внутрішньої регламентації облікового процесу через запровадження Положення про бухгалтерію; удосконалення стану аналітичної роботи з метою застосування розробленої поетапної процедури оптимізації розмірів кредиторської заборгованості за податками і на цій основі зміцнення розрахунково-платіжної дисципліни підприємства [1].

### **Література:**

1. Андросова О. Ф. Шляхи удосконалення обліку та аудиту податку доходу з фізичних осіб. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 11. С. 214-218.



2. Гринюк М. Податкова культура, як і держава, одним днем не твориться. *Вісник податкової служби України*. 2010. № 21. С. 12-22.
3. Податковий кодекс України : Кодекс від 2 груд. 2010 р. № 2755 URL: [http : // www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) (дата звернення: 10.09.2019).
4. Швабій К. І. Оподаткування доходів населення : проблеми науки та практики : монографія. Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2009. 296 с.

## **УДК 336.01:330.1**

**Повод Т.М.**

доцент кафедри економіки та фінансів  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

**Остапенко А.С.**

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
*Херсонський національний технічний Університет*  
м. Херсон, Україна

### **ПОВЕДІНКОВІ ФІНАНСИ: СУТНІСТЬ І ОСНОВНІ ЗАСАДИ**

Історично суб'єкти агропромислового виробництва прив'язані до певної місцевості, певних природних ресурсів, до певного традиційного способу життя, як правило, психологія виробників сільськогосподарської продукції змінюється досить повільно. І незважаючи на розвиток ринкових відносин в аграрному секторі України, виробники сільськогосподарської продукції по різному сприймають сучасні ринкові реалії.

Агропромислове виробництво стає більш складним, тісно пов'язаним із іншими галузями економіки та зазнає впливу глобальних світових тенденцій. Зміни технологій, демографії, клімату, економічних тенденцій можуть привести і призводять, до різких, непрогнозованих змін попиту та пропозиції. Доходи усіх ланок агропромислового виробництва залежать від реакції на вхідну інформацію, оцінка якої змінюється залежно від психологічного сприйняття її різними агентами ринку. Тому, для підвищення рівня ефективності всіх ланок виробників сільськогосподарської продукції та забезпечення більш високого рівня їх конкурентоспроможності, надзвичайно актуально враховувати сучасні тенденції та форми новітніх світових маркетингових стратегій [1].

Поведінкові фінанси – напрям, що використовує напрацювання психології для підвищення та удосконалення пояснювальних та прогностичних можливостей фінансової теорії шляхом дослідження впливу

іраціональних факторів на прийняття фінансових рішень індивідами та наслідків цього впливу на фінансові ринки [2].

Дослідження даної галузі є надзвичайно важливим, через те, що поведінкові фінанси спроможні пояснити іраціональність поведінки суб'єктів агропромислового виробництва під час прийняття фінансових рішень, а також дають можливість оцінити ефективність ринків. Впродовж останніх двох століть, науковці намагаються узагальнити й систематизувати усі емпіричні напрацювання задля того, щоб визначити причину появи і можливі наслідки ринкових аномалій, а також дати адекватну оцінку і пояснення поведінки суб'єктів [3].

Іншими словами, поведінкові фінанси можна поділити на два рівні: мікро-, які розглядають поведінку індивідуальних інвесторів та відхилення в прийнятті рішень, що відрізняються їх від раціональних суб'єктів, передбачених неокласичною теорією; макро-, які виявляють і описують аномалії в гіпотезі ефективного ринку, які можна пояснити за допомогою поведінкових моделей [2, 4].

Поведінкові фінанси позиціонуються як один із напрямів поведінкової економіки. Поведінкова економіка є ширшим поняттям, оскільки вивчає поведінку і прийняття економічних рішень загалом і включає в себе торгівлю будь-якими товарами та послугами, а поведінкові фінанси звужуються до суб'єктів фінансового ринку і зосереджуються на інвестиціях і вартості фінансових інструментів [2].

Традиційно поведінкові фінанси займаються дослідженням взаємозв'язку прийняття фінансових рішень і психології прийняття цих рішень на макрорівні. Вони значною мірою допомагають зрозуміти чому окремі індивідууми купують або ж продають фінансові інструменти, ігноруючи результати фундаментального аналізу та ведуть себе нераціонально в прийнятті фінансово-інвестиційних рішень. На рівні корпоративного управління основою цього підходу є поєднання біхевіористичної та психологічної теорій з економікою, а також фінансами, метою якого є пояснення нераціональних рішень, в даному контексті саме фінансових [1, 2].

Надзвичайно велика кількість авторів (можна сказати, що їх більшість) досліджуючи раціональність прийняття рішень, не розглядають можливості того, що керівник (менеджер) будучи під впливом певних факторів може приймати цілком нераціональні рішення, вплив яких на кінцеві результати роботи аграрного підприємства може бути абсолютно непередбачуваним. Саме тому, займаючись дослідженням сутності фінансового управління просто необхідно використовувати принципи поведінкових фінансів [2, 3].

### **Література:**

1. Бутенко В.М. Поведінкова економіка як інструмент маркетингу в сучасному агробізнесі. *Збірник наукових праць Таврійського державного*

агротехнологічного університету. Сер. Економічні науки. 2013. № 1(3). С. 52-57.

2. Кривий В.І. Сутність та основні теоретичні блоки поведінкових фінансів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 23(1). С. 12-16.

3. Адаменко А.С., Александрова М.М. Сутність поведінкових фінансів та їх зв'язок з іншими науками. *Розвиток фінансових відносин суб'єктів господарювання в умовах динамічного зовнішнього середовища: тези Інтернет-конференції*, 15 листопада 2018 р. Житомир : ЖДТУ, 2018. С. 71-74.

4. Pompian M. Behavioral finance and investor types: managing behavior to make better investment decisions. N.J.: Wiley finance series, 2012 – 232 p.

**УДК 004:631.1**

**Пристемський О.С.**

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Для стійкого розвитку аграрне підприємство потребує зваженого і цілеспрямованого управління усіма його підрозділами і ресурсами. Загально визнано, що найважливішими функціями управління є прогнозування, планування, облік, аналіз, контроль і регулювання. В цілому процес управління має інформаційну основу, через взаємозв'язки й інформаційний обмін між компонентами системи управління підприємством і ринковим середовищем. Економічний аналіз охоплює всі ділянки господарювання підприємств, оскільки від їх стану більшою або меншою мірою залежить ефективність його функціонування. Слід зазначити, що аналіз є підґрунтям проведення незалежної перевірки (аудиту) обліково-звітної інформації щодо діяльності підприємств з метою підтвердження її вірогідності та законності. Згідно з міжнародними нормативами аналіз є важливою ділянкою аудиту.

Під час проведення аналізу використовують прийнятні для користувача інформаційні технології за визначеним програмним засобом. З цього випливає, що технологія аналізу – сукупність різних інформаційних технологій, які обирає користувач програмного засобу для автоматизації визначеної ділянки аналізу господарської діяльності підприємств. На прикладному рівні інформаційні технології визначають способи, методи і засоби збирання, реєстрації, передачі, зберігання, оброблення і видачі

(розповсюдження або публікації) інформації в інформаційних системах. Безсумнівним є зв'язок між бухгалтерським й аналітичним програмним забезпеченням, тому важливо зазначити, що автоматизована інформаційно-аналітична система має інтегруватись з автоматизованою системою обліку, а в ідеалі вони мають бути складовими єдиної управлінської інформаційної системи підприємства.

У сучасній концепції організації інформаційних систем у різних предметних сферах виокремлюють дві частини: забезпечувальну та функціональну. Кожна з них у свою чергу складається з підсистем. Розв'язок функціональних задач реалізують забезпечувальні компоненти, що включають інформаційне, технічне, програмне, математичне, правове, лінгвістичне і організаційне забезпечення.

Інформаційні технології аналізу даних в комп'ютерних системах бухгалтерського обліку спрямовані насамперед на узагальнення облікової інформації, виявлення тенденцій розвитку та прогнозування показників господарської діяльності підприємств. Вони дозволяють представити дані, як в табличному, так і графічному вигляді, виконати порівняння показників обліку й розрахувати відхилення, сформувані різноманітні вибірки й групування даних по даті операції, підрозділам, контрагентам тощо.

В цілому використання вбудованих засобів аналізу й звітів управлінських інформаційних систем має декілька позитивних сторін: по-перше, немає проблеми з сумісністю даних; по-друге, підприємство не витрачає додаткові кошти на придбання програм. Серед негативних слід відмітити слабе охоплення ділянок економічного аналізу. При недостатній функціональності чи неможливості використання спеціалізованого програмного забезпечення, можна розробляти власні аналітичні таблиці засобами табличних процесорів. Їх важливість для аналізу й поширеність серед користувачів усвідомлюють розробники бухгалтерського програмного забезпечення, інтегруючи електронні таблиці зі своїми автоматизованими системами й передбачаючи можливість експорту даних, зокрема з бухгалтерських програм.

До стандартних інформаційних технологій аналізу даних, які реалізуються, належать: – розробка автоматизованих таблиць на основі формульних залежностей; – використання вбудованих функцій для формування економіко-математичних моделей; – графічні методи розв'язку задач; – обробка даних в якості бази даних; – методи математичного програмування для розв'язання оптимізаційних задач використовуються як для оптимізації виробничої, так і комерційної діяльності підприємства. Використовуючи вище наведені інформаційні технології можна створити автоматизовану інформаційну систему аналізу показників підприємства за минулий і звітний роки, які відбиваються в комплексі взаємопов'язаних аналітичних форм чи розрахункову систему для управління бюджетом.

Управління сучасним аграрним підприємством має ґрунтуватись на основі повної, оперативної і достовірної інформації, якісне й своєчасне

отримання якої забезпечують автоматизовані інформаційні системи. Врахування при прийнятті рішень багатьох факторів потребує опрацювання великої кількості внутрішніх і зовнішніх даних, що неможливо без застосування сучасних інформаційних технологій аналізу. Інформаційно-аналітична система повинна інтегруватись з комп'ютерною системою бухгалтерського обліку для спільного використання інформації та виконання аналітичних функцій.

### **Література:**

1. Іванюта П. В. *Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті: Навчальний посібник.* – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 180 с.
2. Івахненко С. В. *Комп'ютерний аудит: контрольні методики і технології.* – К.: Знання, 2005. – 286 с.
3. Ковшова І. О. *Огляд програмного забезпечення для розв'язання економічних завдань на підприємствах. «Економіка, менеджмент, бізнес».* – 2012. – Т. 1. – № 1. – С. 159-165.
4. *Обліково-фінансове забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки України на інноваційній основі: колективна монографія.* / за заг. ред. Г. Є. Павлової та І. П. Приходька. – Дніпропетровськ: Герда, 2015. – 524 с.

**УДК 657:338.43:004**

**Приходько Л.А.**

здобувач СВО «Магістр» заочної форми навчання

**Пономаренко О.Г.**

к.е.н., доцент,

доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

*Полтавська державна аграрна академія*

*м. Полтава, Україна*

### **НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПРЕТЕНЗІЯМИ**

Фінансове становище, розрахункові взаємовідносини усіх суб'єктів господарювання вимагають нагляду фахівців практиків, обліку та контролю. Реалізувати це можливо лише пильно слідкуючи за змінами в нормативно-правових документах, що регламентують облік та контроль досліджуваного об'єкта. Тому, бухгалтеру відповідної ділянки слід починати роботу з ґрунтованого аналізу обмежуючих положень нормативних актів стосовно організації обліку дебіторської заборгованості за розрахунками з різними дебіторами.

Управлінський облік дебіторської заборгованості є складовою системи обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Основною метою управління дебіторською заборгованістю є мінімізація її розміру та строків інкасації боргу, а також максимізація прибутку підприємства шляхом управління процесами формування інкасації дебіторської заборгованості.

Під терміном «претензія» розуміють вимогу кредитора до боржника про добровільну сплату боргу, відшкодування збитків, сплату штрафу, усунення недоліків поставленої продукції або виконаної роботи.

Порядок дій з пред'явлення претензій можна визначити за окремими етапами [1, 4]. Документи, що підтверджують вимоги заявника, додаються в оригіналах або належним чином завірених копіях. Документи, які є у другої сторони, можуть не додаватися до претензії з вказівкою про це в претензії. До претензії про сплату грошових коштів може додаватися платіжна вимога-доручення на суму претензії. В разі часткового або повного визнання претензії боржник вказує в цьому вимозі-дорученні визнану суму.

Для удосконалення облікового забезпечення претензійних розрахунків доцільно, передусім, посилити вимоги до документування процедур та наслідків внутрішньогосподарського контролю. У сільськогосподарських підприємствах пропонується вести Журнал оперативного контролю дисципліни розрахунків з дебіторами. Розроблений журнал дозволить контролювати розрахунково-платіжну дисципліну з дебіторами щодо строків та обсягів розрахунків, виявити можливості застосування врегулювання заборгованості (факторинг та інші інструменти), позиціонувати дебіторів за рівнем ризику, активізувати заходи по стягненню заборгованості.

Синтетичний облік розрахунків за поточною дебіторською заборгованістю з різними дебіторами за авансами виданими, підзвітними сумами, нарахованими доходами, за претензіями, за відшкодуванням завданих збитків, за позиками членам кредитних спілок та за іншими операціями ведуть на рахунку 37 «Розрахунки з різними дебіторами». За дебетом рахунку 37 відображається виникнення дебіторської заборгованості (у випадку з претензіями суми претензійних вимог), за кредитом – її погашення чи списання (у досліджуваному випадку – задоволення претензії) [2, 3, 5].

Обґрунтованою є пропозиція [2, 3, 5] проводити аналітичний облік окремо за визнаними та невизнаними претензіями на рахунках 3741 «Розрахунки за визнаними претензіями» та 3742 «Розрахунки за невизнаними претензіями». Вважаємо, що даний розподіл потрібен у зв'язку з тим, що за претензіями, які не визнані у добровільному порядку, розгляд справ у суді здійснюється протягом значних термінів.

Для того щоб зменшити ймовірність помилок при прийомі й обліку вимог до дебіторів, на нашу думку, слід формалізувати процес прийому й

обліку претензій за допомогою аналітичної відомості з рядом детальних інформаційних позицій для цілей управління, яка надасть цілісну інформацію для синтетичного обліку.

#### **Література:**

1. Господарський кодекс України : Кодекс від 16 січ. 2003 р. (зі змінами і доповненнями) № 436-IV. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 10.09.2019).

2. Добровольська О. В. Сучасна система організації контролю за дебіторською заборгованістю підприємств. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. № 1. С. 5-11.

3. Москалюк Г. О. Система внутрішнього контролю дебіторської та кредиторської заборгованості: напрямки удосконалення і розвитку. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. С. 4-9.

4. Порядок ведення претензійної та позовної роботи на підприємстві, установі, організації : рекомендації Міністерства юстиції України від 23 січ. 2007 р. № 35-14/7 URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 10.09.2019).

5. Сук П. Л. Облік розрахунків за претензіями. *Бухгалтерія в сільському господарстві*. 2009. № 15-16. С. 27-30.

**УДК 631.15:658.27**

**Прокопенко Н.С.**

доктор економічних наук, професор,  
зав. каф. фінансів, обліку та оподаткування  
*ПВНЗ «Європейський університет»,  
м. Київ, Україна*

### **ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ПІДТРИМКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Забезпечити ефективне функціонування аграрних підприємств можливо при інформаційно-аналітичній підтримці при умові, що вона побудована «на основі цілісної інформаційної системи та впровадження сучасних інформаційних технологій. Це на п'ятдесят відсотків спростить: виконання заходів з організації виробничих процесів та на сімдесят відсотків – ведення облікової звітності» [1, с. 162-167], де інформаційні технології, при цьому, виступають однією із основних складових у вирішенні означених завдань.

Інформаційно-аналітична підтримка забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств представляє собою комбінацію певних дій: збору інформації, обробки інформаційних потоків і виділення

серед них найважливішої інформації, накопичення та передачі інформаційних потоків для виконавців.

Варто також зазначити, що формування рішень, що ґрунтуються на результатах синтезу інформаційних потоків, залежить також від компетентності і рівня професіоналізму осіб, що будуть задіяні у даному процесі.

Вважаємо, що розробка дизайну інформаційно-аналітичної підтримки забезпечення ефективності функціонування аграрних підприємств повинна включати:

1) збір, обробку, накопичення, зберігання, аналіз інформаційних ресурсів;

2) діагностику достовірності отриманої інформації і перевірку наявності чи відсутності її асиметрії;

3) накопичення, формування, обробка і представлення аналітичної інформації для розробки заходів з ефективного функціонування аграрних підприємств.

Поряд з вище окресленим, необхідно вказати, що обробка даних інформаційних платформ, перевірка інформації на об'єктивність – це постійний процес. Також перед означенням мети потрібно визначитися зі сферами дослідження інформаційних потоків, накопичення і обробки інформаційного ресурсу, визначення спектру комунікаційних ланцюгів, фінансового стану підприємства і комбінації заходів з організації досягнення намічених результатів.

Адаптуючи наукові напрацювання вчених-економістів [2; 3; 4] до предмету дослідження, пропонуємо канву інтенцій інформаційно-аналітичної підтримки розробки напрямів ефективної діяльності підприємств аграрної галузі:

- вивчення досвіду аналогічних підприємств;
- планування організаційних заходів з досягнення визначеної мети;
- аналіз фінансового становища і можливостей при впровадженні визначених напрямів з досягнення ефективної діяльності сільгосподарів-виробників;
- розробка варіантів формування і реалізації заходів з досягнення намічених показників;
- контроль за станом впровадження окреслених заходів.

Вище вказані показники інформаційно-аналітичної підтримки забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств створюють умови для: об'єктивного визначення мети і завдань для її виконання; етапів розробки планів, заходів та їх впровадження; терміну, на який здійснюється прогноз показників; визначення показників результатів впровадження та їх критеріїв; розробки альтернативних варіантів при зміні ситуації на внутрішньому та світовому ринку; формування пропозицій стосовно методики збору і аналізу інформаційних ресурсів при потребі до певних змін.



Таким чином, від об'єктивності інтерпретації результатів дослідження інформаційних масивів залежить конгруентне планування дій підприємства з досягнення позитивного ефекту.

#### **Література:**

1. Чечетова Н.Ф. Сутність та завдання інформаційно-аналітичного забезпечення муніципального управління // Коммунальное хозяйство городов. – 2011. – С. 162-167.

2. Голячук Н.В. Обліково-аналітичне забезпечення як важлива складова управління підприємством // Економічний аналіз: зб. наук. пр. ТНЕУ. – Тернопіль: ТНЕУ. – 2010. – Вип. 6. – С. 408.

3. Prokopenko N. Management of the Innovative Developments in Terms of the Digital Economy: Transformation of Organizational Mechanisms / Olena Gudz, Nataliya Prokopenko// Management of innovative development the economic entities: collective monograph edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko in 2 Vol. / Higher School of Social and Economic, Przeworsk: Wydawnictwo I Drukarnia Nova Sadec, 2018. – Vol. 1 – 263 p. – P. 55-63

4. Тимошенко А.О. Фіскальна політика України в умовах євроінтеграції: теорія, методологія та практика: монографія. / А. О. Тимошенко. – К.: Вид-во Європейського університету, 2018. – 388 с.

**УДК 339.9:338**

**Протосвіцька О.І.**

аспірант кафедри фінансів, обліку і оподаткування  
*ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права»  
м. Херсон, Україна*

**Федорчук О.М.**

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва  
*Херсонського державного університету  
м. Херсон, Україна*

### **ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ**

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства є обов'язковою умовою його довготривалого та результативного функціонування у динамічному та невизначеному зовнішньому середовищі. Наведене свідчить про необхідність організації конкурентоспроможної підприємницької діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання як основи економічної системи України. Це, в свою чергу, вимагає практичного застосування теорії

конкурентоспроможності підприємства, яка слугуватиме підґрунтям для формування еко-систем управління конкурентоспроможністю на рівні кожного окремого суб'єкта підприємництва.

Сталість конкурентних переваг зумовлює, їх неперервне збереження протягом тривалого періоду часу без їх повторення конкурентами. Саме така «неповторність» рядом науковців виділена в якості критерію стійкості конкурентних переваг. Зокрема, с. Розелет зазначає, що лише забезпечення неможливості імітації конкурентами стратегії, як джерела конкурентних переваг, та вигод від її впровадження можуть гарантувати підприємству стійкість конкурентних переваг [1]. Тобто, формування та утримання стійких переваг екологічного типу передбачає неможливість дублювання конкурентами: джерел конкурентних переваг (стратегії, ресурсів, здатностей тощо); самих конкурентних переваг (вигід від впровадження стратегії, використання ресурсів, здатностей тощо).

Підприємство володіє сталими конкурентними перевагами, якщо воно: 1) випереджає конкурентів за суттєвими та значущими для неї параметрами; 2) забезпечує неперервність існування власних конкурентних переваг шляхом їх постійного оновлення (трансформацію старих, або створення нових галузей діяльності); забезпечує сталість власних конкурентних переваг шляхом усунення можливості імітації цих переваг та їх джерел конкурентами.

Ресурси є основою здійснення підприємницької діяльності, або, іншими словами, вони являють собою первинні засоби забезпечення господарського процесу. Первинність, в даному випадку, означає, що ресурси характеризують лише вхідні (початкові) позиції підприємства у конкурентній боротьбі [2]. Рівень конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта зумовлюється характером та результативністю перетворення первинних ресурсів на певний результат. Отже, відмінними характеристиками ресурсів підприємства є їх первинність та виконання функції забезпечення процесу створення нової якості (результату). Враховуючи зазначене, ресурси можна визначити як первинні засоби, які підприємство у процесі господарської діяльності трансформує на кінцевий результат.

Отже, джерела конкурентних переваг мають багаторівневу структуру: на першому (нижньому) рівні виділено ресурси, на проміжних – їх комбінації, на вищому рівні – здатності (результати інтеграції ресурсів та комбінацій). Зважаючи на ймовірність повторення переваг конкурентами, суб'єктам бізнесу не можна ігнорувати необхідність поточного моніторингу з метою вчасного виявлення відповідних загроз та їх попередження.

Необхідним є також врахування невизначеності екологічної складової зовнішнього середовища. У зв'язку із цим від наведених джерел конкурентних переваг слід відділити згадувані динамічні здатності, пов'язані із спроможністю господарюючого суб'єкта адаптуватись до змін оточуючого середовища шляхом зміни згаданих ресурсів, їх комбінацій та

здатностей. Важливим є формування цього виду здатності на всіх трьох рівнях процесу створення конкурентної переваги підприємства.

Взаємозв'язок екологічних та економічних процесів проявляється при переробці продукції, у тому числі переробними господарствами, і позначається на тому, що аграрне виробництво є сировинною базою. Переробка цієї продукції відноситься до промислового виробництва [3].

Ми вважаємо що, до особливостей продовольчої сфери слід віднести залежність якості продукції від стану довкілля. Відомо, що виробництво екологічно чистої продукції є для товаровиробника набагато дорожчим порівняно із звичайною продукцією і вимагає особливих технологій, додаткових витрат праці та нових знань. За відсутності всього цього незадовільний стан довкілля не сприятиме виробництву потрібної продукції. Саме тому є важливість врахування цього фактора.

Зазначені особливості виробництва суттєво визначають організацію підприємства продовольчої сфери, вимагають творчого підходу до використання законів природи та суспільства; визначають специфіку переробних господарств від моменту їх становлення до періоду нормального функціонування; обумовлюють своєрідний характер дій переробних господарств в умовах ринкової економіки. Отже, формування і діяльність конкурентоспроможного переробного господарства як самостійного суб'єкта в аграрному секторі економіки має відбуватися з урахуванням взаємопов'язаних економічних, біологічних та природних умов, що обумовлює специфічні вимоги щодо його організації та управління його діяльністю.

### **Література:**

1. Rosselet S. Leveraging competitiveness to wage war against short-termism [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.imd.org/research/challenges/TC072-11.cfm/](http://www.imd.org/research/challenges/TC072-11.cfm/).

2. The sustainable competitiveness index, 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://solability.com/wp-content/uploads/2018/12/The-Global-Sustainable-Competitiveness-Index-2018.pdf>.

3. Злидень І.М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / І.М. Злидень // Економіка: проблеми теорії і практики: Зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. – Вип. 213: Т. 1. – С. 75-81.

**Самайчук С.І.**

доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Організація обліково-аналітичного забезпечення управління розвитком підприємства – це сукупність заходів щодо побудови системи методів і процедур генерування та акумулювання даних ретроспективного, поточного і прогностичного характеру. Характерною рисою обліково-аналітичного забезпечення як системи є її комплексність, що виявляється через взаємодію інформаційних потоків бухгалтерського, оперативного, статистичного обліку та інформації, яка формується за допомогою методів фінансового, управлінського та стратегічного аналізу. Предмет організації обліково-аналітичного забезпечення включає в себе наступні об'єкти: обліково-аналітичний процес та системи забезпечення обліково-аналітичного процесу.

Обліково-аналітичний процес передбачає технологію обліку, системний збір, аналітичну обробку, трансформацію обліково-аналітичних даних в інформацію для складання фінансової та управлінської звітності, а також прийняття управлінських рішень щодо поточної та стратегічної діяльності.

Організація обліку і аналізу, орієнтованих на потреби управління розвитком аграрних підприємств, вимагає належного організаційного, методичного, кадрового та технічного забезпечення. Розглядаючи проблеми організаційного забезпечення обліку і аналізу необхідно визначитися із розподілом обов'язків щодо даних видів діяльності між окремими підрозділами чи виконавцями. При цьому може існувати функціональний та інтегрований підхід до організації забезпечення. При функціональному підході виділяються окремі організаційні одиниці: бухгалтерія та аналітичний підрозділ і між ними та іншими відділами налагоджується відповідна система зав'язків та потоків інформації. Виходячи із діючої організації структури, можливостей її удосконалення та масштабів діяльності підприємства, аналітичними функціями можуть займатися як традиційні структурні одиниці (планово-економічний чи планово-фінансовий відділи), так і новостворені суто аналітичні підрозділи. Інтегральний підхід передбачає створення єдиного обліково-аналітичного підрозділу, який стає єдиним центром збору, обробки, акумулювання інформації та підготовки управлінських рішень. Проміжним варіантом є наділення облікових підрозділів аналітичними функціями.

Враховуючи вимоги сьогодення щодо своєчасної та релевантної інформації в прийнятті управлінських рішень підвищуються вимоги щодо професіоналізму працівників бухгалтерської служби та аналітичного відділу. Для задоволення інформаційних потреб управління в сучасних умовах, бухгалтер повинен бути наділений аналітичними функціями і приймати безпосередню та активну участь у формуванні альтернативних варіантів управлінських рішень щодо стратегічного розвитку. Тому, доцільно виділити кадрове забезпечення в окрему складову. Оскільки, поряд із традиційними напрямками організації роботи працівників бухгалтерської та аналітичної служби (підбір кваліфікованих кадрів та їх навчання, впровадження системи мотивації, підвищення кваліфікації працівників) виникають нові категорії, зокрема: встановлення належних інформаційних зв'язків між оперативними підрозділами підприємства та зовнішнім середовищем; матеріальне, інформаційне і технічне забезпечення працівників; застосування та впровадження психологічних методів для формування в працівників здатності до креативного мислення [1].

Технічний аспект організації обліку і аналізу полягає у виборі способу обробки обліково-аналітичних даних за тією чи іншою технологією (у ручному чи комп'ютерному режимі). Однак, на теперішній момент часу ведення обліку та здійснення аналітичних процедур неможливе без використання сучасних технологій. Тому технічне забезпечення організації обліково-аналітичного процесу – це сукупність технічних засобів, програмних продуктів та комунікаційних технологій ведення бухгалтерського обліку, аналітичної обробки інформації та представлення отриманих результатів для прийняття управлінських рішень [2].

В залежності від характеру та масштабу сільськогосподарських підприємств технічні аспекти організації обліку та аналізу можуть спрямовуватися на вирішення наступних проблем: вибір централізованого або децентралізованого способу збору та обробки інформації; використання типових програмних продуктів, використання неспеціалізованих програм (електронних таблиць, баз даних), типових спеціалізованих програм, складних індивідуальних програм обліку і аналізу адаптованих до діяльності конкретних підприємств; організація документообігу та розподіл потоків загальнодоступної та внутрішньої інформації.

Таким чином, обліково-аналітичне забезпечення управління – це сукупність облікових і аналітичних процесів, об'єднаних у обліково-аналітичну систему та спрямованих на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом перетворення первинної інформації в узагальнюючу згідно з визначеними цілями, а також нормативно-правовим, методичним, організаційним, програмним, математичним, технічним та ергономічним забезпеченням. Тобто це відомості про господарські процеси, величину та ефективність використання спожитих ресурсів, що містяться в даних обліку, звітності та результатах їх аналізу.

## Література:

1. Рябенко Л.М. Особливості обліково-аналітичного забезпечення стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки». 2015. Вип. 12. Ч. 3. С. 207-212.
2. Іващенко Г.А. Обліково-аналітичне забезпечення економічної безпеки. Молодий вчений. 2018. № 2. С. 719-722.

УДК 657

**Сахно Л.А.**

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
м. Мелітополь, Україна*

## РЕБРЕНДИНГ АУДИТОРСЬКИХ ФІРМ

Коли бренд починає втрачати свої позиції на ринку або останні кілька років «пасе задніх» – значить настав час для змін. Спад продажів, послаблення інтересу до **послуг аудиторської фірми** свідчить про те, що підходи застаріли і необхідно активізувати потенційних клієнтів і завоювати їхню увагу, аби повернути колишні позиції.

Причиною ребрендингу аудиторської фірми може бути поява на ринку в цій самій ніші сильнішого конкурента з виразними презентаційними елементами і гнучкою ціновою політикою. Часто справа у свіжості ідей, нестандартному підході до вирішення тотожних проблем тощо. Для того щоб не стати аутсайдером, необхідно спрямувати всі сили на пошуки нових оригінальних ідей і способів їх втілення в життя.

Якщо всередині фірми відбулися значні зміни, наприклад, поставлено нові стратегічні цілі, змінилися цінності, затверджено нову стратегію роботи з клієнтами тощо, кращим способом повідомити про це споживачам буде саме ребрендинг.

Поява нових видів послуг чи трендів на ринку не може не вплинути на діяльність кожного із гравців певного сектору. Якщо ваш бренд перестав відповідати умовам ринку, ребрендинг у такому випадку стане порятунком.

Перехід на надання послуг для нового цінового сегмента або репрайсинг – одна з найбільш частих причин ребрендингу.

Часто ребрендинг стає лише відмінним приводом нагадати про себе і привернути увагу до призабутого бренду. Маркетологи також переконані у важливості зворотного зв'язку із клієнтами. Аудиторським фірмам вони рекомендують не нехтувати спілкуванням із поточними та майбутніми замовниками.

Не варто забувати і про такий потужний ресурс, як корпоративний сайт. Більшість шукає інформацію сьогодні в Інтернеті. Саме тому подбайте не

лише про якісне наповнення і оформлення сайту, а й про його видимість у пошукових системах. Фахівець, який займається підготовкою текстів для розміщення на сайті, повинен тісно співпрацювати з людиною, що знається на законах SEO-оптимізації. Тільки в такому випадку потенційні замовники бачитимуть сайт аудиторської фірми на першій сторінці пошукових систем. Досягти цього можна, звісно, і за посередництва реклами, однак ефект не буде тривалим у часі.

Водночас маркетологи застерігають: не варто розпорошуватися на всі з описаних способів просування бренду. Спробуйте ті з них, які здаються найкращими, і оберіть для себе найдієвіший, за допомогою якого можна залучити максимум клієнтів. Навчіться пропонувати не самі послуги, а результат від їх використання.

Не варто сподіватися на позитивний імідж організації, якщо вона співпрацює з пресою епізодично. Піар-спеціалісти повинні регулярно готувати для передачі в ЗМІ матеріали про поточну діяльність аудиторської фірми, тематичні огляди, аналітичні статті, статистичні дані, спростування недостовірної інформації, якщо остання була опублікована в пресі, відповіді на запитання клієнтів та журналістів, інформаційно-рекламні матеріали тощо.

Усі події внутрішнього життя аудиторської фірми слід перетворювати на публіситі, створюючи привабливу зовнішню оболонку з того чи іншого інформаційного приводу. Досвідчений піарник навіть із найбанальнішої ситуації вміє зробити щось екстраординарне, цікаве пресі і громадськості. Дуже важливо не передати куті меду – пафосність і нещирість дратують.

За грамотної роботи піар-відділу цікавими можна зробити такі внутрішні події: відкриття нових напрямів бізнесу, злиття компаній, ювілей фірми, доповідь першої особи фірми на тому чи іншому форумі, проведення опитування серед клієнтів, річний звіт компанії, інтерв'ю з відомою особою, скажімо клієнтом, проведення виставки тощо.

Для створення позитивного професійного іміджу аудиторської компанії надзвичайно важливо час від часу потрапляти на перші позиції рейтингів, які регулярно складаються діловими виданнями. Подана в такий спосіб інформація прекрасно сприймається і запам'ятовується. Крім того, таку інформацію можна використовувати у подальшому в рекламно-інформаційних матеріалах фірми.

Також не останню роль відіграють корпоративні видання – це один із найуспішніших кроків для просування аудиторських послуг. Щоправда, приймаючи таке рішення, варто бути готовим до збільшення витрат і масштабів відповідальності [1].

Не варто забувати і про такий дієвий інструмент просування, як спонсорство. Єдине застереження – будь-яка акція повинна бути солідною і справляти приємне враження на потенційних замовників аудиторських послуг.

Великі аудиторські фірми приділяють багато уваги соціальним заходам, спрямованим на збереження довкілля та підтримання енергоефективних технологій. Активно використовуються також різноманітні акції

просвітницького характеру. Адже не всі верстви населення розуміють, що таке аудит і яку важливу соціальну місію він виконує [2].

Загалом просування аудиторських послуг не терпить нічого яскравого, надто сміливого і креативного. Основні критерії, якими має керуватися піарник, – солідність, надійність, вишуканість, елегантність. До того ж ці вимоги мають поширюватися навіть на дрібниці: класичний стиль в оформленні офісу, строгий дрес-код персоналу, приглушені кольори фірмових бланків і рекламно-сувенірної продукції.

Репутація для кожної аудиторської фірми – найцінніший актив, який потрібно берегти мов зіницю ока. Саме тому аудиторські компанії ніколи не коментують політичні події. Особливо важливо пам'ятати про це сьогодні, коли ситуація на ринку аудиту неспокійна. Загалом аудиторам пасує нейтралітет. Некоректність або навіть агресія дуже погано позначаються на іміджі компанії.

### **Література:**

1. Козлова Л. Люди компанії – її головні іміджмейкери / Л. Козлова // Керування персоналом. – 2003. – № 1. – С. 7-11.
2. Доти Д. Паблісити и паблік рилейшнз / Д. Доти. – М.: Інформаційно-издательський дом «Филинь», 1996. – 237 с.

**УДК 657:004:63**

**Скрипник С.В.**

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ СУЧАСНОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ**

На розвиток вимог до формування й надання інформації системою бухгалтерського обліку в Україні вплинули процеси євроінтеграції та глобалізаційні процеси загалом. Крім того, для представлення інформації системою бухгалтерського обліку в прийнятному електронному форматі необхідним є використання сучасного інструментарію програмних продуктів, що відбувається в умовах розвитку інформаційних технологій і потужного тренду інформатизації (діджиталізації) суспільства. Діджиталізація якраз полягає в тому, щоб мінімізувати людський фактор і отримати ті дані, які дійсно є правдивими. А на їх основі робити висновки й приймати управлінські рішення.

Для кожного підприємства та його управлінського персоналу цифрові технології на сьогодні є не тільки незаперечним фактом, а й щоденними



реаліями, адже в практиці ведення бухгалтерського обліку процес упровадження інформаційних технологій характеризується відставанням від швидкісного проникнення цифрових технологій у господарську діяльність суб'єктів підприємницької діяльності. Тому вимоги до надання інформації обліковою системою мають пройти процес трансформування в напрямку розвитку інформаційних технологій, зокрема щодо інформації, яка узагальнює показники діяльності підприємства й подається у формах фінансової звітності та слугує основою для прийняття управлінських рішень. Саме цифровізація здійснює стимулюючий вплив на розвиток сучасного аграрного бізнесу в Україні, а впровадження інновацій забезпечує точність вимірювань, швидкість збору даних та якість їх опрацювання. Все це стає можливим після входження хмарних технологій в життя аграріїв. Водночас і проектом Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки до 2021 року особливий акцент зроблено на впровадженні технологій та інновацій у агросферу.

Упровадження цифрових технологій в агросектор активізувало розробників: на українському ринку почали з'являтися все більше компаній, які пропонують аграріям технологічні новинки за доступними цінами. Так, активно розвиваються системи Farm management, системи точного землеробства, системи дистанційного зондування землі (ДЗЗ), системи GPS-моніторингу транспортних засобів, геоінформаційні системи (ГІС), управління агровиробництвом, автоматизація виробничих процесів накопичення баз даних, структурування і аналіз інформації, супутниковий моніторинг, використання безпілотних літальних апаратів (БПЛА) тощо. Крім того, почали з'являтися програмні комплекси та устаткування для високої швидкості впровадження новацій.

Водночас, окрім ІТ для фермерських господарств, агробізнес потребує автоматизації найрізноманітніших складових своєї діяльності. Це – бюджетування, контроль доходів і витрат, управління персоналом, проектами, продажами, договорами та документацією та багато іншого. Для цього агрокомпанії впроваджують системи CRM (управління взаєминами з клієнтами) та BPM (управління бізнес-процесами), яка покриває більшість завдань і може об'єднати інше наявне програмне забезпечення.

Швидкі зміни в усіх сферах економіки завдяки використанню штучного інтелекту, робототехніки, аналізу даних та інших цифрових технологій вплинули й на професію бухгалтера, зокрема при формуванні на фінансової звітності бізнесу та держави, а також на стосунки між зацікавленими сторонами. Тому необхідно врахувати всі переваги та ризики, які може привнести вживання нових технологій у бухгалтерський облік. Наразі існує потреба переосмислити та адаптувати практику корпоративної фінансової звітності та аудиту, зважаючи на нові виклики та можливості, пов'язані з новими цифровими технологіями, особливо з використанням штучного інтелекту та блокчейну.

Для розуміння трансформаційних змін системи бухгалтерського обліку саме у світлі глобалізаційних процесів доцільно простежити законодавчі зміни вимог до звітності. Адже в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено основні поняття й концепції системи національного бухгалтерського обліку. Оскільки національне законодавство має бути гармонізовано з європейським, то зміни в цих категоріях відбуваються під впливом вимог міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), що базуються на Концептуальній основі, і європейського законодавства. Зокрема, це стосується вдосконалення порядку подання й оприлюднення фінансової звітності, яку необхідно подавати в єдиному електронному форматі (для підприємств, які звітують за МСФЗ) і оприлюднювати на власному сайті. При цьому оприлюднена фінансова звітність має бути підтверджена аудиторським висновком, що також підлягає публікації.

Практика господарської діяльності суб'єктів агробізнесу спрямована на аналіз аспектів організації управління, включаючи фінансовий моніторинг, механізми корпоративного контролю, внутрішній контроль, підзвітність, прозорість та управління фіскальними ризиками. Тому багато країн працюють у рамках програми «STAREP» (Зміцнення аудиту та звітності у країнах Східного партнерства), що фінансується ЄС та реалізується Центром реформ фінансової звітності Світового банку (CFRR) для Азербайджану, Білорусі, Вірменії, Грузії, Республіки Молдова та України, й досягли значного прогресу, прийнявши нове законодавство у сфері бухгалтерського обліку та аудиту.

### **Література:**

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. (у редакції від 16.11.2018 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

2. Карпенко О.В., Плікус І.Й., Головіна Д.В. Вплив цифровізації на розвиток бухгалтерського обліку. Соціально-економічні та правові чинники розвитку національної економіки України: облікові, аналітичні та контрольні аспекти в сучасних умовах інтеграційних процесів: міжн. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 22 листопада 2018 р. Полтава: ПУЕТ, 2018. С. 120–124.

**Соколова М.П.**

студентка 4 курсу ЕФ спеціальності «Облік і оподаткування»  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Формування в системі бухгалтерського обліку управлінської складової зумовлено необхідністю прийняття управлінських рішень, що базуються на основі якісної інформаційної бази. Останнім часом серед топ-менеджменту прогресивних вітчизняних підприємств дуже популярною стала ідея про впровадження підсистеми управлінського обліку. При цьому, відповідаючи на запитання, що конкретно вони розуміють під управлінським обліком, керівники відповідають по-різному: це й облік затрат і як наслідок – калькулювання собівартості, це й популярне бюджетування, це й контроль, а для деякого – просто поєднання офіційної бухгалтерії з «управлінською» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, присвячених проблемам обліково-фінансового забезпечення, свідчить про те, що для вітчизняних і зарубіжних учених, розробка питань його здійснення різними суб'єктами господарювання в ринкових умовах господарювання є новим напрямом наукового пошуку, і ця проблема лише фрагментарно висвітлювалась у публікаціях як теоретиків, так і практиків. Згідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», внутрішньогосподарський (управлінський) облік – це система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [2].

Сутність управлінського обліку полягає в деталізації системи обліку витрат і доходів, нормуванні, плануванні, контролі та аналізі, систематизації інформації для оперативних управлінських рішень.

Успішний розвиток підприємств прямо залежить від ефективності управління ними. При цьому значний вплив на процес мають управлінські рішення, прийняття яких ґрунтується на обліково-фінансовій інформації про наявність і використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Організація управлінського обліку в комерційних установах на відміну від бюджетних організацій не регламентується державними органами і здійснюється на підставі міжнародного досвіду, національних методик, виходячи з особливостей діяльності конкретної установи. Фінансовою метою, як відомо, є отримання прибутку в процесі здійснення виробничо-

господарської діяльності. Відповідно до мети і формуються управлінські завдання – не для звіту перед вищестоящими організаціями, а для безпосереднього здійснення управлінської діяльності, націленої на фінансовий результат.

Поняття -обліково-фінансове забезпечення співвідноситься з поняттям - інформаційне забезпечення, як частина із цілим. При цьому такий продукт обліку й фінансів, яким є обліково-фінансова інформація, являє собою основу, ядро системи інформаційного забезпечення діяльності підприємств. Саме створення зазначеної системи сприятиме підвищенню ролі обліку як однієї з функцій управління та забезпечить отримання оперативної, актуальної, достовірної інформації, щодо здійснених господарських операцій для прискорення процедур внутрішньогосподарського контролю та дасть можливість підвищити ефективність управління діяльністю підприємств. Таким чином, облік й фінанси одночасно з іншими важливими компонентами, а саме такими як планування, контроль, регулювання, аналіз тощо, які в управлінському процесі розглядаються як окремі функції управління, формують загальну інформаційну систему управління підприємством.

Процес постановки управлінського обліку аграрній установі вимагає спеціального підготовчого етапу та потребує вирішення таких питань:

- вивчення потреб установи в потенційній інформації управлінського обліку з боку різних користувачів – керівників структурних підрозділів;
- визначення функціональних напрямів, за якими передбачена побудова або реструктуризація управлінського обліку;
- виявлення елементів існуючого в установі внутрішнього обліку в межах виокремлених функціональних напрямів і оцінка їх адекватності реальним господарським процесам;
- розробка концепції управлінського обліку в установі;
- розробка структури відповідальності управлінського персоналу;
- визначення основних елементів управлінського обліку [3].

Основні напрями вдосконалення управлінського обліку полягають: зміщення акценту від ретроспективного застосування методів контролю та аналізу до перспективного; підвищення оперативності реагування на зовнішні та внутрішні зміни; оперативна оцінка стану формування витрат у різні часові періоди виробничого циклу; необхідність у безперервному дослідженні змін внутрішнього та зовнішнього середовища; необхідність обґрунтованої системи дій із забезпечення виживання підприємства в кризових ситуаціях [4].

Отже, правильна організація управлінського обліку в аграрному підприємстві дає змогу керівництву контролювати витрати коштів за окремими центрами відповідальності, стимулювати персонал до ефективного здійснення витрат при виконанні основних завдань та функцій.

## Література:

1. Управлінський облік: Матеріал из еженедельника «Баланс» № 51, стр. 64. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cons.parus.ua/>
2. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV (зі змінами від 16.11.2018). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
3. Лукін В.О. Організація впровадження управлінського обліку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://fkd.org.ua/pdf/2012\\_2/25.pdf](http://fkd.org.ua/pdf/2012_2/25.pdf)
4. Крушельницька Т. А. Управлінський облік та його складові / Т. А. Крушельницька, Г. Є. Павлова // Економіка АПК. – 2009. – № 20. – С. 22.

## УДК 336

**Соловей Н.В.**

к.е.н. доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
*Національний авіаційний університет*  
*м. Київ, Україна*

**Юдін В.К.**

аспірант кафедри фінансів  
*Уманський національний університет садівництва*  
*м. Умань, Україна*

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Страхування є одним з найпоширеніших інструментів управління ризиками в сільському господарстві у тому числі і фінансовими. Зауважимо, що страхова модель – це, по суті, певна система принципів і механізмів функціонування страхових відносин в цілому в країні чи у певній галузі народного господарства (авіаційне, морське, медичне страхування). Як правило, галузевий критерій поділу видів страхування на страхові моделі виправданий лише в тому разі, якщо механізм страхування суттєво відмінний від інших видів страхування та має ознаки комплексного страхування.

Узагальнюючи результати дослідження страхування ризиків у сільському господарстві можна констатувати, що показники кількості заключених договорів страхування, площ застрахованих сільськогосподарських земель та обсягу зібраної страхової премії показують хвилеподібні тенденції. Починаючи з 2005 р. по 2018 р. показники обсягу застрахованої площі сільськогосподарських угідь теж проявляли тенденції

то до збільшення, то до зменшення: у 2007 р. був найбільший показник – 2360 га, у 2008 р. знизився більше чим у двічі і у 2017 р. досяг всього 689 га.

Позитивні показники, викликані введенням державної субсидії сільськогосподарським товаровиробникам. Негативні тенденції пов'язані зі світовою фінансовою кризою, а також із внутрішньою політичною і економічною кризою в державі. Так, за цей період страхова сума становила 3,9 млн. грн., страхові премії 77,7 млн. грн., рівень виплат склав 12,9 % (за середньої ставки премій 2 %).

Зазначимо, що велике значення у сфері страхування діяльності виробників аграрної сфери займає страхування сільськогосподарських тварин. Так, у 2018-му році було кількість таких договорів складала 23 (13 – ВРХ, 9 – свиней та 1 – страхування свійської птиці). Страхова сума по цих договорах склала 316 млн. грн., а сплачена страхова премія – 2.4 млн. грн. Звернень за страховим відшкодуванням, звідси і страхових виплат, не було. Середня ставка страхової премії за укладеними договорами складає всього 0.8 %. Значення ставки страхової премії за договорами страхування сільськогосподарських тварин вказує на те, що договори не покривають основних ризиків виробництва продукції тваринництва. З зазначеного можна припустити, що за укладеними договорами сільськогосподарські тварини передавалися в заставу банківським установам з метою отримання кредитних ресурсів.

Сільськогосподарське страхування наразі важко назвати комплексним, оскільки особисте страхування сюди не відноситься, а страхування майна, а саме будівель, споруд, сільськогосподарської техніки та устаткування, є окремими страховими продуктами, які, в основному, не відрізняються від страхування таких же об'єктів в інших галузях народного господарства. Зазначене майно також не відноситься до сфери майнових інтересів аграріїв, які страхуються з державною підтримкою.

Сьогодні в Україні існує 2 групи видів сільськогосподарського страхування (обидві добровільні), а саме:

1) страхування будь-яких ризиків сільськогосподарських підприємств, що здійснюється відповідною страховою компанією на підставі ліцензії відповідно до Закону України «Про страхування»;

2) страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою, яке здійснюється за окремою ліцензією. Це добровільний вид страхування, проте таке страхування є обов'язковою умовою отримання сільськогосподарськими підприємствами будь-яких видів державної допомоги (дотацій, субсидій тощо).

Крім того, сільськогосподарські підприємства відповідно до законодавства змушені здійснювати і деякі види обов'язкового страхування, на які страхові компанії повинні також мати окремі ліцензії.

Солоха А.М.

студентка спеціальності «Облік і оподаткування»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет*  
*м. Мелітополь, Україна*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У ЗВ'ЯЗКУ З ВИХОДОМ НА СВІТОВИЙ РИНОК**

В умовах дефіциту на світовому ринку фруктів Україна могла б стати одним з провідних експортерів даної продукції. Але для цього необхідно значно збільшити збір фруктів. Але існує ряд факторів, які заважають це зробити. Головним з них є відсутність державної підтримки. Єдиною допомогою є компенсація витрат, вкладених в посадку саду. Але така підтримка непостійна і прямо залежить від обсягів продаж останніх. Також одним з ключових перешкод є земельний фактор. Оскільки інвестиції окупаються через п'ять-сім років, необхідно брати землю для посадки дерев в довгострокове користування. А неоднозначність вітчизняного законодавства дозволяє орендодавцю розірвати договір оренди в будь-який момент. Вирішивши проблему з землею, підприємства отримують нову – відсутність якісного посадкового матеріалу та технологій вирощування. Активному інвестуванню в розвиток цієї галузі заважає і низький розвиток інфраструктури зберігання та доставки плодів від виробника до кінцевого споживача а також слабка і неінформативна облікова складова, яка є основним інформаційним джерелом. В процесі зберігання та транспортування втрачається більше плодів та ягід, ніж виробляє середня за розмірами держава Європейського союзу. Наприклад, пропадає приблизно 12 – 15 % яблук, а це більше 100 – 130 тис. тон за рік. Держава, на жаль, цією проблемою поки не цікавиться. А в ЄС виробнику повертають до 70 % коштів, витрачених на будівництво сучасного сховища, тому що це підвищує його конкурентоспроможність та знижує цінові коливання. В Україні ж потреба в сучасних плодосховищах задоволена лише на 5 %. Впливає і відсутність повноцінної сіті оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні. Воно дуже розповсюджені в Європі і є ключовою ланкою в доставці аграрної продукції від виробника до споживача. В нашій країні класичних оптових ринків поки що немає. Знову ж таки для цього необхідна державна підтримка. Крім всього вище зазначеного, дуже важливим залишається питання наявності в Україні екологічно чистих фруктів. Зараз багато хто впевнений: якраз закордонні постачальники фруктів і занести наших садівників на корінню. Непоказне вітчизняне яблучко виглядало убогим непорозумінням поряд з

розкішними імпортними плодами. Але за останні рік-два українці зрозуміли, чиї фрукти смачніші і корисніші. Але при цьому турецьке і вітчизняне яблучко одержують однаковий сертифікат якості, оскільки ГОСТу і СанПНу (санітарним правилам і нормам) і те і інше відповідають. Іншої градації не вироблено. А виробники і покупці від цього страждають. Адже фактично СанПНи вводять споживача в оману, пояснюючи, що всі продукти однаково корисні. По харчовій цінності в принципі і наші, і імпортні фрукти рівні, а по кількості вітамінів, можливо, зарубіжні навіть і переважають вітчизняні. Але проте прийнято вважати, що найкориснішими для людини є продукти, вирощені в тих же широтах і при тому ж кліматі, в якому вона живе. По-перше, їх мікроелементний склад ближчий до звичного для неї, по-друге, система травлення виробляє саме ті ферменти, які здатні переварити звичні продукти. Але все таки не це головне. Переваги визначають звички: яблука з свого саду завжди смачніші покупних. Крім того завжди знаєш, як вони вирощені. До того ж наші садівники зараз нерідко віддають перевагу імпортним сортам яблунь і груш або їх гібридам. Ми вже років 20 їмо в основному угорські сорти яблук джонатан або голден. А звичні антонівка і грушівка в цих садах не ростуть.

Для України відкриваються великі можливості виходу на світовий ринок зі своєю продукцією. Оскільки потреба в плодово-ягідній продукції збільшується, саме час брати ініціативу в свої руки. Але, якщо фруктова галузь не отримає діючої підтримки з боку держави, то через сім-вісім років наша країна втратить індустриальне садівництво та поставить внутрішній ринок плодів та ягід в повну залежність від імпорту.

**УДК 657:338.43:004**

**Стоєва Т.С.**  
студентка 11 МБ ОО групи  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Євроінтеграція України в глобальний економічний простір зумовлює модернізацію сучасної фінансово-економічної системи. Особливо гостро це відображається на вітчизняних виробниках сільськогосподарської продукції, які стикаються з рядом проблем, пов'язаних з особливостями їх діяльності, зокрема це сезонність виробництва, природно-кліматичні умови, низька еластичність попиту на сільськогосподарську продукцію та її



здатність швидко псуватися, недосконале законодавство, проблеми із залученням зовнішніх джерел фінансування тощо. Тому існування таких загроз обумовлює актуальність проблеми формування механізму економічної безпеки аграрних підприємств.

Науково обґрунтовані теоретико-методологічні аспекти, пов'язані з економічною безпекою суб'єктів господарювання висвітлили в своїх наукових працях такі вчені-економісти, як О. В. Ареф'єва, С. Ф. Покропивний, М. А. Бендіков, В. І. Мунтіян, С. М. Ілляшенко, С. В. Васильчак, О. В. Раздіна та ін. Але не зважаючи на велику кількість теоретичних досліджень немає загально визнаної методики її оцінки.

Економічна безпека сільськогосподарського підприємства – це такий стан його господарських ресурсів, який забезпечує раціональну галузеву-організаційну структуру підприємства, враховуючи географічне розташування та природно-кліматичні умови його діяльності, за якого воно здатне ефективно протидіяти можливим загрозам внутрішнього й зовнішнього середовища, а також досягати поставлених цілей на основі реалізації обраної ним стратегії розвитку [1, с. 99].

Головною метою економічної безпеки сільськогосподарського підприємства є гарантія його стабільного та максимально ефективного функціонування і високий потенціал розвитку в майбутньому.

Економічна безпека підприємства досягається в тих випадках, коли воно є фінансово стійким, здатне запобігати негативному впливу внутрішніх та зовнішніх ризиків, а його ресурсний потенціал, організаційна та управлінська структури відповідають цілям і завданням статутної діяльності.

Сьогодні результатом процесів реформування аграрного сектору є складний фінансовий стан сільськогосподарських підприємств, значне зменшення поголів'я сільськогосподарських тварин, збитковість тваринницької галузі, зниження рівня життя в сільській місцевості. Однією з причин такого стану є те, що на початку реформ в аграрному виробництві не були враховані можливі ризики реформування та їх вплив на результати діяльності сільгоспідприємств, а також не були напрацьовані адекватні інструменти та механізми їх мінімізації [2].

На думку керівників с/г підприємств основними чинниками, які б сприяли розвитку підприємств, є державна підтримка, наявність фінансових ресурсів, достатнє технічне забезпечення, висока кваліфікація та досвід працівників, ефективне використання земельних ресурсів, підвищення якості продукції.

Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств обумовлюється багато в чому станом його фінансів, що і призводить до необхідності розгляду проблем менеджменту фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств.

Найповнішим визначенням фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств є твердження, що це діяльність з управління ризиками та захисту інтересів аграрного підприємства від зовнішніх та внутрішніх

загроз з метою забезпечення стабільного розвитку підприємництва та росту власного капіталу в поточній та стратегічній перспективі [3].

Для забезпечення фінансової безпеки на сільськогосподарських підприємствах і можливості передбачення ризиків на підприємстві повинна існувати система органів управління фінансовою безпекою, що мають проводити діагностування стану підприємства, прогнозувати можливі загрози та вживати низку заходів із забезпечення стабільності системи фінансової безпеки аграрних підприємств. З цією метою слід здійснювати ефективне управління економічною безпекою через створення відповідної спеціалізованої структури – служби економічної безпеки. Її діяльність повинна ґрунтуватися на дотриманні принципів: керованості, послідовності, системності, пріоритетності, справедливості, збалансованості та узгодженості [4].

Проблеми економічної безпеки галузі сільського господарства досить актуальні та вимагають їх вирішення шляхом активізації зусиль як з боку держави, так і власників підприємств. Проаналізувавши нинішню економічну ситуацію в країні та ринкові умови функціонування суб'єктів підприємництва, пріоритетними завданнями мають бути: державний протекціонізм в аграрній сфері, реалізація різних програм державної підтримки; залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій; залучення інновацій. Впровадження вищезазначених заходів забезпечить ефективне функціонування суб'єктів господарської діяльності, підвищить рівень їх конкурентоспроможності та посилить їх економічну безпеку.

### **Література:**

1. Качанівська Ю. І. Економічна безпека сільськогосподарських підприємств / Ю. І. Качанівська // Науковий Вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2015. – № 1. – С. 98–105.

2. Єлістратова Ю. О. Економічна безпека сільськогосподарських підприємств та її складові на макро- та мікрорівнях / Ю. О. Єлістратова // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5. – С. 81–86.

3. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 1 (1). – С. 86–97.

4. Череп О. Г. Управління фінансово-економічною безпекою підприємств в Україні / О. Г. Череп, З. П. Урусова, А. А. Урусов // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 3 (61). – С. 328–330.

**Сухомлин О.В.**

здобувач СВО «Магістр» заочної форми навчання

**Мац Т.П.**

к.е.н., доцент,

доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

*Полтавська державна аграрна академія*

*м. Полтава, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ**

Собівартість продукції сільськогосподарського виробництва обчислюється за допомогою окремих способів, що залежать від наявності або відсутності тих чи інших факторів калькулювання. Домінуючим та нормативно рекомендованим обліковим підходом є первісне визнання продукції сільськогосподарського виробництва згідно з нормами П(С)БО 30 «Біологічні активи». Основною перепорою у суцільному використанні цього підходу практиками є відсутність активного ринку та належного документального обґрунтування процесу визначення справедливої вартості [1].

Основним вихідним елементом будь-якого виробництва є готова продукція. Разом з тим результатом виробничого процесу може також бути побічна продукція, можуть мати місце відходи виробництва, припущений брак. Крім того безперервність технологічного процесу, особливості його організації вимагають рахуватися з наявністю незавершеного виробництва (основним фактором наявності його у сільськогосподарському виробництві є сезонність технологічного циклу та біологічних перетворень біологічних активів).

Оскільки готова продукція в бухгалтерському обліку після відокремлення від біологічного активу набуває методологічних рис запасів та відображається за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації, то виникає необхідність в уцінці готової продукції, порядок проведення якої аналогічний уцінці виробничих запасів.

При відображенні продажу готової продукції в бухгалтерському обліку зазначаються дві оцінки:

– оцінка, що прийнята підприємством згідно з обліковою політикою – первісна вартість (по Дт 901);

– оцінка, що визначається за домовленістю сторін (по Кт 701).

Наприкінці місяця загальну кількість випущеної продукції оцінюють за прийнятими в обліку цінами підприємства і фактичною (у випадку сільськогосподарської – справедливою вартістю) собівартістю. За даними відомості випуску готової продукції визначають результат роботи підприємства у процесі виробництва (різниця між фактичною і взятою для

обліку собівартістю випущеної продукції), економію або перевитрати. У сільськогосподарському виробництві порівнюють сумовий вираз загальних витрат зі справедливою вартістю, отримуючи на цій основі суми втрат від первісного визнання сільськогосподарської продукції (Дт 940) або доходів від такого первісного визнання (Кт 710).

У поточному обліку готову продукцію оцінюють за «твердими» обліковими цінами (середньорічною плановою собівартістю, договірними або оптовими цінами або за фактичною виробничою собівартістю). Якщо готову продукцію оцінюють за середньорічною плановою собівартістю, то відхилення планової собівартості від фактичної обліковують окремо. На кінець місяця ці відхилення розподіляють між залишками нереалізованої продукції і реалізованими виробами. При оцінюванні її за іншими цінами відхилення визначають як різницю між цими цінами та фактичною собівартістю [2, 3].

У балансі готова продукція оцінюється за фактичною собівартістю, а в поточному обліку протягом місяця бухгалтер оприбутковує її за умовними цінами – плановими чи продажними. Отже, виникають розбіжності в оцінці готової продукції [2, 3].

Щоб позбутися таких розбіжностей, треба визначити відхилення між фактичною та умовною вартістю продукції після складання калькуляцій та скласти виправні проводки (дебет рахунка 26 і кредит рахунка 23 у випадку, якщо фактична собівартість готової продукції перевищує умовну вартість або сортувати такий запис, якщо фактична собівартість виявиться меншою від умовної вартості). Такий обліковий підхід і досі часто зустрічається у практиці сільськогосподарських підприємств, хоча він є методично застарілим.

Фактична собівартість продукції (справедлива вартість) необхідна для визначення фактичних результатів діяльності господарства, ціноутворення, визначення ефективності технологічних та організаційних рішень, встановлення раціональності затрат тощо.

### **Література:**

1. Сук П. Л. Облік виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції в умовах ринку : методологія і практика : монографія. – К. : НАУ, 2007. 330 с.
2. Цебрій М. М. Проблеми обліку готової продукції і її реалізації. *Буковинський державний фінансово-економічний університет*. 2013. № 7. С. 141-146.
3. Чумаченко М. Дискусійні проблеми обліку витрат і калькулювання собівартості продукції. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2008. № 10. С. 3-7.

Тітенко З.М.

к. е. н., старший викладач кафедри фінансів  
*Національний університет біоресурсів  
і природокористування України  
м. Київ, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

З сучасних умов господарювання особливо гострою є проблема нестачі фінансових ресурсів у багатьох суб'єктів господарювання. Це пов'язано, перш за все, із втратою підприємствами власних ресурсів у результаті отримання збиткових результатів діяльності; зростанням у країні інфляції; недосконалістю системи оподаткування та високою вартістю залучених коштів. Недостатній рівень фінансових ресурсів безпосередньо впливає на виробничо-господарську діяльність підприємств, сприяє появі і зростанню боргів перед іншими суб'єктами господарювання та державою. У цих умовах важливе значення для бізнесу набуває формування достатніх фінансових ресурсів підприємств.

Розвиток ринкових відносин в Україні відбувався на тлі постійної нестачі фінансових ресурсів у значній кількості суб'єктів підприємницької діяльності. Відсутність фінансових ресурсів у необхідному обсязі спричинює порушення платіжної дисципліни та зниження рівня фінансової стійкості підприємств, а отже, і національної економіки [1, с. 18].

Основою фінансування господарської діяльності у сучасних умовах є власні фінансові ресурси. Створюючи підприємство засновники в першу чергу формують його статутний капітал, який характеризує первинну суму власного капіталу підприємства, інвестовану у формування його активів для початку здійснення господарської діяльності. Основними джерелами формування власних фінансових ресурсів в процесі здійснення господарської діяльності є прибуток і амортизаційні відрахування [2, с. 93]. Більшість підприємств не в змозі забезпечити себе достатньою кількістю власних фінансових ресурсів через відсутність прибутку, так на сьогодні частка збиткових підприємств становить 27,6 %, а також залучати кошти через нестабільності економіки для підтримки стабільного процесу виробництва.

Але власних фінансових ресурсів підприємствам аграрного сектору економіки, як правило, не вистачає, тому виникає необхідність залучення позикових коштів, які підприємства отримують у вигляді кредитів, що видаються на певний строк на умовах поверненості та платності. Однак, переважною частиною ці ресурси є недоступними для сільськогосподарських товаровиробників, що з одного боку пов'язано з їх високою вартістю, а з іншого – з низьким рівнем кредитоспроможності

позичальників. Тому все частіше підприємства аграрного сектору залучають фінансові ресурси через механізм лізингу, форвардні закупівлі сільськогосподарської продукції, аграрні розписки тощо.

Отже, ефективна діяльність будь-якого суб'єкта господарювання пов'язана з якісним управлінням процесами формування і використання фінансових ресурсів на основі врахування особливостей її здійснення та факторів, що впливають цей процес. Крім того, вивчення тенденцій, своєчасне виявлення причин протиріч та диспропорцій у формуванні фінансових ресурсів дозволяє зорієнтуватися підприємству щодо власних можливостей з метою попередження помилок і погіршення свого фінансового стану.

### **Література:**

1. Матвеева Н. В. Напрями підвищення ефективності використання фінансових ресурсів підприємств. Наука й економіка. 2016. Вип. 2. С. 17–21.
2. Мельничук К. В. Економічна сутність фінансових ресурсів підприємства та їх класифікація. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 10. С. 91-95.

**УДК 657:338.43:004**

**Трачова Д.М.**

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*«Таврійський державний агротехнологічний університет»  
м. Мелітополь, Україна*

## **ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Облік, як функція управління, забезпечує інформаційні потреби для прийняття рішень. Чим більш достовірною і оперативною буде інформація, створена у системі обліково-інформаційного забезпечення, тим швидше будуть прийняті рішення і ефективнішою діяльністю. Облік основних засобів залежить від специфіки діяльності підприємства, характеру технологічних процесів і їх організації, специфіки продукції. Тобто в різних галузях і навіть на різних підприємствах однієї галузі, організаційно-методичні елементи обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами будуть відрізнятися. При цьому загальним для всіх підприємств питанням буде залишатися питання розробки і дотримання амортизаційної політики, як важеля стимулювання інноваційного розвитку підприємства за рахунок своєчасного втілення новітніх технологій виробництва.

У світі накопичено величезний досвід використання амортизаційних відрахувань. Його ефективно впровадження в діяльність підприємств

України сприятиме вдосконаленню формування амортизаційного фонду підприємства і забезпечить дотримання принципу об'єктивності, оскільки на практиці амортизаційного фонду немає в наявності в більшості досліджуваних підприємств.

Реформування амортизаційної політики повинно відбуватися ззовні та з середини підприємства одночасно. В існуючих економічних реаліях формування амортизаційного фонду підприємства, навіть за рахунок власних ресурсів, неможливе та потребує втілення дієвих кроків нормативно-правового регулювання держави.

Вперше в Україні концепція амортизаційної політики на державному рівні розроблена в 2001 році. Метою концепції було «...визначення напрямів та механізмів удосконалення амортизаційної політики, як чинника активізації інвестиційної діяльності в державі» [1]. В документі зазначалося, що «... амортизаційна політика має бути спрямована на підвищення фінансової заінтересованості суб'єктів господарювання у здійсненні інвестицій в основний капітал за рахунок коштів власних амортизаційних фондів» [1]. Документ містить перелік заходів, які мали стимулювати підприємства формувати і використовувати власні ресурси на інноваційне оновлення в рамках накопиченої амортизації. Документом визначено кілька ролей амортизації:

- економічна роль амортизації – полягає у фактичному відшкодуванні діючих основних фондів; відповідні амортизаційні відрахування (економічна амортизація) відображають реальне знецінення основного капіталу в процесі виробництва та надання послуг і відносяться на витрати діяльності суб'єктів господарювання;

- податкова роль амортизації полягає у фінансовому відшкодуванні основного капіталу за рахунок зменшення оподаткованого прибутку на суму амортизаційних відрахувань (податкова амортизація) та одержання податкової знижки; стимулювання суб'єктів господарювання до застосування прискореної амортизації та її інвестиційного спрямування шляхом надання податкових знижок; запобігання зростанню цін виробників шляхом надання можливості суб'єктам господарювання відносити прискорену амортизацію не на витрати виробництва, а на зменшення оподаткованої частини прибутку.

На наш погляд, слід виокремити та підкреслити облікову роль амортизації в питанні об'єктивного відображення доходів і витрат підприємства та визначенні її реального фінансового результату у відповідності із принципами бухгалтерського обліку. Критичним такий підхід вбачається саме для аграрних підприємств, які мають найбільш формальний підхід до амортизації у порівнянні із іншими галузями економіки. Це пояснюється особливостями оподаткування і методикою визначення фінансового результату. Причиною хаотичного підходу до питань здійснення амортизаційної політики є відсутність єдиного координатора таких реформ, що пов'язано із багатогранністю економічної суті амортизації та великого кола зацікавлених користувачів, які

розглядають проблему тільки зі свого боку. На даний момент майже всі нормативні документи, які стосуються формування амортизаційної політики як на державному рівні так і на рівні підприємства генеруються міністерством фінансів України. Пріоритетом при цьому є фіскальний інтерес держави. Частина нормативних актів генерується комісіями з питань державного регулювання в різних сферах економіки. В цій великій кількості нормативних актів, які прийняті або коригувалися в різні роки, є велика кількість розбіжностей, пов'язаних з реформуванням обліку та оподаткування діяльності підприємств та несвоєчасним внесенням змін до всіх пов'язаних документів.

Для врахування інтересів підприємства і держави пропонується міністерству економіки ініціювати та очолити державну програму стимулювання економічного розвитку підприємств шляхом здійснення інноваційного переобладнання в рамках ефективної амортизаційної політики. Це доречно і в світі передачі повноважень міністерства аграрної політики та продовольства до МЕРіТ. Оновлення підходів до концепції обліково-інформаційного забезпечення здійснення амортизаційної політики повинно встановити рівновагу інтересів користувачів такої інформації. Метою такої концепції є викладення політики і процедури підприємства і держави у відношенні до управління, реєстрації і моніторингу стану основних засобів для забезпечення дотримання правил експлуатації, внутрішнього контролю за використанням і аудиту зобов'язань, пов'язаних з їх набуттям.

### **Література:**

1. Про Концепцію амортизаційної політики Наказ Президента України .  
Електронний ресурс: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/169/2001> (2001).

**УДК 657:338.43:004**

**Трусова Н.В.**

д.е.н., професор кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування

*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## **ПОТЕНЦІАЛ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЛОДОЯГІДНОЇ ГАЛУЗІ СТЕПОВОЇ ЗОНИ УКРАЇНИ**

Потенціал фінансово-інвестиційного розвитку українських сільгосптоваровиробників досить великий. І, основним завданням, яке постає перед сільським господарством – це визначення його величини в тих агрокліматичних зонах України, які потребують найбільшою вкладення



капіталу в плодоягідну галузь на регіональному та місцевому рівні; розгляд регіональної структури фінансового забезпечення виробничих потреб та прибутковості галузі; аналіз показників експортно-імпортних операцій із збуту плодоягідної продукції; визначення пріоритетних змін у номенклатурі плодоягідної продукції на міжнародних ринках для фінансування інвестиційних проектів; збільшення обсягу пільгового кредитування та формування прозорої регуляторної політики держави в контексті програм фінансової підтримки галузі; інтенсивне прискорення використання фінансових ресурсів із посиленням генеруючого механізму фінансового потенціалу регіонів Степової зони. Виконання цих завдань має стати потужним поштовхом до відтворення інвестиційного процесу плодоягідного виробництва.

Але, за існуючих фінансових інструментів, що розподіляють інвестиційний капітал між суб'єктами агробізнесу, на жаль не має чіткого взаємозв'язку та пропорційності його вкладення в операційний цикл плодоягідного виробництва. Крім того, фінансові потоки суб'єктів господарювання в регіонах Степової зони, в умовах агресивного фінансово-кредитного середовища, не адаптовані до стратегії державної підтримки плідництва у короткостроковій перспективі, і, як в інтегрованому бізнес партнерстві, так і в якості самостійних об'єктів інвестування. Обмеження притоків бюджетних фінансових ресурсів для здешевлення кредитів на закладення молодих садів та ягідників і нагляду за ними, не дозволяє в повному обсязі компенсувати вартість придбаної сільськогосподарської техніки й обладнання вітчизняного виробництва та покрити значну частину кредиторської заборгованості для фермерів та сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

Галузеві зусилля щодо зменшення ставки ПДВ для виробників до 7 % не вдалося досягти, а відтак існує податкове навантаження не дозволяє в повній мірі генерувати резерви фінансових ресурсів у формування достатньої величини потенціалу фінансово-інвестиційного розвитку на розширене відтворення плодоягідного виробництва. Тому, в основі базису безпечного середовища функціонування галузі має бути покладено процес диверсифікації ризиків при перерозподілі фінансових ресурсів у високодохідні інвестиційні проекти, враховуючи темпи прискорення інвестицій в розвиток суб'єктів середнього та малого бізнесу із необмеженим переміщенням джерел фінансування у часі.

Створення інтегрованої фінансово-інвестиційної системи в плодоягідництві у значній мірі залежить не лише від генерації фінансових ресурсів на макрорівні, але й активізації інвестиційної політики на мікрорівні. Це б дозволило забезпечити наповнення галузі інноваціями та високотехнологічними циклами виробництва продукції, наповнення національного споживчого ринку необхідним якісним асортиментом плодів та ягід.

Стратегія розвитку плодоягідної галузі Степової зони України має бути направлена на: стабілізацію і подальше збільшення виробництва з метою насичення внутрішнього продовольчого ринку конкурентоспроможною продукцією із розширенням умов її експорту; створення до 2025 р. можливостей відтворення екологічно чистої продукту, шляхом переходу від індустріально-хімічних методів виробництва плодів і ягід до біологічних; впровадження світового досвіду інноваційних технологій у виробництві; формування потужної системи фінансово-кредитного забезпечення суб'єктів плодоягідного виробництва на засадах державної підтримки [1].

Для стимулювання потенціалу фінансово-інвестиційного розвитку плодоягідної галузі держава в 2018 р. збільшила загальних обсягів фінансової підтримки садівництва, виноградарства і хмелярства, майже до 400 млн. грн. Повністю було профінансовано витрати на закладку молодих садів, частково – на будівництво фруктових садиб. Як результат, у 2018 р. галузевими підприємствами було створено майже 4 тис. га нових садів і введено в експлуатацію додаткові потужності для зберігання фруктів [2]. Але, розвиток ринку свіжих ягід все ще не передбачається, враховуючи відсутність 100 %-го використання державного фінансування. Основні сподівання виробники покладають на прозорість закупівельних цін та дієвість механізму збуту технічних і десертних яблук, а також ягід посередникам і переробним підприємствам. В даний час фермери розраховують на поступове зростання ціни на яблука урожаю 2019 р., адже обсяги пропозиції продукції урожаю 2018 р. продовжують стабільно знижуватись [3].

Серед джерел інвестування в найближчій перспективі найвагомішими мають стати: 1) внутрішні резерви нагромадження інвестиційних ресурсів не лише для здійснення простого, але й розширеного відтворення. Реалізація розширеного відтворювального процесу має відбуватись при рівні рентабельності плодоягідної продукції в межах 50-60 %. Досягнення такого рівня розвитку має забезпечуватись системою організаційно-економічних заходів ведення галузі на високотехнологічній інноваційній основі; 2) покращення системи раціонального кредитного забезпечення інвестиційних проектів сільгосптоваровиробників плодоягідної продукції, як на засадах державної підтримки здешевлення кредитів, так і джерел зовнішнього інвестування через приватних інвесторів.

### **Література:**

1. Про затвердження галузевої програми розвитку садівництва України на період до 2025 р. і галузевої програми розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.uazakon.com/documents/date\\_cu/pg\\_gbwsl/pg8.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_cu/pg_gbwsl/pg8.htm).

2. Річний галузевий звіт «Садівництво та ягідництво в Україні – 2018». – Київ, 2019 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[http://ukrsadprom.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-Richnyj-galuzevyj-zvit\\_Sadivnytstvo-ta-yagidnytstvo-2018.pdf](http://ukrsadprom.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-Richnyj-galuzevyj-zvit_Sadivnytstvo-ta-yagidnytstvo-2018.pdf)

3. Частка садівництва в агарному ВПП // Гаряча агрополітика. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/news/5497-chastka-sadivnitstva-v-agarnomu-vpp-stanovit-lishe-33--ofitsiyno>.

**УДК 657:338.43:004**

**Черненко К.В.**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку  
та економічного контролю  
*Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна*

### **ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ**

З розвитком новітніх інформаційних технологій зростає роль автоматизації як одного з основних факторів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання. Так, реалізація облікових процедур в умовах раціонально автоматизованого облікового середовища суттєво впливає на процес бухгалтерського обліку, який забезпечує повноту задоволення інформаційних потреб користувачів та ефективність управлінських рішень в системі досягнення економічного розвитку вітчизняних підприємств.

Зауважимо, що суб'єкт господарської діяльності, менеджмент якого вирішив перейти від ручного способу обробки облікової інформації до автоматизованого, може здійснити такий перехід одним із трьох можливих способів: 1) створити програмне забезпечення для автоматизації бухгалтерського обліку самостійно; 2) замовити проект у спеціалізованій фірмі; 3) придбати універсальне програмне забезпечення.

Вважаємо за доцільне розглянути базову характеристику зазначених основних варіантів створення програмного забезпечення для автоматизації процедур бухгалтерського обліку підприємства. Так, варіант номер один, тобто розробка програмного забезпечення для автоматизації облікових процедур самостійно, обирають лише дуже великі підприємства зі специфічними видами діяльності та організаційною структурою. Однак, негативним моментом даного підходу є те, що штатні програмісти підприємства не завжди дотримуються стандартів створення баз даних і тому, часто такі програми не дають змоги переносити інформацію до інших

програм, тобто можливість інтегрування інформаційних даних бухгалтерського обліку підприємства фактично є відсутньою.

Другий варіант, який передбачає створення програми для автоматизації бухгалтерського обліку на замовлення в спеціалізованій фірмі, є найдорожчим з усіх можливих трьох основних варіантів. Однак, даний шлях доцільно обирати великим підприємствам зі специфічними видами діяльності та організаційною структурою. Так, за умови реалізації саме такого підходу, успішність впровадження програмного продукту для автоматизації облікових процедур підприємства буде залежати від фірми-розробника, її компетентності, авторитетності, порядності, надійності тощо [1, с. 95].

Можливості бухгалтерських програм можуть слугувати критерієм для якісних оцінок і вибору для застосування підприємствами. До цих критеріїв потрібно віднести можливість програмного забезпечення – інформаційної бази:

- ✓ вести синтетичний і аналітичний облік активів, капіталу, зобов'язань із елементами управлінського обліку;
- ✓ формувати фінансову, податкову, статистичну звітність;
- ✓ надавати іншу довідкову інформацію для потреб ведення господарської діяльності;
- ✓ на базі цих можливостей проводити автоматизований аналіз-прогноз і контроль за діяльністю підприємства [2].

Крім того, програмне забезпечення повинне задовольняти відповідні технічні, комерційні й ергономічні потреби. Сьогодні будь-яка облікова система не просто інструмент формування звітності. Це джерело інформації, аналіз якої дозволяє керівнику підприємства відстежувати тенденції і приймати обґрунтовані управлінські рішення.

### **Література:**

1. Скалюк Р.В. Концептуальні основи ефективної автоматизації процедур бухгалтерського обліку на вітчизняних підприємствах. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3, Т. 1. С. 95-101.

2. Черненко К.В. Аналіз ІТ – інфраструктури бухгалтерських програмних продуктів України. *Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування* : [колективна монографія] / за заг. ред. В.Я. Плаксінка. Полтава, 2018. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1355>

**Шепель І.В.**

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Бухгалтерський облік нерідко називають вартісним, підкреслюючи те, що в цьому обліку відображаються лише такі об'єкти, які мають вартісну оцінку. Саме застосування вартісної оцінки дає можливість зіставити та узагальнити різнорідні засоби та економічні явища, порівняти витрати підприємства з виручкою, виявити результати його роботи, визначити собівартість, прибуток.

Характеризуючи П(С)БО 30 «Біологічні активи», слід зазначити, що окрім оцінки об'єктів за справедливою вартістю запроваджено принципово нову методику визначення фінансових результатів від сільськогосподарської діяльності, яка ґрунтується на розрахунку доходів та витрат при первісному визнанні біологічних активів та/або сільськогосподарської продукції, незалежно від того чи будуть вони реалізовані в майбутньому. Відображення активів за справедливою вартістю є досить неоднозначним, оскільки різні автори мають власне бачення застосування принципів та методів оцінки. На нашу думку, необхідно забезпечити єдність в оцінці біологічних активів з метою їх достовірного відображення у звітності.

Вартість довгострокових біологічних активів може змінюватись протягом періоду їх функціонування, зокрема: у результаті їх переоцінки на звітну дату; проведення невід'ємних поліпшень; зменшення корисності активів.

Довгострокові біологічні активи відображаються в обліку за справедливою вартістю або первісною вартістю (якщо відсутня можливість оцінити їх на звітну дату за справедливою вартістю). У разі, коли з'являється можливість оцінити актив за справедливою вартістю, він переводиться з групи об'єктів, що обліковуються за первісною вартістю до об'єктів, які обліковуються за справедливою вартістю.

Переоцінка довгострокових біологічних активів (дооцінка (уцінка) до справедливої вартості) має здійснюватись на кожну звітну дату постійно діючою Комісією господарства з визначення справедливої вартості біологічних активів та сільськогосподарської продукції.

У відповідності до П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів», на дату річного балансу підприємство має оцінювати, чи існують ознаки можливого зменшення корисності активу. Фактори зменшення корисності ДБАВ від зменшення корисності або вигоди від відновлення корисності

довгострокових біологічних активів, які оцінюються за первісною вартістю, відображаються в бухгалтерському обліку відповідно до П(С)БО 28. На вартість довгострокових біологічних активів, справедливу вартість яких визначити неможливо, нараховується амортизація.

Одним з найбільш суттєвих наслідків запровадження П(С)БО 30 «Біологічні активи» є оцінка біологічних активів і сільськогосподарської продукції та відображення її результатів в обліку. При первісному визнанні і на дату балансу біологічні активи відображаються за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу [1].

Використання справедливої вартості для оцінки активів підприємства сприяє реальнішому відображенню їх вартості в балансі, що дає можливість об'єктивніше проводити аналіз структури майна підприємств. Єдині підходи відображення вартості активів дають можливість порівнювати показники фінансової звітності різних підприємств.

При цьому інформація у звітності буде відповідати дійсності. Оцінку за справедливою вартістю можна застосовувати в управлінському обліку для власних потреб підприємства. Первинним і найбільш гострим є питання оцінки, в умовах ринкової економіки, в Україні існують реальні труднощі, пов'язані з визначенням справедливої вартості на основі ринкової ціни. За наявності кількох активних ринків їх оцінка ґрунтується на даних того з них, на якому підприємство передбачає продавати біологічні активи.

Враховуючи ці позитивні сторони справедливої вартості порівняно з фактичною собівартістю, багато країн з розвинутою економікою використовували її для оцінки продуктивних тварин, сільськогосподарської продукції при складанні фінансової звітності ще до введення в дію міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство».

Незважаючи на позитивні результати використання справедливої вартості для оцінки біологічних активів, досить спірним, на нашу думку, є порядок відображення в обліку фінансових результатів від сільськогосподарської діяльності. Відповідно до вимог П(С)БО 30 у фінансовий результат від основної діяльності підприємства крім фінансових результатів від реалізації сільськогосподарської продукції та біологічних активів, як запасів, включаються також фінансові результати від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів і фінансові результати від зміни справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю.

Таким чином, при перевищенні справедливої вартості над фактичною собівартістю на підприємстві виникає «віртуальний» дохід, виникнення якого суперечить принципам історичної (фактичної) собівартості та обачності, зафіксованим у Законі про бухгалтерський облік і звітність в Україні. У зв'язку з цим методично неправильним, на нашу думку, є

порядок відображення доходів від оцінки біологічних активів за справедливою вартістю з наступним віднесенням на прибутки (непокриті збитки)». Більш правильним було б такі доходи відображувати на окремому рахунку, який можна назвати «Потенційні доходи».

### Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»// Школа бухгалтера. – 2006. –№ 4. – С. 12-14.

УДК 657

**Яценко В.Ф.**

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна

## АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПОСЛУГ В ЕЛЕКТРОННОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Вітчизняні науковці мають одностайну думку щодо активного розвитку ринку аутсорсингу бухгалтерських послуг [1,2,3]. Реалізацію аутсорсингу в електронному середовищі (Е- аутсорсинг) розглянемо на прикладі надання аудиторською фірмою супутніх аудиторських послуг (табл. 1).

Таблиця 1

### Супутні професійні послуги, які надає аудиторська фірма

Назва аудиторської послуги	Назва договору	Назва документа, який підтверджує виконання аудиторської послуги
1	2	3
Ведення бухгалтерського та податкового обліку клієнтів (аутсорсинг)	Договір на ведення бухгалтерського та податкового обліку	Акт приймання-передачі аудиторських послуг
Складання фінансової звітності	Договір надання послуг зі складання фінансової звітності	
Складання податкових декларацій та інших звітів	Договір надання послуг зі складання податкових декларацій та інших звітів	

Назва аудиторської послуги	Назва договору	Назва документа, який підтверджує виконання аудиторської послуги
1	2	3
Письмові консультації з питання	Договір надання інформаційно-консультаційної послуги.	Довідка за результатами письмової консультації з питання ..., або відповідь на запит ..., або письмові пояснення з приводу ...
	Договір про надання аудиторських консультаційних послуг	

Наведені в таблиці 1 послуги можуть надаватися Клієнту аудиторською фірмою традиційно або в режимі On-line, при цьому під час підписання договору про співробітництво обов'язково вказується варіант реалізації надання послуг (табл. 2).

Таблиця 2

**Перелік послуг, що входять до пакету**

Перелік послуг	On-line	Традиційний
Документування та ведення первинного обліку на платформі 1S		
Оформлення та проведення розрахункових операцій у програмі «Клієнт-банк»		
Контроль правильності оформлення первинної документації		
Узагальнення та систематизація документів		
Нарахування заробітної плати		
Підготовка та подання звітності		
Нарахування та аналіз податкових зобов'язань		
Виконання графіку оплати податків		
Зберігання документації клієнта у боксах		
Проходження контрольних перевірок за період ведення обліку		

В таблиці 3 наведені нерегулярні послуги, що пропонуються аудиторськими фірмами та надаються за одним із двох варіантів: традиційний або On-line.



**Перелік одноразових послуг, що надаються аудиторською фірмою**

Перелік послуг	On-line	Традиційний
Складання наказу про облікову політику підприємства		
Складання наказів про документообіг підприємства		
Участь спеціаліста аудиторської фірми при проведенні річної інвентаризації та оформлення результатів		
Оформлення результатів інвентаризації		
Організація управлінського обліку		
Складання управлінської звітності		
Формування даних для звіту в ДКЦПФР (за потреби)		
Інші		

Якщо сторони узгодили, що надання послуг здійснюється з дотриманням режиму «On-line», то Клієнт зобов'язаний надати доступ (термінал-режим) до електронної бази програмного модуля «Бухгалтерія» та «Банк-клієнт» на термін дії договору. На вказаному ресурсі розміщується оновлювальне ліцензійне програмне забезпечення, база даних бухгалтерського та податкового обліку. Аудитор повинен допускати до роботи працівників, які вміють працювати з відповідним програмним забезпеченням. Для забезпечення збереження даних, Клієнт надає аудитору програмне забезпечення для передачі звітності до Державної фіскальної служби, Пенсійного фонду, Державної служби статистики, інші. Одночасно Клієнтом передаються ідентифікатори-паролі та електронні ключі підписів. З моменту передачі ідентифікаторів-паролів та електронних ключів аудитор несе відповідальність за їх розголошення. Також клієнт надає аудитору доступ (без права здійснення платежів) до електронного банку (Electronic-banking) з метою оперативної обробки фінансових операцій. У додатку (табл. 4) до договору про співробітництво Клієнт надає перелік осіб, які мають доступ до інформаційного ресурсу підприємства та до підсумкових результатів передачі звітності.

Отже, особливістю використання електронних послуг, наприклад аутсорсинг, є надання доступу до локальної мережі клієнта, в т.ч. облікової системи, до конфіденційної інформації. Абсолютної гарантії про збереження та нерозголошення інформації, яка вважається конфіденційною, не існує, проте необхідно чітко зазначити в дистрибуційній угоді про надання послуг в режимі On-line категорії інформації, яку слід відносити до конференційної (мережеві імена серверів доступу, IP адреси, найменування та версії операційних систем, облікові записи та паролі для доступу в

локальну мережу, елементи та налаштування інтерфейсу програмного забезпечення та інше).

Таблиця 4

**Перелік осіб «Клієнта», які мають доступ до ідентифікаторів-паролів та електронного цифрового підпису**

№	Повне П.І.Б.	Посада	Назва бази та характер доступу
1	2	3	4
1	Шевченко Тарас Петрович	Головний бухгалтер	Клієнт-Банк
2.	Герасименко Тетяна Миколаївна	Бухгалтер	Звітність до ДФС, Пенсійного фонду, ДСС
3.	Вороненко Валерій Федорович	Фінансовий директор	ІС (режим спостереження)

**Література:**

1. Давидюк Т. В. Бухгалтерський аутсорсинг як інноваційний інструмент досягнення економічних переваг / Т. В. Давидюк, Ю. І. Легоцька // Економічний журнал Одеського політехнічного університету = Economic journal Odessa polytechnic university. – 2018. – № 1 (3). – С. 11-18.

2. Назаренко О. В., Суровицька А. В. Аутсорсинг бухгалтерського обліку: переваги, недоліки та особливості запровадження // Економіка та держава. – 2018. – № 12. – С. 50-54.

3. Гаркуша С.А. Аутсорсинг бухгалтерського обліку: доцільність послуги / С.Ф. Гаркуша // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 807-810.

## СЕКЦІЯ 4. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ

УДК 658.8:[634+635]

**Барсук Ю.В.**

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії  
четвертого року вечірньої форми навчання

**Аверчев О.В.**

д.с.-г.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України,  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
г. Херсон, Україна

### РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПЛОДІВ І ЯГІД В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Формування системи глобального та національних ринків відбувається протягом останнього тисячоліття. Проте і наразі, в епоху формування постіндустріального суспільства, питання удосконалення ринкової основи цивілізації набуває нової актуальності на тлі достатньо відчутної загрози перманентних криз і дисфункцій. В умовах формування Поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВЗВТ) з країнами Європейського Союзу (ЄС) актуальним є встановлення ефективності розвитку продовольчого ринку, зокрема, ринку плодів і ягід з огляду на глобальні політико-економічні зміни. Головними є питання українського виробництва, забезпечення потреб населення плодоягідною продукцією та зовнішня торгівля.

Значний внесок у формування і розвиток ринкової теорії, а також безпосередньо методології трансформацій ринку здійснили зарубіжні дослідники: М. Алле, І. Ансофф, Л. Вальрас, Д. Кейнс, Ф. Кене, Л. Мізес, Д. Норт, Д. Рікардо, Д. Робінсон, Ж.-Б. Сей, А. Сміт, Ф. Хайек, Е. Чемберлін, М. Фрідмен та ін. Особливості сучасного етапу розвитку ринку розкрито в працях П. Дальмонда, Е. Еліота Рота, Ж. Тироля, Б. Хольстрема та інших. На пострадянському просторі питання ринкових механізмів вивчалися Л. Абалкіним, В. Андрійчуком, В. Апоп'єм, В. Базилевичем, І. Баланюком, А. Гальчинським, В. Гейцем, Ф. Горбоносом, М. Горлачуком, Є. Данкевичем, П. Єщенком, Ю. Зайцевим, П. Леоненком, І. Лукіновим, Ю. Лупенком, М. Маліком, В. Микитюком, А. Павленчиком, Б. Пасхавером, І. Радіоною, П. Саблуком, В. Савчуком, О. Скиданом, А. Чухном, Л. Янковською та іншими. Теоретичні і прикладні аспекти формування та функціонування вітчизняного ринку овочевої

продукції досить ґрунтовно відображено у працях В. Амбросова, О. Вишневської, В. Власова, О. Захарчука, Т. Кучеренко, П. Макаренка, О. Мороза, Н. Павленчик, В. Писаренка, В. Рудь та інших.

Метою досліджень є розкриття особливостей функціонування та розвитку українського ринку плодів і ягід в умовах глобальних політико-економічних змін.

*Об'єктом дослідження* є процес розвитку ринку овочевої продукції в Україні в умовах ринкових трансформацій.

*Предметом дослідження* є сукупність інституційних, теоретико-методологічних, методичних та прикладних засад процесу розвитку ринку овочевої продукції в Україні.

Основою дослідження стали методологія та загальнонаукові принципи проведення комплексних економічних досліджень, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, концептуальні засади теорії ринку, у т. ч. в інтерпретації класичної, неокласичної, неоліберальної та інституційної теорій, наукові дослідження, положення і розробки провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців. Крім того, використовувалися загальнонаукові методи емпіричного і теоретичного досліджень на основі діалектичного і системного підходів. Особливістю дослідження є використання плюралістичної дедуктивної моделі пізнання та, відповідно, інтерпретованих і видозмінених супутніх методів дослідження при описі універсальної моделі ринку за гіпотези можливості досягнення його ефективного стану відповідно до загальної теорії постіндустріального суспільства.

Ефективність розвитку будь-якого окремого ринку з структури продовольчого (в т. ч. плодів і ягід) залежить, в першу чергу, від потенційних можливостей забезпечувати населення якісною продукцією за рахунок власного виробництва. Роль різних типів виробників у забезпеченні потреб населення плодами і ягодами суттєво відрізняється. Особливе місце вже впродовж тривалого періоду серед товаровиробників цієї продукції відводиться господарствам населення. Вони виробляли в середньому за 2011-2018 рр. 82 % (1,7 млн. т) плодів і ягід. У сільськогосподарських підприємствах виробництво у 2018 році скоротилося порівняно з 1990 майже у 3,5 раза (до 412 тис. т). Це пояснюється тенденцією перевищення площ вибуття насаджень над закладанням молодих садів, а також наявністю значних площ під старими плодовими насадженнями (близько 25 тис. га).

У 2018 р. усі категорії господарств виробили плодів і ягід більше на 13,5 % в порівнянні з 2011 за рахунок підвищення врожайності в господарствах населення на 10,9 % (до 11,8 т/га) та сільськогосподарських підприємствах в 1,7 рази (до 7,1 т/га). Поряд з тим, площі плодоносних насаджень останніх збільшилися тільки на 2,0 % і становили 74,8 тис. га. Площі ж їх у господарствах населення в середньому за 2011-2018 роки склали 69,2 % (150,0 тис. га). У сільськогосподарських підприємствах урожайність садів коливається від 4 до 5, а в роки більш сприятливі за

погодними умовами, сягає 6-7 т/га. Істотне її зниження відбувається через недотримання агротехніки вирощування, зокрема, при внесенні мінеральних та органічних добрив, захисті рослин від шкідників і хвороб, що пов'язано з інфляційно-дефляційними процесами в країні: ціни на паливо, добрива та отрутохімікати у 2017 р. значно підвищились – у 2,5-3,3 раза порівняно з 2010 (до зміни політико-економічної ситуації в країні). Однак для розширення місткості ринку та повноцінного забезпечення потреб населення високоякісними плодами і ягодами, відповідно до раціональних норм споживання, розширення експортних поставок і переорієнтації статусу країни- постачальника сировини на постачальника готової продукції, особливо важливе значення має розвиток промислового садівництва.

До причин стійкості вирощування плодів і ягід господарствами населення в умовах економічної нестабільності можна віднести [1; 2]:

- нерозвиненість ринкової інфраструктури сільської місцевості, високий рівень безробіття, обмеженість у фінансових ресурсах змушує селян задовольняти, по-можливості, свої харчові потреби за рахунок власного виробництва, використовуючи при цьому примітивні знаряддя праці та, по суті, дешеву робочу силу членів родини. Так, за даними анкетних обстежень І.В. Свиноуса, для 97 % обстежених господарств виробництво продуктів харчування здійснюється для власного забезпечення та продуктової допомоги родичам, що живуть в місті і лише для 3 % – це спосіб отримати додатковий заробіток.

- можливість отримати додатковий дохід продаючи надлишок плодів чи ягід, які на думку вітчизняних споживачів, є більш якісними ніж промислового виробництва, оскільки містять менше залишків шкідливих для людського організму хімічних речовин;

- менша залежність господарств, порівняно із садівницькими підприємствами, від змін у ціновій ситуації на ринку плодів і ягід, цін на засоби захисту рослин та паливо, кредитів, необхідності страхування, державної фінансової підтримки і, врешті решт, від ймовірності втратити урожай через

- несприятливі погодні умови. Останнє пояснюється тим, що плодіві сади розташовані, як правило, поблизу житла їх власників, що дає можливість постійно контролювати стан плодоягідних насаджень та доглядати за ними економлячи свій час.

Таким чином, господарства населення працюють, як правило, на принципі самофінансування і без значних капітальних вкладень. Вони менш залежні від подорожчання енергоносіїв та інших матеріально-технічних ресурсів, бо в них переважає ручна праця, яка не враховується при визначенні доцільності й ефективності їх господарської діяльності. Реалізація плодів і ягід забезпечує населенню певний додатковий дохід, що достатньо важливо при його низькому платоспроможному попиті.

В цілому роль у вирощуванні плодів і ягід господарствами населення, при кризовій ситуації галузі садівництва, надзвичайно важлива. Адже, по суті, вони виконують основну функцію – забезпечують населення продукцією, переважно тією, що традиційно вирощувалась здавна: серед плодів зерняткових культур – це яблука і груші, кісточкових культур – сливи, вишні, черешні, абрикоси, горіхо-плідних – грецькі горіхи і здійснюють це, як правило, без будь-якої державної підтримки. На сьогоднішній день державна підтримка господарств населення, що займаються вирощуванням плодів і ягід як для власного споживання, так і продажу, через нестачу бюджетних фінансових ресурсів і, можливо навіть невизнання стратегічної важливості цієї ланки виробництва, поки що залишається лише на папері.

Плоди і ягоди, вирощені господарствами населення, на ринку вважаються неконкурентоспроможними в рамках угод СОТ та ЄС. У промислових підприємствах можна впровадити належний контроль за якістю на всіх етапах виробництва, переробки та збуту, а в господарствах населення це зробити практично неможливо. Навіть якщо вироблена продукція відповідає вимогам щодо її якісних показників, то відсутній механізм контролю якості, насамперед, ускладнений наявністю великої кількості виробників. Це звичайно негативний чинник, адже може призвести до збільшення негативного сальдо зовнішньоторговельної діяльності та частки імпортованих поставок плодів і ягід у споживанні населення і, як результат, концентрації основних доходів у іноземних постачальників цієї продукції та посередників. Однак незалежно від цього, господарства населення займають свою нішу на вітчизняному ринку плодів і ягід і суттєво впливають на формування пропозиції, попиту та цінову ситуацію.

В Україні створення обслуговуючих кооперативів у постачальницько-збутовій сфері, з метою ефективною реалізації плодів і ягід селянськими господарствами і зменшення участі посередницьких структур, має особливо важливе значення.

На нашу думку, поєднання маркетингу і кооперування є оптимальним варіантом для ефективного виробництва та збуту плодів і ягід господарствами населення. Адже однією з найважливіших функцій обслуговуючих кооперативів є можливість отримання товаровиробниками прибутку не лише від власної діяльності, а й від інших ланок маркетингового ланцюга – заготівлі, переробки, зберігання, пакування, транспортування та реалізації плодоягідної продукції. Так, на користь кооперативного сегменту продовольчого ринку і, зокрема, ринку плодів і ягід свідчать базові принципи їх діяльності, які створюють переваги для товаровиробників:

Однак в садівництві кооперація не набула широкого розвитку і щороку кількість обслуговуючих кооперативів скорочується. Нинішні лідери кооперативного руху не демонструють чіткого комплексного розуміння

проблем кооперації, бачення перспектив її розвитку. Частина з них є тимчасовими лідерами – відповідно до певної ситуації. Вони не мають необхідних знань, навиків для формування та розвитку кооперації. Він вважає за необхідне для подальшого розвитку кооперації на селі створення національного навчально-координаційного центру сільськогосподарської обслуговуючої кооперації.

Вчені переконані, що через особливості функціонування продовольчого ринку, зміни кон'юнктури, значну розосередженість основних виробників сільськогосподарської продукції, зокрема, плодів і ягід – господарств населення, які домінують у формуванні пропозиції, є необхідність у підтримці їх розвитку державою. Наразі відповідні органи державної влади й управління практично самоусунулися від виконання покладених на них функцій щодо управління, консультування та підтримки діяльності господарств населення.

Господарства населення виробляють в Україні більше 50 % сільськогосподарської продукції. Однак вони продовжують залишатися, як і за радянських часів, серед сільськогосподарських виробників «пасинками». Таким підприємствам необхідна державна підтримка, в даному випадку, державного регулювання і, що дуже важливо, пов'язувати успіх підприємств з можливістю передбачення (прогнозу) ринкових процесів та врахування тенденцій ринкової економіки.

Державна підтримка особистих селянських господарств згідно із Законом України «Про особисте селянське господарство» повинна здійснюватися відповідно до розроблених державних і обласних програм їх розвитку за рахунок державного та місцевих бюджетів. Такі програми наразі в Україні відсутні, а відтак, фінансова державна підтримка практично не надається.

Процеси кооперації та агропромислової інтеграції зможуть забезпечити підвищення ефективності виробництва плодОВОЧЕВОЇ продукції в Україні.

### **Література:**

1. Могильний О.М. Державне регулювання аграрного виробництва в період трансформації економіки / Могильний О.М. – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 430 с.
2. Основні напрями високоефективного розвитку пореформеного агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі / [відп. ред. П.Т. Саблук]. – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 730 с.
3. Організаційно-економічні проблеми розвитку АПК: у 4 ч. / [за ред. П.Т. Саблука та ін.]. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – Ч. 2. – 321 с.
4. Ринкова адаптація продовольчого комплексу України / [Онищенко О.М., Пасхавер Б.Й., Молдаван Л.В. та ін.]. – К.: ІЕ НАН України, 1998. – 264 с.
5. Галушко В.П. Економіка світового сільського господарства / Галушко В.П. – К.: НАУ, 1996. – 514 с.

6. Малік М.Й. Оцінка перспектив розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів / М.Й. Малік // Економіка АПК. – 2012. – № 7. – С. 3-8.

7. Господарства населення: продуктивність, ефективність, перспективи / [відп. ред. чл-кор. УААН Б.Й. Пасхавер]. – К.: Ін-т економіки НАНУ, 2003. – 100 с.

**УДК 338.439.5:330.131.5:634:635**

**Боліла С.Ю.**

доцент кафедри менеджменту організацій  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

### **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИКІВ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Забезпечення прибуткового виробництва плодоовочевої продукції залежить від кон'юнктури ринку та обґрунтованої стратегії розподілу продукції, виходячи з концепції маркетингу, що орієнтується на смаки і уподобання споживачів. Основні положення щодо збуту і реалізації сільськогосподарської продукції представлені в роботах вітчизняних науковців [1, 2]. Проте аспекти даної проблеми для плодоовочевих підприємств досліджені не в повній мірі. Метою даного дослідження було обґрунтувати основні напрями підвищення ефективності збутової діяльності товаровиробників плодоовочевої продукції на прикладі підприємств Херсонської області. Останнім часом спостерігається деяке пожвавлення в напрямку інвестицій в аграрний сектор економіки області. Так, наприклад, у 2018 році зведено два сучасних фруктосховища (Агрофірма радгосп «Білозерський» та ТОВ «Дніпро» Генічеського району), відкрито цех з виготовлення натурального соку, фермерськими господарствами області збудовано нові та відновлено існуючі зрошувальні системи на суму майже 300 млн. грн. та придбано сільгосптехніки на 100 млн. грн. Але в той же час залишається ряд питань щодо підвищення ефективності збутової діяльності агровиробників Херсонської області.

Аналіз збутової діяльності плодоовочевих підприємств з врахуванням вимог ринку дозволив виявити, що ряд виробників досить неефективно використовують канали реалізації продукції переробним підприємствам, підприємствам громадського харчування та через торгову мережу (магазини, супермаркети). Таким чином, покращення організації збуту плодоовочевої продукції вимагає від підприємств вивчення ринку та пристосування до змін його кон'юнктури. Тому, для вирішення даної



проблеми підприємствам слід налагодити маркетингову діяльність та сформувані ефективні маркетингові стратегії управління реалізацією. Були проаналізовані тенденції формування попиту та їх вплив на розробку і реалізацію маркетингових стратегій. На підставі проведених досліджень з метою розробки та реалізації маркетингових стратегій виробники плодоовочевої продукції мають враховувати наступні аспекти: приймати ефективні рішення щодо вирощування, збереження, передпродажної підготовки, пакування, транспортування; забезпечувати наявність маркетингової інформації про ціни та платоспроможний попит на ринках плодоовочевої продукції; організовувати ефективні різнорівневі канали реалізації та забезпечувати максимальні обсяги продажу, як за контрактами, так і на інших ринках збуту (магазини, супермаркети та інші); приділяти більше уваги питанням, пов'язаним з організацією просування продукції з використанням сучасного маркетингового інструментарію.

З метою вивчення конкурентного середовища бізнесу, правових умов, сильних і слабких сторін виробників, а також комплексного взаємовпливу факторів на ринку плодоовочевої продукції регіону було використано SWOT-аналіз та матричний метод (матриця Мак Кінзі). В результаті було запропоновано підходи до розробки та реалізації маркетингових стратегій виробників плодоовочевої продукції:

- ефективніше використання економічного потенціалу підприємств для активізації ринкової діяльності. Зосередитись на пошуках нових груп споживачів та завоювати їх прихильність. Розробити і запровадити новітні маркетингові технології, підвищити ефективність функціонування маркетингових структур за рахунок вдосконалення їх діяльності та забезпечення якісного контролю за їх роботою. Впровадити практику маркетингового планування.

- вдосконалення бізнес – планування на основі переходу до новітніх технологій виробництва. Впровадити комплексні методи щодо зниження собівартості виробництва та реалізації продукції через впровадження нових логістичних систем збуту, сучасних підходів до фасування та зберігання плодоовочевої продукції. Розробити концепцію власної торгівельної марки та здійснювати ефективний брендинг щодо просування на ринок нових видів продукції (гібридів, нових сортів, заморожених та консервованих плодів та овочів);

- підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок вирощування органічної продукції, розширення та поглиблення асортименту. Сформувані власну торгову мережу (спеціалізовані магазини та заклади громадського харчування). Приймати активну участь у всеукраїнських та регіональних презентаціях, дегустаціях та конференціях, що дасть змогу підтримувати зв'язок з споживачами.

- поглиблення співпраці з посередниками з метою покращення процесу реалізації плодоовочевої продукції. Використання можливостей нових взаємовигідних партнерських відносин на основі створення виробничо–

збутових кооперативів, посилення взаємодії з переробними підприємствами. Підвищення рівня підготовки працівників маркетингової служби.

Реалізація зазначених заходів підвищить ефективність збутової діяльності плодоовочевих підприємств та зміцнить їх конкурентні позиції.

### **Література:**

1. Кириленко І. Г., Дем'янчук В. В. Перспективи вітчизняного АПК в світлі прогнозів світового ринку продовольства. *Економіка АПК*. 2015. № 1. С. 21-28.

2. *Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації*: монографія / О. О. Єранкін. К. : КНЕУ, 2009. 419 с.

**УДК 338.48**

**Дуга В.О.**

старший викладач кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **ГАСТРОНОМІЧНІ ТУРИ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Зі зростанням потреби сучасної людини в подорожах, відпочинок перетворився на величезний сектор глобального ринку. Туризм у сільській місцевості, особливо аграрний, є одним із перспективних його сегментів. Набирає він популярності й на Півдні України – Херсонщині.

Враховуючи високий рівень природних та соціально-економічних ресурсів Херсонської області, є можливість організації гастрономічних турів як складових розвитку агротуризму. Адже ситуація, наприклад, в плодоовочівництві, певне перенасичення ринку, спонукає виробників до постійного пошуку нових бізнесових ідей. Однією з яких є не просто вирощування овочів та фруктів, а створення на їх основі нових продуктів з більшою доданою вартістю. Власноруч вирощені овочі та фрукти, приготовлені з них страви, застосування певних технологій тривалого зберігання і переробки можуть стати важливою складовою розвитку агротуризму. Саме тому вважаємо за доцільне розглянути роль та особливості гастрономічних турів у розвитку аграрного туризму на Херсонщині.

Гастрономічний тур – це оригінальний спосіб подорожі, який передбачає ознайомлення з технологіями виготовлення місцевих страв,

традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях тощо. Вважається, що гастрономічні тури привертають увагу справжніх естетів, людей з тонкою душевною організацією. Особливістю гастрономічних турів є те, що з такої подорожі турист привезе нові смакові відчуття та цінні знання.

Під час гастрономічного туру в сільську місцевість туристи беруть участь у збиранні горіхів, ягід, фруктів, вивчають досвід виробництва та споживання певних видів гастрономічної продукції, ознайомлюються з особливостями приготування страв конкретного регіону, дегустують унікальні продукти та страви, властиві виключно для певної місцевості, спілкуються та обмінюються інформацією [2].

Слід зазначити, що практично будь-який регіон має потенціал для розвитку гастрономічних турів [1]. В останні роки й Херсонська область намагається отримати максимальну туристичну користь від вигідного розташування на карті України: два моря, пустеля, штучні ліси, безліч озер та річок. Ґрунтово-кліматичні умови підходять для вирощувати різноманітних овочів і фруктів. Аналізуючи можливості організації гастрономічних турів агротуристичними підприємствами Херсонщини, доцільно об'єднати їх у декілька перспективних напрямів: винний, фруктово-овочевий, сирний, рибний [4].

Популярними є винні та коньячні тури, смакові якості місцевих вин не поступаються французьким чи новозеландським. Особливо цінуються напої виноробного господарства князя Трубецького – замку-шато в селі Козацьке Бериславського району, де виготовляють вина за класичними технологіями. Під час відпочинку в агрооселях турист також може ознайомитися з традиціями виноробства, взяти участь у посадці саджанців винограду, опанувати технологію обрізання виноградної лози, збору винограду та виготовлення домашнього вина.

Херсонщина також є центром вирощування баштанних культур в Україні та одним із найбільших у Європі. Кавуни на чорноземних ґрунтах виростають особливо смачними, тому у різних районах області існують власні ексклюзивні рецепти приготування і споживання страв із кавуна. Щорічно у кавуновій столиці України – місті Гола Пристань проходить фестиваль «Український кавун – солодке диво», який збирає туристів з різних країн. Часто наголошують, що за основу херсонської кухні беруть, насамперед, баклажани, кабачки, помідори, тому популярними є страви з овочів смажених, запечених та гриль. Останні роки зростає зацікавленість і херсонською спаржею.

В селі Мар'янівка, що розташоване в Каховському районі та входить до складу Тавричанської ОТГ можна замовити гастрономічну екскурсію на козину ферму-галерею. Цей гастрономічний тур включає ознайомлення з процесом сироваріння, асортиментом кисломолочної продукції, проведення дегустації справжнього крафтового продукту. У Дослідному господарстві

«Асканійське» можна продегустувати м'ясний делікатес – «мармурове» м'ясо – продукт особливої породи корів, виведеної з п'яти різних порід [3].

Один із гастрономічних трендів Херсонщини – українські устриці. Наразі актуальні устриці, равлики, моллюски, вирощені на спеціальних фермах. Популярною серед туристів є річкова та морська риба. Можна спробувати місцеву морську рибу: камбалу, ската, морського бичка. Господарі агроосель з задоволенням запропонують риболовлю, навчать готувати страви з осетра, фарширувати щуку та судака. У регіоні 19 річок, тому уху готують у кожному селі й туристу можуть запропонувати до 40 варіацій цієї страви.

Херсонська область має всі перспективи для становлення агротуризму. Гастрономічні тури можуть бути рушієм аграрного туризму, позитивно впливати на зайнятість сільського населення. Подальше становлення агротуризму гальмується через недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази у галузі туризму, недостатній досвід господарів агроосель в організації турів, неефективні інформаційно-рекламні кампанії представників вітчизняного туристичного бізнесу, низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури, бездоріжжя тощо.

Розвитку агротуризму шляхом організації гастрономічних турів будуть сприяти ефективні механізми державного регулювання та підтримки туристичної галузі, інвестиції, успішні рекламно-інформаційні акції, максимальне використання гастрономічних ресурсів та резервів, впровадження в сільській місцевості кулінарних змагань, гастрономічних фестивалів тощо. Це вплине на збереження природного та культурного середовища. Турист отримає задоволення від насиченого відпочинку та нові корисні знання, місцева громада – добробут, зайнятість населення, можливість заробляти, отримуючи задоволення від улюбленої справи, зростання туристичних потоків та покращення туристичної привабливості території.

### **Література:**

1. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г. Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. – Вип. 31. – С. 112-118. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk\\_2013\\_31\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_31_18).

2. Зінько Ю.В. Інноваційні форми занять в сільському туризмі та агротуризмі / Ю.В. Зінько, М.Й. Рутинський, П.А. Горішевський / Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 163. – Ч. 1. – С. 30-38.

3. На Херсонщині запустили новий гастрономічний маршрут для туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/tourism/news/10587525-na-hersonshchini-zapustili-noviy-gastronomichniy-marshrut-dlya-turistiv.html>

4. Подорожуємо Україною: які страви варто спробувати в Херсоні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://foodandmood.com.ua/uamade/710464-podorozhu-mo-ukra-noju-jak-stravi-var-to-sprobuvati-v-herson?\\_gl=1\\*o1gcdd\\*\\_ga\\*S3A0TFFNLWhEaXZqTHhSN2Mzdzd1OFRZMVIIOS0wcDZCZ09sckZsZnBhUmQxUGEOcWVlSGdhbnpXV0lOcTU3Uw](https://foodandmood.com.ua/uamade/710464-podorozhu-mo-ukra-noju-jak-stravi-var-to-sprobuvati-v-herson?_gl=1*o1gcdd*_ga*S3A0TFFNLWhEaXZqTHhSN2Mzdzd1OFRZMVIIOS0wcDZCZ09sckZsZnBhUmQxUGEOcWVlSGdhbnpXV0lOcTU3Uw)

**УДК 658.8:[634+635]**

**Євпадченко К.С.**

студентка 21 групи спеціальності «Маркетинг»

**Куліш Т.В.**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

*Таврійський державний агротехнічний університет*

*імені Дмитра Моторого*

*м. Мелітополь, Україна*

## **ЕФЕКТИВНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В СИСТЕМІ ЗБУТУ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

В умовах ринкової економіки формування в країні насиченого ринку, плодоовочевої продукції можливе лише за правильного застосування маркетингових інструментів, що спрямовує сільськогосподарські підприємства на одержання максимального прибутку навіть в умовах конкуренції та коливання цін [1, 254].

Питанням маркетингової збутової політики приділяють увагу в своїх наукових працях вітчизняні та зарубіжні вчені В. Андрійчук, А. Бугуцький, Я. Вітвицький, В. Демко, Т. Куліш, Д. Легеза, М. Малишев, П. Самюельсон, Т. Хачатуров, П. Хейне, В. Яцков та інші. Однак багато питань щодо застосування ефективних маркетингових інструментів в системі збуту плодоовочевої продукції залишаються не достатньо вивченими.

Щодо товаровиробників плодоовочевої продукції важливо питаннями збуту своєї продукції займатися ще в період вегетації, а не на момент її зрілості. Добре налагоджена система збуту забезпечує прибутковість, знижує ризики та зменшує втрати врожаю [2, 28]. На сьогоднішній день більшість фермерів мають проблеми з ефективною реалізацією плодоовочевої продукції, через певні особливості плодоовочевого бізнесу. Тому є досить актуальним впровадження ефективним маркетингових інструментів в систему збуту плодоовочевої продукції [4, 61].

Вміле користування маркетинговими інструментами має важливе значення для всіх видів бізнесу. Які саме інструменти вибирати, кожний вирішує залежно від наявних ресурсів:

- пакування плодоовочевої продукції. Використання оригінальної упаковки не тільки значно зменшить пошкодження фруктів та овочів під час транспортування та складування, але й сприятиме кращому вигляду товару та надасть інформацію споживачеві про продукт, місце та дату його виробництва, корисні властивості та способи приготування [3];

- впровадження власної торгової марки: якісний товар повинен мати своє ім'я. Реалізація продукції під своєю етикеткою з адресою і контактними даними господарства сприяє збільшенню продажів і залученню нових клієнтів;

- зберігання плодоовочевої продукції дозволить реалізувати продукцію за найвищими цінами, коли попит перевищує пропозицію;

- надання плодоовочевій продукції доданої вартості (заморозка, сушка), що може виявитися ефективним інструментом, особливо при реалізації такої продукції до мережі супермаркетів;

- подовження виробничого сезону багатьох видів плодоовочевої продукції, що сприятиме створенню потенціалу значного підвищення загальної прибутковості підприємства;

- запровадження культур, що мають нішу, тобто специфічних культур (кольорова морква, перець), що дозволить реалізовувати продукцію до мережі HoReCa.

- стимулювання збуту – короткострокові заходи із залучання покупців: знижки, безкоштовні зразки, дегустація, семплінг, стимулювання торгових посередників.

- участь у виставках та ярмарках, що дозволить представити свою продукцію широкому колу потенційних споживачів.

Таким чином, ефективні маркетингові інструменти в системі збуту плодоовочевої продукції мають на меті просування, пошук і розвиток нових, ефективніших каналів збуту продукції. Це, в свою чергу, сприятиме підвищенню прибутковості сільськогосподарських товаровиробників та зміцненню їх конкурентних позицій. При цьому виробники мають використовувати прогресивні технології та передовий досвід як вітчизняний, так і закордонний, для того щоб отримати найкращу продукцію, стабільні канали збуту і, як результат, найвищий прибуток.

### **Література:**

1. Демко В.С. Маркетингове дослідження ринку плодів та ягід України / В. С. Демко, Т. В. Кулиш., В. Б. Мітков // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2017. – № 1-2 (33-34). – С. 253–259. <http://lib.tsatu.edu.ua/handle/123456789/6246>

2. Кулиш Т. В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т. В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции,

посвященної 70-летию академіка Ж. Т. Сейфулліна 19 жовтня 2018 г. – Алматы: Алматинская академия економіки и статистик. – 2018. – С. 26-30.

3. Легеца Д. Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д. Г. Легеца / Інноваційна економіка: науково-виробничий журнал. – 2017. – № 3-4'2017(68). – С. 167-173. <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/5741>

4. Янишин Я. С. Маркетинг як система управління виробничо-збутовою діяльністю аграрних підприємств / Я. С. Янишин, Ю. П. Кашуба // Економіка АПК : міжнародний науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3. – С. 61-65.

**УДК 658.8:[634+635]**

**Зубенко Д.Д.**

студентка спеціальності 075 – Маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## **ЗМІНИ ТА НОВІТНІ ВПРОВАДЖЕННЯ В СИСТЕМІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

Аграрне виробництво відіграє важливу роль в економіці України. Така галузь, як плодоовочівництво є пріоритетним та перспективним напрямком з подальшим стрімким розвитком.

Впродовж останніх років в Україні спостерігається тенденція зростання споживання фруктів та овочів, цьому сприяє всесвітній тренд: перехід до здорового харчування. Експерти плодоовочевого ринку переконані: незабаром на Україну чекає збільшення виробництва овочів, фруктів та ягід. Зважаючи на це, можна зробити висновки, що і система збутової діяльності у плодоовочівництві має змінюватися та адаптуватися до потреб ринку.

Усі ланки виробництва та споживання визначають рівень конкурентоспроможності товарів і задоволення потреб замовників, адже тільки в цих умовах можливе забезпечення адаптації господарської діяльності сільськогосподарських підприємств до змін ринкової ситуації [1].

Збутову діяльність розглядають у вузькому і широкому розумінні. У вузькому розумінні збутова діяльність орієнтується на обсяг продажу. У широкому розумінні – це процес, який забезпечує кінцевий результат – збування або продажу продукції. Цей процес неможливий без формування продуктової стратегії, цінової політики, організації каналів розподілу продукції для її просування до споживача, рекламної підтримки, а також мерчандайзингу та ін.

У плодоовочівництві доцільно використовувати спільну реалізацію стратегічних і тактичних управлінських рішень підприємства щодо збуту товарів. Це сприятиме формуванню оптимальної системи збутової діяльності з урахуванням запитів споживачів і можливостей підприємства стосовно їх задоволення з найбільшою ефективністю для обох сторін.

Нововведення в системі збутової діяльності фруктів, овочів та ягід можуть бути при прямому збуті (через канал товароруку нульового рівня). Цей вид збуту не передбачає наявності посередників, продаж здійснюється безпосередньо споживачам на основі прямих контактів – через власну торговельну мережу, по оголошеннях в газетах і журналах з купонами для відповідей, через Інтернет, телемаркетинг, директ-мейл.

З стрімким розвитком інтернет-технологій, буде актуально виводити продукцію на такий канал збуту, як інтернет торгівля. За даними Інтернет Асоціації України кількість інтернет-користувачів в Україні за перший квартал 2019 року зросло на 1,2 % до 26,38 млн осіб [2]. Для українського ринку плодоовочівництва Інтернет платформа ще відносно нова, рекомендується звертатися до спеціальних організацій, які займаються безпосередньо продажами через Інтернет.

З удосконаленням технологій та підвищенням рівня добробуту споживачів стало можливим надавати свіжу продукцію протягом року і не лише в межах України, а й на експорт. Це один з ключових аспектів в визначенні ринку збуту та плануванні самої системи збутової діяльності.

Україна вже не перший рік постачає на європейський ринок свіжі фрукти, ягоди та овочі, але для того, щоб і для замороженої продукції експорт став стабільним каналом збуту, українські виробники фруктів та овочів повинні оновити технологічну базу та додати нове обладнання для післязбиральної обробки продукції. Адже за даними доповіді «Експортні можливості для українських овочів, фруктів і ягід» споживання заморожених фруктів і овочів стає перевагою споживанню консервованої продукції, продажі якої щороку скорочуються [3]. Сьогодні на експортних ринках попит на заморожені фрукти та овочі попит щорічно збільшується на 5 % [4].

На вітчизняному ринку місцеві організації, кафе та ресторани також прагнуть удосконалити збутову систему, зменшуючи число рівнів каналів збуту. Ресторани часто безпосередньо закупають продукти у сільськогосподарських виробників. Ці напрямки сприятимуть як розвитку плодоовочівництва на вітчизняному ринку, так і на зарубіжних.

### **Література:**

1. Янишин Я. С., Кашуба Ю. П. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві / Я. С. Янишин, Ю. П. Кашуба // Економіка АПК. – 2013. – № 9. – С. 67-70.

2. Проникновение интернета в Украине [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_k/copaking/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_k/copaking/).



3. Доповідь «Експортні можливості для українських овочів, фруктів і ягід», оприлюдненої Ukrainian Food Export Board (Рада з питань експорту продовольства). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrainian-food.org/uk/post/section/analitika>

4. Розпорядження Кабінету міністрів України від 13.09.2017 р. № 664-р «Про схвалення Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 роки». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws>.

5. Легеза Д. Г. Управління прибутком на підприємствах хлібопекарської галузі / Д. Г. Легеза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2018. – № 1(37). – С. 161-168

6. Кулиш Т. В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т. В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж. Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. – Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018. – С. 26-30.

**УДК 658.81:63:519.866**

**Кавун Г.М.**

старший викладач

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ**

Сучасні соціально-економічні перетворення в сільському господарстві, перехід до ринкових відносин об'єктивно вимагають застосування нових методів ведення господарства підприємствами аграрного сектору, які спрямовані на оптимізацію управління збуту, що сприяє покращенню економічної ефективності діяльності господарства. Функціонування підприємств аграрного сектору економіки дають право стверджувати, що оптимальне управління збутової діяльності підприємством є ключовим чинником розвитку будь-якого сільськогосподарського підприємства. Для планування збуту продукції підприємства, в тому числі в аграрному секторі економіки України, доцільно використовувати методи економіко-математичного моделювання які є універсальними методами наукового пізнання та визначення факторів економічного зростання аграрних

підприємств. На ефективність управління збуту підприємствами агропромислового комплексу України впливає велика кількість факторів зовнішнього середовища. Усе це формує область невизначеності умов, на базі яких приймаються певні рішення, тому використання сучасних методів оптимізації збутової діяльності підприємств у аграрному секторі економіки неможливе без застосування економіко-математичних, економетричних, імітаційних та інших моделей прийняття оптимальних управлінських рішень [1, с. 13–18].

Розв'язок задачі оптимізації збуту вирішує проблему максимізації прибутків, дозволяючи при цьому сільськогосподарським підприємствам сформулювати оптимальну стратегію розвитку структури і розмірів виробництва. Важливим чинником забезпечення оптимальності структури сільськогосподарського виробництва є наявність комплексної, економічно обґрунтованої системи цін і ціноутворення, оскільки ціновий механізм є визначальним у регулюванні взаємовідносин між всіма учасниками ринку. Для формування оптимальної структури і розмірів виробництва сільськогосподарських підприємств необхідна інформація про динаміку та прогноз зміни економічної ситуації в сільськогосподарському виробництві.

На основі критеріїв оптимальності збуту можна визначити стратегію розвитку структури і розмірів сільськогосподарських підприємств, яка дозволяє максимізувати величину чистого прибутку за умов ефективного і раціонального використання наявних ресурсів. Механізм цінової компенсації коливань обсягів виробництва, що враховує типові природні умови та структуру виробництва і в комплексі з розв'язками оптимізаційної задачі визначає основні напрямки формування оптимальної структури і розмірів сільськогосподарських підприємств.

Подальше дослідження стратегій розвитку структури і розмірів сільськогосподарських підприємств, пов'язане з побудовою нових типів моделей, реалізація яких дозволила б забезпечити ефективний збут продукції підприємств в сучасних ринкових умовах [2, с. 23–28].

Основним мотивом діяльності любого підприємства є максимізація прибутку. Витрати є основним обмежником прибутку і одночасно головним чинником, який впливає на обсяг продукції. Тому процес мінімізації виробничих витрат доцільно розглядати з урахуванням питання максимізації прибутку. При оптимізації виробничих витрат науковці обирають різні критерії оптимальності, а саме, максимум прибутку від реалізації продукції, максимум прибутку або максимум доходу від реалізації продукції. У якості критеріїв оптимальності використовується математичне сподівання основних показників ефективності підприємницької діяльності: товарної продукції, прибутку і рентабельності [3, с. 13–18].

Використання методів математичного моделювання економічних процесів дозволяє ефективно використовувати ресурси і забезпечує удосконалення методів планування збуту продукції, що досить важливо в

умовах ринкової економіки. Основні критерії оптимальності планування збутової діяльності:

а) максимізація математичного сподівання товарної продукції;  
б) максимізація математичного сподівання прибутку;  
в) максимізація математичного сподівання рентабельності; які виконуються за наступних умов: правильне використання ресурсів, виконання умов сівозміни (маневреність посівними площами сільськогосподарських культур), площі посіву окремими рослинницьких культур (маневреність площами посіву окремих культур), обмеження та оцінювання економічному ризику збуту товарної продукції.

Обґрунтування методичних положень щодо проведення аналізу оптимізації раціональної структури виробництва, розроблення та впровадження економіко-математичних методів оптимізації збутової діяльності аграрного підприємства – головні задачі моделювання [4, с. 33–48].

Сучасне сільськогосподарське виробництво потребує значної державної підтримки та встановлення гарантованих ринкових цін на основні види сільськогосподарської продукції [4, с. 127–131].

#### **Література:**

1. Савченко О.Г., Кавун Г.М., Валько Н.В., Кузьмич Л.В. Оптимізаційні методи і моделі. Херсон: ТОВ «Айлант», 2014. 430 с.
2. Іващук О.Т. Економіко-математичне моделювання. Тернопіль: ТНЕУ. 2008. 704
3. Гатаулін А.М. Економіко-математичні методи в плануванні сільськогосподарського виробництва. К.: Вища школа, 2000. 260 с.
4. Вітлінський В.В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком К.:КНЕУ, 2000. 292 с.

**УДК 331.5**

**Карнаушенко А.С.**

к.е.н. асистент кафедри економіки та фінансів,  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

У сучасному світі молодим людям не просто визначитися з діяльністю, якою в подальшому їм доведеться займатися. Ще складніше зважитися займатися підприємницькою діяльністю. Багато про це замислюються, але мало тих хто вважає підприємництво метою, яку вони

хочуть реалізувати. У той же час, молодь – це люди, в яких закладено великий потенціал, у них є прагнення до змін. Найчастіше саме молоді люди творчо підходять до вирішення різних проблем, вони амбітні і повні енергії. Молодіжне підприємництво знаходиться в центрі інтересів сучасного суспільства, зачіпає життя всього населення. Не знайдеться жодного сектору економіки які б могли функціонувати без нескінченного потоку продукції і послуг, в якому задіяні молоді підприємці. Для формування економіки будь-якої країни розвиток молодіжного підприємництва є одним з важливих моментів.

Молодь – найактивніша частина суспільства, яка швидко реагує на будь-які зміни в житті, яка ефективно їх сприймає. Тому можна говорити про те, що молодь має куди більший потенціал і здатність до підприємницької діяльності, ніж інші вікові групи. Молоді підприємці потребують експрес-навчання основам підприємницької діяльності, консультаційному обслуговуванні, приміщеннях оснащених сучасними засобами зв'язку та оргтехнікою, бухгалтерських та багатьох інших послугах на пільгових умовах. Суспільство потребує розвитку молодіжного підприємництва, заохочення і поширення його цивілізованих форм. Але навіть тоді, коли молодь приймає рішення, щодо організації власної справи, їй доводиться зіткнутися з низкою проблем. Зокрема, часом неефективна робота інфраструктури підтримки і розвитку молодіжного підприємництва, слабка інформаційна підтримка, відсутність нормативно-законодавчої бази, яка регулює молодіжне підприємництво, механізми підтримки та розвитку молодіжного підприємництва мають негативний ефект на збільшення чисельності молодих підприємців. Треба відзначити, що зараз створюються різні цільові програми для надання допомоги молодіжному підприємництву як на загальнодержавному так і на регіональному рівнях.

Доцільно розглянути молодіжне підприємництво як особливий сегмент підприємництва, який обумовлений його специфічними рисами, сильними та слабкими сторонами. До сильних сторін молодіжного підприємництва можна віднести: високу інноваційну активність та інноваційне мислення; високу мобільність, гнучкість підходів та швидкість реакції на розвиток нових ринків; високий рівень можливостей для систематичного оновлення своїх підприємницьких знань і навичок у відповідності зі змінами вимог виробництва і ринку; потенційну здатність молодих людей витримувати підвищену працездатність і нервові навантаження, що супроводжують підприємницьку діяльність, особливо на її початковій стадії; схильність молоді до ризику.

До слабких сторін молодіжного підприємництва відносимо: незначний соціальний досвід; відсутність ділової репутації; слабкі практичні навички у застосуванні економічних законів і механізмів; проблема початкового формування капіталу; відсутність особистих контактів у бізнесі та менеджменті; незахищеність від впливу бюрократичних структур.

Залучення молодих людей до підприємницької діяльності – це не тільки збільшення частки малого бізнесу, але ще і вирішення проблеми зайнятості молоді. В даний час в Україні спостерігається певний спад розвитку молодіжного підприємництва. Все менше і менше молодих людей відкривають власну справу. Значна частина молоді проявляє високу активність у підприємницькій діяльності, але через відсутність реального механізму підтримки молодіжного підприємництва більшість закривається протягом перших кількох місяців роботи або відходе в тіньовий бізнес. Тому доцільно визначити причини невдачі молодих підприємців. Починаючи з власного бізнесу, молоді підприємці часто не підозрюють, скільки різних перешкод може виникнути на їхньому шляху. Проблеми виникають не тільки на початковому етапі, а й під час стабільного зростання фірми. Підприємець повинен розуміти, що проблеми в бізнесі є наслідком його особистих недоліків і невідповідності. Але як показує практика, уникнути помилок практично неможливо. Під час дослідження було виявлено основні причини невдач у молодих підприємців: відсутність коштів; недостатнє дослідження ринку; неправильна цільова аудиторія; відсутність унікальності або належної якості продукту / послуги; швидка реєстрація бізнесу; помилки бізнес-плану; відмова від оптимізації бізнес-процесів; слабкий бізнес-характер; партнерство з друзями та родичами.

В Україні тема підприємництва залишається актуальною. Це пов'язано з розвитком малого і середнього бізнесу, а також зі збільшенням частки середнього класу в суспільстві. Всесвітній банк зі своїх досліджень встановив, що якщо в країні на малий і середній бізнес припадає менше 40 % ВВП, то інвестиції в економіку цієї країни не призведуть до необхідного, запланованого економічного ефекту. Саме це ще раз доводить важливість нейтралізації стримуючих причин розвитку малого і середнього бізнесу.

### **Література:**

1. Гудзь П.В., Куцоконь М. Молодіжне підприємництво та активізація суб'єктивного підприємницького потенціалу молоді: навч. посіб. Донецьк, 2006. 286 с.

2. Гребенець К., Бібік Н. Підтримка молодіжного підприємництва: пошук інструментів гендернозбалансованого управління міськими програмами (на прикладі м. Херкова) URL: [http://eprints.kname.edu.ua/44392/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_28-289-296.pdf](http://eprints.kname.edu.ua/44392/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_28-289-296.pdf) (дата звернення 13.09.19)

**Кашуба Н.І.**

студентка спеціальності 075 – Маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

Система збутової діяльності підприємства в плодоовочівництві спрямована зменшення витрат, пов'язаних із реалізацією продукції, зберігання та просуванням плодів та овочів з метою повного забезпечення запитів вітчизняних споживачів. Від чітко сформованої політики та формування механізму управління збутовими операціями, буде залежати результат діяльності цілого підприємства [1, с. 271]. Дослідження збутової діяльності є дуже актуальним налагоджена система збуту товарів спрямована на мінімізацію логістичних витрат, врахування запитів конкретних споживачів, своєчасне постачання товарів та отримання прибутку від основної діяльності.

Реалізація кожного товару потребує великих зусиль з боку рекламної політики, методів просування, а також оптимізації товаропотоків від виробника до споживача. Окрім цього підприємству бажано мати велику мережу роздрібною продажу або налагоджену мережу посередників. Така система повинна мати високий рівень сервісу так як сьогоднішній покупець звик до якісного обслуговування, широкого списку додаткових послуг. І тільки виконав ці вимоги, фірма може зайняти сильну лідируючу позицію [3, с. 176 ].

Досягнення стратегічних і тактичних цілей розподілу продукції, що приводять до створення оптимальної розподільчої мережі, дозволять підприємству вирішити не лише проблеми організації ефективного збуту продукції, але й проблеми вдосконалення системи постачання, виробництва, зберігання, транспортування, обслуговування споживачів, тощо.

Збутова діяльність – є однією із основних складових маркетингу, яка виконує функцію забезпечення споживача необхідним для нього товаром, процес. Ефективна збутова діяльність формується на основі оптимального пересування товарів від виробника до споживача через прямий канал або через логістичних посередників. У такому випадку, структура управління збутової діяльності на підприємстві буде залежати від різноманітності асортименту продукції, кількості регіонів, в які реалізується продукція та складності логістичної системи збуту продукції (наявність фірмової торгівлі, власної транспортної системи, тощо).

В умовах ринку служба маркетингу є складовою ланкою управління виробничою діяльністю сільськогосподарського підприємства. Вона повинна включати кваліфікованих спеціалістів з реалізації та просування продукції та використовувати сучасні технології Інтернетт бізнесу [4]. Саме Інтернет торгівля та реклама підприємства як окремого бренду в соціальних мережах надає можливість розширювати регіональний охоп збуту, прямого контакту із споживачами та інформатизації суспільства про переваги використання продукту. Необхідно наголосити, що збутова діяльність в сільськогосподарських підприємствах може бути двох типів: реалізація продукції як сировини чи готової продукції. Тип збутової діяльності прямим чином впливає на функції відділу збуту. Наприклад більшість видів овочевої продукції спрямована на розподіл кінцевому споживачу.

У такому випадку, збутова діяльність в овочівництві передбачає виконання таких функцій:

- комплексне дослідження ринку овочів в регіоні;
- вивчення динаміки попиту на овочеву продукцію;
- визначення ємності ринку, нішевого сегменту;
- визначення оптимального товарного асортименту та номенклатури овочевої продукції;
- встановлення особливостей формування збутових витрат;
- створення комплексної інтегрованої рекламної кампанії;
- прогнозування і формування цін на овочеву продукцію з урахуванням купівельної спроможності населення та світових цін;
- вибір ефективних логістичних каналів збуту овочевої продукції [2].

Технологічні та біологічні властивості овочів зумовлюють необхідність високої оперативності, гнучкості в здійсненні технологічних процесів і організації збуту продукції з урахуванням конкретних економічних обставин і кліматичних факторів. Отже, для удосконалення збутової діяльності потрібно використовувати такі заходи:

1. Удосконалення системи планування збуту овочів як сировини та готової продукції.
2. Створення торгово-збутових овочевих кооперативів.
3. Удосконалення системи організації збутової діяльності.
4. Зосередження на виробництві нішевих культур;
5. Покращення якості продукції.
6. Розробка креативної упаковки, що, крім того, буде виконувати функції тривалого зберігання овочів;
7. Формування гнучкої системи цін.

Таким чином, важливо сформувати єдиний ланцюг ланцюжку «постачання – виробництво – зберігання – транспортування – збут». З метою формування ефективної системи управління збутової діяльністю необхідно розвивати ринкову інфраструктуру шляхом створення збутових кооперативів, оптових ринків, центрів, ярмарків, аукціонів та Інтернет майданчиків.

## Література:

1. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 271 с.
2. Кулиш Т.В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т.В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж.Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. – Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018. – С. 26-30.
3. Легеза Д.Г. Стратегічний розвиток сільськогосподарських підприємств в умовах євроінтеграції / Д.Г. Легеза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2018. – № 3(38). – С. 123-136
4. Писаренко В.В. Маркетинг овощной продукции (методические и практические аспекты): Эффективные стратегии сбыта овощной продукции [Электронный ресурс] / В.В. Писаренко – Режим доступа до ресурсу: [https://agromage.com/stat\\_id.php?id=395](https://agromage.com/stat_id.php?id=395).
5. Скотт Д.Г. Учитесь эффективно продавать и управлять сбытом / Пер. с англ. – К.: Внешторгиздат, 1992. – 176 с.
6. Управління збутовою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.kazedu.kz/referat/196260>

## УДК 338

**Кірова Л.Л.**

доцент кафедри менеджменту

*Бердянського університету менеджменту і бізнесу*

*м. Бердянськ, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах загострення боротьби за споживача успіх діяльності того чи іншого підприємства залежить не стільки від його виробничих і фінансових можливостей, скільки від ефективності його збутової діяльності.

Метою збутової діяльності підприємства є забезпечення доставки товару в той час, у те місце, в тій кількості і такої якості, які потрібні споживачу. При цьому досягнення цілей виробництва відбувається через оцінку та задоволення вимог споживача. Найважливішим інструментом у поліпшенні збутової діяльності підприємства стає логістика. Завдання логістики



включають в себе такі сфери діяльності, як вивчення попиту на продукцію та послуги підприємства; формування портфеля замовлень споживачів, участь в асортиментній завантаженості виробництва замовленнями споживачів, перспективне, поточне і оперативне планування збуту, здійснення заходів щодо стимулювання збуту, здійснення принципу системності, тобто управління розподілом у взаємозв'язку всіх елементів збутової діяльності [1].

Метою статті є дослідження теоретичних та методичних підходів до організації системи збуту продукції на підприємствах харчової промисловості та розроблення пропозицій щодо її вдосконалення.

Відзначимо, що зміст збутової діяльності полягає не лише в організації продажу готової продукції, він охоплює цілий комплекс дій, які передбачають: орієнтацію виробництва не на продукт, а на ринок, тобто на задоволення потреб споживачів; роботу з покупцем, спонукання його до укладення договору та розширення на цій основі попиту на свою продукцію; організацію ефективних каналів розподілу та просування товарів; отримання інформації про ринок, яка безвідмовно спрацьовує при плануванні маркетингових заходів; представництво підприємства для споживачів [2].

Проводячи дослідження, можемо сказати, що збут товару включає в себе такі операції: розробку прогнозів ринкової кон'юнктури і прогнозів реалізації продукції, розрахунок і обґрунтування фінансового кошторису збуту, проектування і апробацію норм збуту, вибір альтернативних каналів розподілу продукції, створення торговельних комунікацій, розробку форм збутової звітності, моделювання процесів продажу і кінцевих результатів збутових операцій [3].

Служба збуту повинна бути самостійним структурним підрозділом підприємства, інакше, як показує досвід, вона буде мати залежне становище відносно того відділу, частиною якого вона є. Концепція маркетингового управління підприємством передбачає обґрунтований вибір ефективних каналів збуту своєї продукції і використання гнучкої системи товароруху, при якій виробник самостійно вибирає один із альтернативних шляхів виведення товарів на ринок [4].

Таким чином, з погляду підприємства рішення щодо каналів збуту відносяться до принципово важливих. З метою забезпечення максимальної ефективності збутової діяльності необхідно грамотне складання договорів і з постачальниками і з покупцями (тобто укласти договори на найбільш вигідних підприємству умовах) [4].

У зв'язку з цим можна виділити фактори, які є резервами зниження витрат на збут: – оптимізація витрат на управління збутом (передбачає застосування прогресивних прийомів і методів організації виробництва, що дозволить мінімізувати витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу відділу маркетингу, витрати на оплату консультаційних послуг, судові витрати); – оптимізація витрат на маркетинг

(обґрунтування витрат, пов'язаних із дослідженням ринку, рекламою та стимулюванням збуту) – передбачає систематичний аналіз коштів, необхідних для здійснення цих заходів, та аналіз економічних результатів діяльності з метою виявлення необґрунтованих витрат і недоцільного використання коштів на маркетингові операції; – оптимізація транспортних витрат на перевезення готової продукції (передбачає скорочення витрат на одиницю продукції при постачанні її споживачам) [5].

Метою подальших досліджень є пошук перспективних заходів щодо удосконалення системи організації та управління збутовою діяльністю досліджуваних сільськогосподарських підприємств. Основними напрямками удосконалення системи збуту на підприємствах сільськогосподарської галузі є: оптимізація каналів розподілу; підвищення кваліфікації працівників підприємства; удосконалення рекламної політики; заохочення нових клієнтів продукції підприємства і т.п. Реалізація запропонованих заходів дозволить підвищити ефективність збуту продукції підприємств та вийти з кризового стану.

### **Література:**

1. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств / І. А. Абрамович // *Агросвіт*. – 2014. – № 4. – С. 25-28.
2. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія / А. М. Виноградський. – Київ: Центр навчальної літератури, 2013. – 807 с.
3. Камілова С. Р. Управління збутовою діяльністю / С. Р. Камілова, Ю. Ю. Яцун // *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. Зб. наук. праць: Вип. 31. – Київ: НАУ, 2011. – С. 15-23.
4. Нестеренко С. С. Сутність збуту в системі маркетингу підприємства / С. С. Нестеренко, І. Ю. Кутліна // *International Scientific and Practical Conference "WORLD SCIENCE"*. – 2016. – № 1(5). – С. 76-79.
5. Янишин Я. С., Кашуба Ю. П. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві / Я. С. Янишин, Ю. П. Кашуба // *Економіка АПК*. – 2013. – № 9. – С. 67-70.

**Ковальов В.В.**

доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування  
*Херсонський державний університет*  
м. Херсон, Україна

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ**

В сучасних умовах господарювання важливим питанням для підприємств аграрної сфери є ефективна організація збуту продукції, яка досягається за рахунок повного задоволення усіх вимог та запитів споживачів. Суб'єкт господарювання є більш конкурентоспроможним на ринку якщо він орієнтується на клієнта, на його запити та потреби, та довгострокове співробітництво.

Ефективне функціонування підприємств аграрного сектора неможливе без правильного організованої служби збуту. Розглядаючи збутову діяльність підприємств, виходячи з взаємопов'язаних стадій «виробництво-розподіл-обмін-споживання», стає зрозумілим, що ця діяльність стосується розподілу, обміну та споживання. Виходячи з цього можливо стверджувати, що підприємства аграрної сфери повинні проводити комплекс дій пов'язаних з переміщенням товару на ринку.

Збутова діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організація товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку [1, с. 41].

Відділ збуту є одним із найважливіших структурних підрозділів будь-якого підприємства завдяки роботі якого відбувається відтік товару та надходження грошових потоків. Зміст збутової діяльності полягає не лише в організації продажу готової продукції, він охоплює цілий комплекс дій, які передбачають: орієнтацію виробництва не на продукт, а на ринок, тобто на задоволення потреб споживачів; роботу з покупцем, спонукання його до укладення договору та розширення на цій основі попиту на свою продукцію; організацію ефективних каналів розподілу та просування товарів; отримання інформації про ринок, яка безвідмовно спрацьовує при плануванні маркетингових заходів; представництво підприємства для споживачів [1, с. 156].

Недоліком підприємств аграрної сфери є те, що на більшості підприємствах служба збуту представлена звичайним відділом, який працює як і інші відділи цих підприємств.

Проблеми збуту підприємствами аграрної сфери необхідно вирішувати під час розробки маркетингової політики. Саме на цьому етапі слід прийняти рішення стосовно вибору ринків збуту, методів збуту і його стимулювання [3].

Досвід українських підприємств в сфері збуту і маркетингу говорить про існування ряду проблем зовнішнього характеру, до яких відносяться: не злагоджений механізм ринкових відносин, що обмежує повномасштабне застосування прийомів і елементів маркетингу; низька платоспроможність споживачів продукції підприємства; наявність у продажу аналогічної продукції іноземних і вітчизняних виробників з кращими характеристиками; обмежені можливості використання знижок; відносно не високий рівень культури маркетингу обумовлений сформованим стереотипом ділових відносин; необхідність адаптації керівників і співробітників підприємств до нових економічних умов; несприятлива ринкова кон'юнктура; вплив великого числа неконтрольованих факторів, що визначає значимість функцій стратегічного планування [2].

Також здійснюючи управління збутом, підприємства аграрної сфери стикається із такими проблемами: слабка фінансова допомога підприємствам з боку держави (розвиток інфраструктури); дисбаланс в ціновій політиці на сировину, матеріали тощо; недостатня кількість висококваліфікованого збутового персоналу; недостатній рівень захищеності підприємств від недобросовісної конкуренції; низька платоспроможність населення тощо.

Стратегічним рішенням в збутовій політиці для підприємств аграрної сфери є вибір збутової мережі для створення оптимальної схеми доставки продукції.

Шляхами удосконалення процесу управління збуту продукції на підприємствах аграрної сфери повинні стати: покращення інформаційного забезпечення збутової діяльності; створення раціональної структури відділу збуту (маркетингу); з метою забезпечення максимальної ефективності збутової діяльності необхідно грамотне складання договорів з постачальниками та споживачами на засадах контракції (укладання ф'ючерсних та форвардних угод, франчайзингу та інше); оптимізувати збутові витрати та інші шляхи базуючись на маркетинговому підході.

### **Література:**

1. Косенков С.І. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. / С.І. Косенко. – К.: Скарби, 2012. – 464 с.

2. Колосенко К.О. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства через збутову політику [Електронний ресурс] / Колосенко К.О., Ткаченко Т.П. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. – 2017. – Вип. 11. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/issue/view/6116/showToc>

3. Сініцина Т.А. Оцінка ефективності системи управління промисловим підприємством – цільовий підхід: дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / Сініцина Тетяна Арнольдівна. – Одеса, 2004. – 211 с.

**Куліш Т.В.**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
*Таврійський державний агротехнічний університет  
імені Дмитра Моторого  
м. Мелітополь, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА**

В останні роки спостерігається зростання споживацького попиту на плодоовочеву продукцію, що в свою чергу сприяє зростанню виробництва фруктів та овочів в аграрних підприємствах. Економічна ефективність діяльності таких підприємств значною мірою залежить від ефективності організації шляхів реалізації плодоовочевої продукції, визначення оптимальної ціни та вміння орієнтуватися і враховувати основні тенденції на ринку [3, 67]. Сьогодні лише одиниці з місцевих товаровиробників володіють знаннями та навичками ефективного використання системи маркетингу. А для більшості сільгоспвиробників актуальною проблемою залишається необхідність визначення каналів збуту вироблених фруктів та овочів.

Від правильного вибору каналу збуту може залежати отримання прийнятної ціни та ефективного просування продукції на ринку. Базою для прийняття виваженого рішення щодо каналу збуту можуть бути результати маркетингових досліджень, присвячених вивченню специфіки попиту, пропозиції та кон'юнктури ринку плодовоовочевої продукції [1, 255].

Питання теорії, методики і практики функціонування ринку плодів та овочів досліджували вітчизняні вчені: О.І. Гуртов, Б.М. Данилишин, О.Ю. Єрмаков, П.В. Кондратенко, Д.Г. Легеза, Т.А. Маркіна, В.А. Рульєв, Н.О. Шквиря. Питання маркетингових досліджень ринку розкрито в працях Є.В. Крикавського, А.О. Старостіної, М.К. Малхотри, А.В. Войчака, Е.П. Голубкова, Г.А. Черчиля та інші. Проте значна частина питань, пов'язаних з удосконаленням управління системою збутової діяльності у плодоовочівництві потребують подальших досліджень.

Виробники плодовоовочевої продукції мають труднощі зі збутом вирощеної продукції з причин обмеженої інформації про кон'юнктуру ринку. Зорієнтувати виробництво продукції на ринок, тобто найповніше задоволення потреб клієнтів та споживачів в галузі плодоовочівництва є запорукою одержання максимального прибутку. При цьому споживачі – це кінцева ланка ланцюгу постачання, це ті, хто споживає – здебільшого використовує в їжу плодовоовочеву продукцію, це домогосподарства населення. Клієнти – це здебільшого оптовики, які займаються постачанням продукції до різних каналів збуту або до безпосередньо споживачів. Основними клієнтами в плодовоовочевій галузі є: оптовики-постачальники

відкритих ринків, оптовики-постачальники до переробної галузі, оптовики-постачальники громадського харчування, HoReCa, державні заклади, оптовики-постачальники супермаркетів, оптовики-постачальники на експорт [2, 170].

В залежності від обраного каналу реалізації до продукції встановлюються відповідні вимоги щодо її якості, зовнішнього вигляду, обсягу, строків поставки, стабільність поставок, відповідність попередньо визначеним вимогам (калібр, колір, фасовка, термін зберігання, сортність) ціна, пакування (для трейдерів, хто має склади із пакувальним обладнанням, тип та якість пакування не мають значення). Для споживачів також важливим критерієм при виборі продукції є смакові якості.

Задля розвитку сталих партнерських відносин із клієнтами та споживачами необхідно:

- оцінювати вимоги клієнтів / споживачів;
- визначати обізнаність клієнта / споживача;
- чи знає він / вона про особливості продукції (наприклад, її приготування, особливо є актуальним для нішевих культур);
- моніторити ступінь задоволеності клієнта / споживача (самим товаром, послугами) та виявляти причин, які впливають, особливо на незадоволеність;
- оцінювати рівень лояльності клієнта / споживача до товару та самого виробника.

На сьогодні більшість виробників, що вирощують овочі і фрукти в невеликих масштабах, віддають перевагу продавати вироблену продукцію безпосередньо оптовикам або роздрібним продавцям. Однак, налагодження збуту безпосередньо в супермаркети, HoReCa є найкращим прикладом диверсифікації продажу продукції [4, 62]. При цьому найбільшу увагу необхідно приділити виробленню якісної продукції та проблемам пакування або доробки продукції, а також строкам поставки, обумовлених контрактом. При цьому витрати на формування додаткової вартості продукції повністю покриваються високою закупівельною ціною. За таких умов можливо одержати максимальну ціну та мати гарантований канал реалізації.

### **Література:**

1. Демко В.С. Маркетингове дослідження ринку плодів та ягід України / В.С. Демко, Т.В. Куліш., В.Б. Мітков // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2017. – № 1-2 (33-34). – С. 253–259. <http://lib.tsatu.edu.ua/handle/123456789/6246>
2. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Легеза / Інноваційна економіка: науково-виробничий журнал. – 2017. – № 3-4'2017(68). – С. 167-173. <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/5741>

3. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва / Н.О Шквиря // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції. зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Форуму. – Мелітополь: ТДАТУ – 2019. – С. 67-71.

4. Янишин Я.С. Маркетинг як система управління виробничо-збутовою діяльністю аграрних підприємств / Я.С. Янишин, Ю.П. Кашуба // Економіка АПК : міжнародний науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3. – С. 61-65.

**УДК 658.8:[634+635]**

**Самойлик Ю.В.**

д.е.н., доцент, професор кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин  
*Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна*

## **НАПРЯМИ ПОЄДНАННЯ ПОТЕНЦІАЛІВ МАЛИХ ГОСПОДАРСТВ ТА ІНТЕГРОВАНІХ ОБ'ЄДНАНЬ АГРОФОРМУВАНЬ НА ОРГАНІЧНОМУ СЕГМЕНТІ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ**

Розглядаючи перспективи розвитку органічного виробництва овочів, плодів і ягід, варто відмітити зростання даного сегменту ринку у світовому масштабі. Маючи значний потенціал розвитку даного напрямку, Україна може зайняти вигідну конкурентну позицію на світовому ринку. Офіційна статистика України не визначає окремо обсяги виробництва органічних овочів, плодів і ягід. Однак, в останні роки значного поширення набули недержавні організації, які ведуть активну діяльність у напрямку розповсюдження інформації, надання підтримки виробникам органічної продукції, а також ведення статистики.

За даними ТОВ “Органік Стандарт” в Україні органічним виробництвом овочів, плодів і ягід займається 43 підприємства, серед них сертифікованими органічними теплицями оснащено 5 підприємств, що вирощують огірки, помідори, перець, цибулю, полуниці [2; 4, с. 399].

З огляду на проведений аналіз тенденцій виробництва овочів, плодів і ягід в Україні, варто відзначити вагому роль господарств населення на даному сегменті ринку. Однак, у сучасних ринкових умовах їх значення як вагомого контрагента нівелюється. У їх діяльності є низка ринкових недоліків, зокрема, відсутність ефектів масштабу виробництва та синергії, хаотичність господарських зв'язків, відсутність належної техніко-технологічної бази, потокового виробництва, недосконалий механізм формування конкурентних переваг. Разом з тим, господарства населення є гнучкими, можуть розвивати різноманітні, у тому числі нетрадиційні,

галузі, працювати для соціального ефекту в умовах збиткового виробництва, виконувати роботу понаднормово, освоювати нові технології, дотримуватись культури землеробства, господарства населення здійснюють позитивний вплив на розвиток сільських територій, функціонують на принципах досконалої конкуренції та ефективної економії.

Органічне виробництво овочів, плодів і ягід у господарствах населення має низку переваг порівняно з іншими агроструктурами: порівняно невеликі площі вирощування сільськогосподарських культур, що дозволяє обробляти землю на органічній основі; заміна технологічних процесів із боротьби зі шкідниками та бур'янами власною працею, що є дешевшим; власне споживання виробленої сільськогосподарської продукції, що мотивує до вирощування екологічно чистої органічної продукції; можливість встановлення вищої ціни, яка забезпечить цінову конкурентоспроможність; готовність до навчання та змін; використання кооперативних форм співпраці. Малі форми господарювання, враховуючи їхні конкурентні переваги та соціально-економічне значення, повинні зайняти свою нішу на ринку органічного виробництва овочів, плодів і ягід (рис. 1).

На противагу господарствам населення органічне виробництво овочів, плодів і ягід в інтегрованих об'єднаннях агропромислових формувань характеризується певними стримуючими факторами. По-перше, даний сегмент ринку характеризується високою трудомісткістю, тому максимальна заміна ручної праці механізованою не можлива, що суттєво підвищує витрати. По-друге, основним принципом роботи агрохолдингів є забезпечення ефективності за рахунок масштабу виробництва, а перехід на органічне землеробство – це довготривалий процес, швидке введення в органічний обіг значних земельних площ не можливе, що є непривабливим для даних агроструктур. По-третє, органічний ринок овочів, плодів і ягід нині в Україні є нерозвиненим, тому даний сегмент для інтегрованих об'єднань агропромислових підприємств є малопривабливим. Важливою конкурентною перевагою агрохолдингів на ринку овочів, плодів і ягід є замкнутий цикл виробництва, тобто можливість переробки, зокрема консервування даних продуктів (як наприклад, агрохолдинг “Agrofusion” – найбільший в Україні і один з найбільших в Європі виробників томатної пасти).

Показник урожайності помідорів у “Agrofusion” становить 118 тонн/га, який вищий, ніж у Каліфорнії (113 тонн/га), завдяки використанню технології вирощування безрозсадного томату на краплинному зрошенні, яка розроблена відділом зрошувальних меліорацій Інституту водних проблем і меліорації НААН, забезпечується така врожайність, її показники досягаються за рахунок оптимізації краплинного зрошення, раціонального внесення розрахункових доз мінеральних добрив разом з поливною водою протягом вегетаційного періоду в поєднанні з оптимальною густотою стояння рослин” [1]. Разом з тим, агрохолдинг “Agrofusion” з 2017 р. відкрив напрямок органічного вирощування помідорів та їх переробки на томатну пасту.





**Рис. 1. Перспективи розвитку органічного виробництва овочів, плодів, ягід в господарствах населення**

*Джерело: розроблено автором*

Компанія орієнтована на експорт – за кордон поставляється до 75 % виробленої продукції (29 країн, в тому числі ЄС, Японія, Ізраїль, ОАЕ та інші), у планах компанії вийти на ринки Близького Сходу, Канади, Латинської Америки і Африки, тобто дане підприємство є абсолютним лідером на ринку томатної продукції, основне виробництво здійснюється за інтенсивними технологіями; маючи надлишки грошових коштів від даної галузі, агрохолдингом було відведено частину земель під органічне вирощування томатів, таким чином, виводячи дану органічну продукцію під відомим брендом агрохолдингу, “Agrofusion” отримує синергійний ефект” [1]. Провідними виробниками овочів, баштанних і коренеплодів є такі підприємства, як ТОВ “Західний Буг” – 1070 млн. грн, Уманський тепличний комбінат – 405 млн. грн, ТОВ “Органік Системс” – 368 млн. грн, Комбінат “Тепличний” (367 млн грн), АФ “Роднічок” (347 млн грн) [3].

Основними перевагами інтегрованих підприємств в органічному сегменті виробництва овочів, плодів і ягід є: наявність надлишкових коштів для розвитку напрямку; можливість відведення частини посівних площ під органічне вирощування сільськогосподарської продукції; використання існуючих каналів збуту і торгової марки для реалізації органічної продукції; можливість створення замкнутого циклу виробництва органічних овочів, плодів і ягід та продуктів їх переробки. Таким чином, ефективним механізмом розвитку органічного сегменту вирощування овочів, плодів, ягід є поєднання зусиль невеликих виробників із можливостями інтегрованих об'єднань підприємств.

Враховуючи переваги господарств населення у виробництві овочів, плодів, ягід, а також їх зайняту позицію на даному сегменті ринку (частка задіяних площ і обсягів виробництва в середньому складає понад 70 %) доцільно розвивати їх потенціал. Основною передумовою, при цьому, є ефективна робота в об'єднаних територіальних громадах, першочергова роль яких в даному напрямі має полягати у розповсюдженні інформації та аргументуванні доцільності розвитку даного напрямку діяльності.

Таким чином, одним із найперспективніших сегментів аграрного ринку є органічне виробництво овочів, плодів і ягід, оскільки в останні роки суттєво зростає попит на дану продукцію у зв'язку із зміною споживчих смаків. Даний напрям діяльності нині перебуває на стадії розвитку, про що свідчить несформована інфраструктура, незбалансована кон'юнктура ринку, недосконалий механізм ціноутворення тощо. Основними перспективними контрагентами на ринку органічного виробництва овочів, плодів і ягід є господарства населення, які можуть сформувати конкурентні переваги за рахунок гнучкості, орієнтації на соціальний ефект та значне використання ручної праці, а також інтегровані формування, які мають надлишкові кошти для інвестицій у дану сферу і можуть використовувати наявні ресурси, зв'язки та елементи інфраструктури.

### Література

1. Агрохолдинг “Agrofusion” – найбільший в Україні і один з найбільших в Європі виробників томатної пасти / Херсонська правда. 2013. веб-сайт. URL: <http://pravda.ks.ua>.
2. Офіційний сайт ТОВ “Органік стандарт”. веб-сайт. URL: [www.organicstandard.com.ua](http://www.organicstandard.com.ua).
3. Україна в 10-ці світових виробників органічних зернових і олійних веб-сайт. URL: <http://propozitsiya.com/ua/ukrayina-v-10-ci-svitovyh-vyrobnykiv-organichnyh-zernovyh-i-oliynyh>.
4. Ukrainian Organic Business Directory / Органік Бізнес-довідник України – 2014. – 406 с. веб-сайт. URL: [www.ukraine.fibl.org/index.php?id=ua-publications](http://www.ukraine.fibl.org/index.php?id=ua-publications).

**Федорова Т.В.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЧИННИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА**

Впродовж останніх років почастишали дискусії відомих вчених навколо сутності категорії ефективності, як в цілому, так і в сільськогосподарському виробництві зокрема. Так, на думку О.М. Крупа, В.Р. Крупа в Україні досі немає чіткого трактування категорії ефективності, а також визначення її показників. Через це оцінка результатів функціонування діяльності аграрних підприємств в сучасних ринкових умовах має неповний, відносний характер [1].

В першій українській економічній енциклопедії С.В. Мочерний характеризує ефективність як “здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат” [2] Таке трактування відображає загальний підхід до визначення ефективності.

Однак при такому підході поняття “ефективне виробництво” ще не означає що воно є найбільш доцільне з позицій оптимальності рівня витрат чи суспільної корисності продукту. Адже результатом може бути продукт, який не має належної якості, не відповідає суспільним потребам або його виробництво вкрай негативно впливає на навколишнє середовище, що згодом тягне додаткові витрати як для суспільства, так і для підприємства [3].

Якщо виходити з позицій приватного інтересу, для підприємця, звичайно, кінцевою метою буде максимізація його прибутку, і ефективним можна назвати виробництво, результатом якого є зростання прибутку при мінімізації витрат. Проміжними цілями при цьому буде досягнення високого значення параметрів виробничих процесів, від яких залежить прибутковість. Власне з цих позицій характеризують ефективність сільського господарства А. Завгородній і Г. Вознюк, визначаючи її як і В.І. Мацибора [4], П. Мертенс [5] та П.П. Руснак як “результативність господарської та фінансової діяльності суб’єктів господарювання”, однак при цьому конкретизуючи кінцеві форми прояву цієї результативності: “високі показники продуктивності праці, зниження фондівіддачі та собівартості, зростання врожайності, рентабельності сільськогосподарського виробництва”.

Тому в сільському господарстві, як і в інших сферах економіки, забезпечення високої економічної ефективності повинно органічно доповнювати досягнення соціальних результатів, соціального ефекту. Із соціальної сторони критерієм ефективності на мікрорівні виступає частка

прибутку підприємства, що спрямовується на покращення умов праці і відпочинку, задоволення соціальних потреб працівників, частка оплати праці у структурі собівартості; на макрорівні – підвищення рівня і якості життя населення, його здоров'я і тривалості життя, освітньо-культурного рівня тощо. Коли мова йде про соціальну ефективність тих чи інших видів продукції, мається на увазі значущість, яку ці види продукції займають у забезпеченні продовольчої безпеки держави, збалансуванні раціонів здорового харчування. Тому з огляду на це державна підтримка розвитку сільського господарства повинна бути орієнтована на підтримку виробництва не лише економічно, але й соціально ефективних видів продукції [1].

Виключно важливе значення має і екологічна сторона аграрного виробництва, пов'язана із ефективністю природокористування. Специфіка аграрного виробництва і, особливо, рослинницької галузі, що пов'язана із глибоким освоєнням земельних ресурсів, використанням хімічних та біологічних засобів захисту рослин, в кінцевому підході призводить до руйнування природних екосистем, зменшення родючості ґрунту тощо. Це в свою чергу тягне за собою не лише втрати продукції за рахунок природного чинника, але й додаткові витрати на ліквідацію наслідків екологічного забруднення. Тому ефективним з позицій екології можна вважати лише таке виробництво у якого еколого-економічний ефект (економічна вигода із врахуванням вартості природоохоронних заходів, вартості природних ресурсів, втрат від нанесення шкоди довкіллю) є позитивним. Таким чином, кінцеві результати аграрного виробництва знаходять своє відображення в кількості якісної, екологічно чистої і безпечної для здоров'я людини продукції та економічній ефективності виробництва [1].

Виходячи з цього, цілком правомірним є визначення ефективності запропоноване Г.В. Черевко та Ф.В. Горбонос, які розглядають ефективність сільськогосподарського виробництва як категорію, що відображає кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці (досягнутий на основі їх економії) [6]. Г.В. Черевко підкреслює, що “в якості критерію ефективності слід розуміти одержання максимального корисного ефекту (як економічного, так і соціального) за наявних або менших ресурсів” [6].

Таким чином, ефективність сільськогосподарського виробництва слід розглядати як максимальне співвідношення корисного ефекту і затрат виробництва за умов повного і оптимального використання наявних ресурсів [7, 8].

Ефективність сільського господарства характеризує ступінь відповідності результатів його функціонування тим завданням, які суспільство ставить перед ним. Таким чином, під ефективним сільськогосподарським виробництвом ми розуміємо одержання оптимальної кількості якісної продукції сільського господарства, яка здатна задовольнити потреби споживача, за такого рівня й структури витрат на її виробництво, який забезпечує дотримання технології виробництва і дозволить отримати позитивний для виробника результат.

На рівень ефективності сільськогосподарського виробництва впливає низка чинників, які умовно можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні чинники характеризують здатність суб'єктів господарювання впливати на ефективність виробництва покращанням використання власних фінансових, трудових, матеріальних та інших ресурсів, впровадженням інтенсивних технологій тощо. Зовнішні чинники – це діяльність держави, спрямована на створення сприятливих умов виробництва через використання макроекономічних важелів.

Ефективність сільського господарства характеризує ступінь відповідності результатів його функціонування тим завданням, які суспільство ставить перед ним. Таким чином, під ефективним сільськогосподарським виробництвом ми розуміємо одержання оптимальної кількості якісної продукції сільського господарства, яка здатна задовольнити потреби споживача, за такого рівня й структури витрат на її виробництво, який забезпечує дотримання технології виробництва і дозволить отримати позитивний для виробника результат.

На рівень ефективності сільськогосподарського виробництва впливає низка чинників, які умовно можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні чинники характеризують здатність суб'єктів господарювання впливати на ефективність виробництва покращанням використання власних фінансових, трудових, матеріальних та інших ресурсів, впровадженням інтенсивних технологій тощо. Зовнішні чинники – це діяльність держави, спрямована на створення сприятливих умов виробництва через використання макроекономічних важелів.

Ефективність сільського господарства характеризує ступінь відповідності результатів його функціонування тим завданням, які суспільство ставить перед ним. Таким чином, під ефективним сільськогосподарським виробництвом ми розуміємо одержання оптимальної кількості якісної продукції сільського господарства, яка здатна задовольнити потреби споживача, за такого рівня й структури витрат на її виробництво, який забезпечує дотримання технології виробництва і дозволить отримати позитивний для виробника результат.

На рівень ефективності сільськогосподарського виробництва впливає низка чинників, які умовно можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні чинники характеризують здатність суб'єктів господарювання впливати на ефективність виробництва покращанням використання власних фінансових, трудових, матеріальних та інших ресурсів, впровадженням інтенсивних технологій тощо. Зовнішні чинники – це діяльність держави, спрямована на створення сприятливих умов виробництва через використання макроекономічних важелів.

Особливістю відтворення в сільському господарстві на сучасному етапі є необхідність сполучення різних галузей рослинництва та тваринництва. Таке сполучення обумовлене, з одного боку, прагненням до більш ефективного використання виробничих ресурсів (вимоги сівозмін, зниження сезонності виробництва за рахунок розвитку галузей

тваринництва тощо), з іншого, зниженням виробничих і фінансових ризиків унаслідок диверсифікації виробництва [9]. Збільшення виробництва рослинницької продукції не можливе без підвищення родючості ґрунтів, і тому внесення гною є запорукою вирішення цієї проблеми. Гній забезпечує ґрунт органічними речовинами та біогенними елементами на 50 відсотків від потреби в поживних речовинах і зменшує загальну потребу в дорогих мінеральних добривах.

Таким чином, у багатьох дослідженнях розвиток сільського господарства і зростання його продуктивності вважаються суттєвими при досягненні усталеного зростання та зменшення рівня бідності. Деякі економісти, зокрема Д. Прасада Рао (D. Prasada Rao), Т. Коеллі (Timothy J. Coelli), Й. Хайямі (Y. Hayami), В. Руттан (V. Ruttan), Дж. Меллор (J. Mellor) взагалі розглядають зростання продуктивності в сільськогосподарському секторі як критично важливе, особливо за необхідності збільшення обсягу сільськогосподарської продукції для задоволення зростаючого попиту на продовольство [9,10].

При цьому, зважаючи на високі виробничі витрати, зниження площі ріллі у розрахунку на душу населення, а також зростаючу урбанізацію, продуктивність сільського господарства має зростати шляхом впровадження технологічних інновацій. Адже розширення ріллі є дуже обмеженим у більшості країн через фізичну відсутність земельних ресурсів або через екологічні пріоритети. Крім того, відмінність між фактичною і технічно можливою врожайністю для більшості культур означає значний потенціал для збільшення обсягів продовольчого і сільськогосподарського виробництва через покращення технологій. Аналіз основних досліджень дає цікаву картину детермінант сільськогосподарської продуктивності. Велика кількість факторів, які визначають сільськогосподарську продуктивність, зокрема кількість землі і праці, є відносно фіксованими.

Тому збільшення кількості даних ресурсів не матиме значного впливу на підвищення ефективності сільського господарства. Більш вірогідно, що ефективність буде підвищуватися завдяки збільшенню якості праці і землі, а також зменшенню транспортних витрат завдяки кращій інфраструктурі (дороги, порти). Відповідно існують декілька шляхів, якими країни, що розвиваються, можуть підвищувати загальну продуктивність факторів в сільській економіці: інвестиції в людський капітал через освіту і видатки на охорону здоров'я; залучення зарубіжних прямих інвестицій і покращення торгівлі; покращення фізичної інфраструктури для сільської економіки.

### **Література:**

1. Пархоменко Л.М. Теоретичні основи дослідження економічної ефективності сільськогосподарського виробництва в умовах ринку Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 82-87.

2. Прядко В.В. Теоретико-методологічні аспекти ефективності сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 69-77.
3. Россоха В.В. Організаційно-економічні передумови підвищення ефективності виробничого потенціалу підприємств АПК // Економіка АПК. – 2014. – № 1. – С. 43–48.
4. Мацибора В.І. Економіка сільського господарства: Підручник. – К.: Вища школа., 2013. – 415 с.
5. Месель-Веселяк В.Я. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК. – 2010. – № 6. – С. 17-26.
6. Черевко Г. Сутність категорії ефективності в економіці сільського господарства // Вісник Львівського державного аграрного університету: Економіка АПК. – 2010. – № 12. – С. 3-15.
7. Міщенко Н.М., Гуменюк К.В. Економічна ефективність реформованих сільгоспідприємств // Економіка і прогнозування. – 2011. – № 1. – С. 104-131.
8. Рябчик І.В., Галушко В.В. Нові підходи до аналізу ефективності сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 101-108.
9. Хашковская О.А. Оценка экономической эффективности функционирования сельскохозяйственных предприятий в условиях социальной переориентации народнохозяйственных комплексов Беларуси // Економіка АПК. – 2010. – № 11. – С. 149-153.
10. Шмидт Р.К. Так ли мы определяем эффективность сельскохозяйственных предприятий // Економіка АПК. – 2013. – № 12. – С. 44-46.

**УДК 338:631:005.4**

**Чабаненко О.О.**

здобувач вищої освіти спеціальності 071  
«Облік і оподаткування»

**Вишневська О.М.**

доктор економічних наук, професор  
*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА**

Збутова діяльність, у загальному контексті, означає просування готової продукції на ринок з метою отримання прибутку. Збутова діяльність пов'язана із надходженням грошових потоків. В комплексі, організація

збуту готової продукції охоплює такі аспекти як: продукт, конкуренція, попит, канали реалізації, маркетингові дослідження.

Для ефективного розподілу плодоовочевої продукції необхідним є створення складських приміщень, що надає можливість підвищити ефективність роботи у мережевій системі. З метою вдосконалення збутової діяльності необхідне оптимальне поєднання виробничої, збутової діяльності й логістики. Основна мета логістики – консенсус між логістичного обслуговування відповідно до вимог клієнтів і рівнем логістичних витрат. Ефективність роботи логістичного ланцюга спрямована на підвищення прибутку для збільшення доходу від продажу продукції за рахунок рівня сервісу, покращення використання виробничих і логістичних потужностей [1].

При формуванні логістичної діяльності необхідно врахувати такі зовнішні чинники, які мають вплив на зростання конкуренції, що в свою чергу пов'язана з міжнародною співпрацею і дає змогу вийти на новий рівень транспортних зв'язків та внутрішні – стратегічна співпраця з контрагентами, власна транспортно-складська інфраструктура.

Ще однією альтернативою у напрямку підвищення ефективності системи збутової діяльності є зниження транспортно-логістичних витрат. Доцільно оптимізувати роботу пунктів навантаження та розвантаження; підібрати техніку для обслуговування складських приміщень; вибудувати раціональні логістичні схеми; налагодити маршрути для перевізників й експедиторів; проводити контроль за використанням сучасних інформаційних технологій [2].

Плодоовочівництво – це специфічна галузь аграрного виробництва. Обмежений період зберігання плодів та овочів висуває особливі умови до їх реалізації. Удосконалити систему збуту плодоовочевої продукції можливо за рахунок побудови ефективної логістичної системи з обов'язковим урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників.

### **Література:**

1. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: навчальний посібник [текст] / Л.В. Балабанова, П. Митрохіна – К.: ЦУЛ, 2011. – 240 с.
2. Янишин Я.С., Кашуба Ю.П. Удосконалення організації управління збутом продукції агропідприємстві / Я.С. Янишин, Ю.П. Кашуба // Економіка АПК. – 2013 – № 9. – С. 67-70.



## **СЕКЦІЯ 5. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ**

**УДК 35.077.2**

**Бойко О.А.**

здобувач вищої освіти 3 курсу  
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Павлюк С.І.**

к.е.н.

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

### **РОЛЬ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В МОДЕРНІЗАЦІЇ МІСЦЕВОГО САМОУПРАВЛІННЯ**

Недостатня ефективність існуючої системи публічного управління України в умовах динамічного і, часом, малопередбачуваного впливу сучасних факторів геополітичної конкуренції, глобалізації й найбільш гострих форм інформаційного протиборства вимагає зміни всієї концепції діючої системи публічного управління та адміністрування з метою її адаптації до сучасних умов глобалізації, розвитку громадянського та інформаційного суспільства, сервісної та «сильної» держави [1].

Питаннями процесу децентралізації та його впливу на соціально-економічний розвиток країни в цілому, регіонів у своїх працях торкалися багато науковців і практиків, серед яких: Бородіна О., Гройсман В., Данилишин Б., Лелеченко А., Мамонова В., Павлюк С., Статівка А. та інші дослідники.

Як свідчить вітчизняна практика, запроваджена децентралізація дозволила сформувати відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування значний дієвий і спроможний інститут місцевого самоврядування на базовому рівні – об'єднані територіальні громади.

Саме децентралізація в Україні відкрила не тільки нові можливості для органів місцевого самоврядування, але й сприяла підвищенню їх ефективності діяльності, відкритості та прозорості, для формування нового типу публічного управління та адміністрування, орієнтованого на задоволення потреб громадян.

Станом на 01 вересня 2019 року вже створено 936 об'єднаних територіальних громад, що об'єднали 4330 територіальних громад, які отримали розширені повноваження і додаткові ресурси. Вказане дозволило їм самостійно реалізовувати проекти розвитку соціальної інфраструктури:

ремонтувати і навіть будувати школи, дитсадки, водогони, дороги, системи вуличного освітлення, закуповувати комунальну техніку, створювати комунальні підприємства, дбати про благоустрій території тощо [2].

Електронне урядування як нова форма організації публічного управління та адміністрування, за рахунок широкого застосування новітніх інформаційно-комунікаційних технологій забезпечує якісно новий рівень відкритої взаємодії держави та суспільства, надання повного комплексу публічних послуг для всіх категорій громадян та суб'єктів господарювання. Упровадження електронного урядування передбачає реалізацію послідовного, комплексного та індивідуалізованого підходу до надання публічних послуг для населення. Це означає структурну та функціональну перебудову діяльності органів публічної влади та їх взаємодії з громадянами, бізнесом та між собою [1].

Електронне урядування – форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян [3].

Відповідно до мети Концепції розвитку електронного урядування в Україні, а саме: визначення напрямів, механізмів і строків формування ефективної системи електронного урядування в Україні для задоволення інтересів та потреб фізичних та юридичних осіб, вдосконалення системи державного управління, підвищення конкурентоспроможності та стимулювання соціально-економічного розвитку країни, слід забезпечити виконання комплексних заходів за такими напрямками:

- модернізація публічних послуг та розвиток взаємодії влади, громадян і бізнесу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (розвиток електронних послуг, відкритих даних, електронних інструментів залучення громадян, електронної ідентифікації та довірчих послуг);

- модернізація державного управління за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (розвиток електронної взаємодії, електронного документообігу, електронне урядування базовими галузями та підтримка пріоритетних реформ);

- управління розвитком електронного урядування (формування базової інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури електронного урядування, підвищення ефективності управління розвитком електронного урядування) [3].

Саме реалізація таких комплексних заходів надасть змогу:

- підвищити ефективність роботи органів влади і досягти якісно нового рівня управління державою, що базується на принципах результативності, ефективності, прозорості, відкритості, доступності, довіри та підзвітності;

- покращити якість надання публічних послуг фізичним та юридичним особам відповідно до європейських вимог, а також забезпечити необхідну

мобільність і конкурентоспроможність громадян та суб'єктів господарювання в сучасних економічних умовах;

- мінімізувати корупційні ризики під час виконання владних повноважень;
- покращити інвестиційну привабливість, діловий клімат та конкурентоспроможність країни;
- стимулювати соціально-економічний розвиток в Україні.

### **Література:**

1. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб.: у 15 ч. / за заг. ред. А.І. Семенченка, В.М. Дрешпака. К., 2017. Частина 1: Вступ до курсу. Концептуальні засади електронного урядування та електронної демократії / [В.Я. Малиновський, Н.В. Грицяк, А.І. Семенченко]. К.: ФОП Москаленко О. М., 2017. 70 с.
2. Червен І.І., Павлюк С.І. Вплив децентралізації на розвиток сільських територій України // Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2019. Вип. 2 (102). С. 14-25. Включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (ISSN: 2313-092X, 2411-9199).
3. Концепція розвитку електронного урядування в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 вересня 2017 р. № 649-р // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80>.

### **УДК 351**

**Бріцин А.О.**

студент спеціальності 075 – Маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

### **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА – ПЕРШИЙ КРОК ДО УСПІХУ**

Багато керівників вважають, що те, що вони платять своїм підлеглим заробітну плату – цього достатньо для їх мотивації. Навіщо робити ще щось?

Гроші дійсно грають важливу роль – але далеко не найважливішу. І навіть піднімаючи комусь зарплату, в надії утримати людину на робочому місці, це може і спрацює – але не надовго. Причина в тому, що насправді, заробітна плата служить не тому, щоб змусити «неправильних людей» робити потрібні речі, але тому, щоб залучити й утримати найдостойніших. Це перший принцип побудови міцної корпоративної культури. Вираз «люди

– ваш основний ресурс» вже не є вірним. Не люди – ваш основний ресурс, а саме підходящі люди – ваш основний ресурс [1].

Добре ставлення до працівників починається з їх робочого місця. Мало хто може бачити, наприклад, ваші ремонтні. Але це не означає, що їх не потрібно тримати в чистоті. Чому? Тому що, хоча клієнти бачать наші майстерні рідко, але ваші техніки знаходяться там постійно. Де б ви хотіли проводити цілий день – у бруді або у чистоті? Якщо ви зробите місце роботи техніків більш професійним, більш приємним, більш ефективним, якщо ви дасте їм найкраще обладнання і інструменти – тоді ви зможете наймати і кращих техніків. Тому що вони будуть хотіти працювати саме у вас.

Керівники повинні ставитися до співробітників, як до своїх клієнтів. Управлінська команда повинна щиро поважати і високо цінувати рядових співробітників. «Людське» ставлення до персоналу заохочує хороших співробітників залишитися і мотивує їх працювати на благо компанії – надавати якісне обслуговування і домагатися задоволеності клієнтів.

Є маса питань, які можна делегувати, але винесення подяки співробітникам не відноситься до їх числа. «Спасибі» вагоміше, якщо це говорить саме бос, – просто тому, що він бос.

Карл Сьюелл – людина, яка створила одну з кращих автодилерського мереж в світі, яка продає автомобілі Cadillac, Hummer, Lexus, Infinity і інші бренди, говорив, як одного разу, коли їм вдалося досягти рекордного індексу задоволеності клієнтів, вони влаштували барбекю для своїх співробітників. Вони розвісили по всьому автоцентру плакати, зібрали усіх співробітників, і керівники говорили своїм підлеглим, як добре вони працювали. Причому, це все відбувалося в робочий час.

Між іншим, проведення святкувань в робочий час – це ще один спосіб сказати «спасибі» своїм підлеглим. Це показує людям, що ви серйозні в своїй вдячності, а це, в свою чергу, вселить у них повагу і гордість, що саме ви – їх керівник [4].

Можна виділити декілька елементів, які є основою міцної корпоративної ідеології:

1. Значущість результатів діяльності фірми в очах співробітників.
2. Справа, яку ви робите, корисна для суспільства в цілому – причому, чим би ви не займалися.
3. Ваша фірма в повній мірі піклується про кожного свого співробітника і вважає кожного найкращим і найдостойнішим – і всі вони це знають і вірять в це.
4. Розуміння кожного конкретного співробітника в тому, що прибутковість фірми та заробітна плата колег залежить безпосередньо від якості та своєчасності виконання завдань таким співробітником.
5. Фірма – «одна велика сім'я». Кожен повинен відчувати, що його «причетність» до справ фірми не закінчується о 18:00, коли він виходить з офісу, а є чимось постійним, «зігріваючим душу».

6. Особисто керівник готовий при необхідності допомогти будь-якому із співробітників вирішити виникаючі у нього крім роботи проблеми

Цікавий факт, що найефективніший спосіб знизити плинність кадрів – це цінувати, хвалити і мотивувати співробітників за якісну і ефективну роботу. Це змусить їх працювати ще старанніше, щоб зберегти своє робоче місце. Якщо ви регулярно підкріплюєте їх мотивацію, врешті-решт, у вашій компанії будуть працювати більш досвідчені співробітники, які надають більш якісний сервіс. А якісний сервіс – це сильнодіючі ліки від плинності кадрів [5].

### **Література:**

1. Коллінз Д. Від хорошого до великого / Дж. Коллінз., 2003. – 368 с.  
Сьюелл К. Клієнти на все життя / К. Сьюелл, П. Браун., 2011. – 224 с.
2. Куліш Т.В. Роль маркетингових досліджень в прийнятті управлінських рішень / Т.В. Куліш // Актуальні проблеми розвитку малого та середнього підприємництва: матеріали регіональної науково-практичної конференції, 12 грудня 2017 р. – Мелітополь. – 2017. – С. 60-62.  
<http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/5441>
3. Легеза Д.Г. Управління прибутком на підприємствах хлібопекарської галузі / Д.Г. Легеза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2018. – № 1(37). – С. 161-168
4. Ольшевський О.С. Антикризовий PR і консалтинг / О.С. Ольшевський., 2003. – 432 с.
5. Шоул Д. Першокласний сервіс, як конкурентна перевага / Дж. Шоул., 2011. – 298 с.

**УДК 351**

**Виноградова Т.І.**

старший викладач кафедри загальноекономічної підготовки  
*ДВНЗ « Херсонський державний аграрний університет »*  
м. Херсон, Україна

### **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ КАДРІВ**

Одним із найважливіших стратегічних завдань на сучасному етапі модернізації системи вищої освіти України є забезпечення конкурентоспроможності підготовки фахівців згідно рівня міжнародних стандартів. Формування конкурентоспроможності майбутнього спеціаліста пов'язано із психолого – педагогічними проблемами пошуку технологій,

умов, механізмів цього процесу, який спрямований на розвиток особистісних якостей, реалізацію потенціалу і здібностей людини.

У вітчизняній педагогічній науці велика кількість наукових праць присвячених пошукам різноманітних підходів, механізмів, аспектів конкурентоспроможності у сфері освіти, в тому числі і випускників навчальних закладів на ринку праці. Аналіз результатів наукових досліджень свідчить про те, що поняття професіоналізму вітчизняною педагогікою розроблено набагато детальніше, ніж поняття конкурентоспроможності.

Актуальність формування конкурентоспроможності фахівця полягає в тому, що ринок праці і «ринку особистостей» висовують до спеціалістів високі вимоги: соціальну відповідальність, адекватне сприйняття і мобільне реагування на нові фактори, самостійність і оперативність у прийнятті рішень, готовність до демократичного спілкування, до соціально активних дій, здатність швидко адаптуватись до нових умов та інші якості, що визначають конкурентоспроможність особистості. У зв'язку з цим актуальною стає задача визначення сутності конкурентоспроможності фахівця та її складових елементів, які мають становити базу психолого – педагогічного процесу формування згаданої якості у майбутнього фахівця.

А. І. Кузьмінський [3] наголошує, що головне завдання професійної школи полягає в тому, щоб забезпечити оптимальні соціально-економічні й психолого-педагогічні умови для належного інтелектуального розвитку громадян. Це має здійснюватися шляхом перебудови системи навчання, вибору форм, засобів, методів і прийомів пізнавальної діяльності, які б забезпечували прилучення кожного студента до самостійної навчальної діяльності.

Педагогічна сутність конкурентоспроможності полягає в тому, щоб розглядати її як складну, багаторівневу інтегральну властивість, яка дозволяє особистості відповідно до її індивідуальних здібностей, інтересів і потреб брати участь і отримувати переваги в конкурентних відносинах в обраній для себе сфері професійної діяльності.

Визначення конкурентоспроможності як багаторівневого інтегрального особистісного утворення, що проектується на всі сфери життєдіяльності людини, яке є фактором активізації діяльності особистості має бути важливим орієнтиром освітньої діяльності. Науковці до структури конкурентоспроможності особистості включають професійні, психологічні і особистісні характеристики; якості пізнавальні, виробничі і соціальні; індивідуальні здібності; ціннісні орієнтації; професійні компетентність і кваліфікацію. До структури конкурентоспроможності особистості майбутнього фахівця має входити як професійно значущі, так і соціально затребувані якості особистості. Від того, яке враження здійснить майбутній фахівець на роботодавців і оточуючих, значною мірою залежатиме його соціальний і професійний успіх.

Сутність конкурентоспроможності фахівця та її функціональну структуру пропонується визначати через особистісні і професійно-діяльнісні компоненти. До особистісних компонент конкурентоспроможності фахівця пропонується відносити аксіологічну, когнітивну, праксеологічну, рефлексивну компоненти. До професійно-діяльнісних компонент конкурентоспроможності фахівця пропонується відносити професійну, діяльнісну і адаптаційну компоненти. Професійна компонента охоплює компетенції фахівця, що визначають професіоналізм діяльності, відображає професійний і соціальний статус фахівця, прагнення до особистісних і професійних досягнень. Діяльнісна компонента спрямована на предмет праці, на соціальне середовище і самого себе. Адаптаційна компонента визначається процесами перебудови діяльності і поведінки особистості у відповідь на нові вимоги оточуючого середовища. Результатом таких процесів є формування самосвідомості і рольової поведінки, адекватних зв'язків з оточуючими, прийняття індивідом своєї соціальної ролі, узгодження самооцінки і прагнень особистості з його можливостями і з реальністю соціального середовища.

Отже психолого – педагогічна сутність конкурентоспроможності фахівця полягає у її визначенні як складної, багаторівневої інтегральної властивості, яка дозволяє особистості відповідно до її індивідуальних здібностей, інтересів і потреб мати переваги у конкурентних відносинах в обраній для себе сфері професійної діяльності. Функціональну структуру фахівця утворюють особистісні і професійно-діяльнісні компоненти, які у процесі свого динамічного розвитку і взаємодії забезпечують його найважливішу властивість – конкурентоспроможність.

### **Література:**

1. Національна доктрина розвитку освіти, затверджена Указом Президента України від 17 квітня 2002 року № 347/2002. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua/>.
2. Варій М. Й. Загальна психологія : навчальний посібник [текст] / М. Й. Варій. – 2-ге видан., випр. і доп. – К.: «Центр учбової літератури», 2007. – 968 с.
3. Кузьмінський А. І. Педагогіка вищої школи [текст]: навчальний посібник / А. І. Кузьмінський. – К.: Знання, 2005. – 486 с.
4. Кривега Л. Д. Сутність конкуренції та її роль в розвитку суспільства / Л. Д. Кривега, О. С. Александрова // Культурологічний вісник. – Вип. 9. – Запоріжжя, 2002. – С. 64–69.

**Ковтун В.М.**

здобувач вищої освіти магістерського рівня ЕФ  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСАМИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Публічне управління – це пошук найкращого способу використання ресурсів задля досягнення пріоритетних цілей суспільного розвитку, спільно організований урядом, представницькою владою та громадянським суспільством. Це владний вплив на життєздатність людей з боку органів державної влади, місцевого самоврядування та громадських організацій шляхом застосування сукупності методів (економічних, адміністративних, інформаційно-психологічних та ін.) з метою досягнення цілей суспільного розвитку. Публічне адміністрування – регламентована законами та іншими нормативно-правовими актами діяльність суб'єктів публічного управління, пов'язана з реалізацією управлінських функцій способами, визначеними в інструкціях, регламентах і процедурах, яка концентрується на впровадженні в життя директив, розпоряджень, наказів тощо [1].

Житлово-комунальне господарство – це комплекс технічно, технологічно та територіально пов'язаних об'єктів, виробнича діяльність яких спрямована на максимально повне життєзабезпечення населених пунктів через надання основних та додаткових послуг. Основним завданням ЖКГ є задоволення потреб у послугах місцевого населення, суб'єктів підприємницької діяльності, установ і організацій, розташованих в межах населеного пункту та під юрисдикцією територіальної громади [2].

Питання енергоефективності та енергозбереження в житлово-комунальному господарстві України є першочерговим і нагальним. Житлово-комунальне господарство України споживає більш як третину загальної кількості енергоресурсів, що використовуються в країні. Питома вага споживання електроенергії в ЖКГ перевищує середній світовий рівень майже у два рази, тому зменшення рівня споживання паливно-енергетичних ресурсів об'єктами житлово-комунальної сфери є актуальним завданням [3, с. 185].

Саме житловий сектор має найбільший прогрес в реформі енергоефективності в Україні. З кінця 2014 року розроблялися та активно впроваджувалися передумови та механізми енергоефективності – прийняте необхідне первинне законодавство: Законодавчі рамки реформи енергоефективності сформовані ключовими Законами України прийнятими у 2015- 2017 роках, а саме: Закон України “Про енергетичну ефективність



будівель” № 2118; Закон України “Про комерційний облік теплової енергії та водопостачання” № 2119; Закон України “Про житлово-комунальні послуги” № 2189. Визначальним було прийняття Закону України “Про Фонд енергоефективності” № 2095 від 08.06.2017. Фонд енергоефективності має стати каталізатором залучення інвестицій на реалізацію енергоефективних проєктів. Фонд пропонує ОСББ комплексні енергоефективні рішення, компенсацію до 50 % вартості проєкту та суттєву технічну підтримку. ОСББ може обирати з двох типів “Пакетів енергоефективності”: Пакет А “Легкий” пропонує комплекс простих енергоефективних заходів із потенціалом економії енергоресурсів близько 20 %; Пакет Б “Комплексний” пропонує повну термореновацію будівлі із потенціалом економії енергії до 60 % [4].

На даний час в Україні функціонують дві програми фінансової підтримки енергоефективності в житловому секторі:

- Державна програма “Теплі кредити”, що з кінця 2014 року реалізується Державним агентством енергоефективності;
- Донорська програма IQ Energy, що була започаткована у 2016 році та реалізується ЄБРР.

“Теплі кредити” наразі є найбільш масштабною програмою підтримки енергоефективності в Україні – протягом 3,5 років було видано 291 750 позик на суму 5,7 млрд. грн. та близько 2,1 млрд. грн. грантів компенсовано державою. У 2018 році використано 400 млн. грн. з державного бюджету на фінансування програми [5].

Особливу увагу при цьому заслуговують вивчення ролі інновацій, ефективна робота всіх підприємств міських територій, а також застосування соціальних гарантій та пільг для підвищення якості життя населення. Адже на сьогоднішній день більше половини світового населення проживає у містах, де створюється близько 80 % глобального ВВП. У містах споживається 75 % всіх природних ресурсів планети, близько 80 % енергії та утворюється приблизно 75 % викидів двоокису вуглецю [6].

### Література:

1. Електронний ресурс: <https://www.pdaa.edu.ua/content/specialnist-publichne-upravlinnya-ta-administruvannya>
2. Поняття і склад житлово-комунального господарства. Електронний ресурс – <https://lektsii.com/1-36299.html>
3. Посібник з муніципального енергетичного менеджменту / Є.М. Іншеков, Є.Є. Нікітін, М.В. Тарновський, А.В. Чернявський. – К.: Поліграф плюс, 2014. –238 с.
4. Електронний ресурс: <https://www.facebook.com/MinregionUkraine/videos>
5. Державна підтримка енергозбереження. Електронний ресурс: <http://saee.gov.ua/consumers/derzh-pidtrymka-energozabespechenya>
6. Кугук Є. Роль інфраструктури у забезпеченні сталого розвитку міста / Є. Кугук // Теорія та практика публічного управління та адміністрування у

XXI сторіччі : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції за міжнародною участю здобувачів вищої освіти та молодих вчених – Київ : НАДУ, 2018. – С. 172-174

**УДК 332.28; 332.62-332.64; 332.68**

**Колосюк А.А.**  
завідуючий кафедрою геодезії та землеустрою  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*  
*м.Одеса, Україна*

## **ІСТОРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ У ПИТАННЯХ ОЦІНЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СЕЛЯН ДЛЯ ЦІЛЕЙ ОПОДАТКУВАННЯ НАПРИКІНЦІ XIX-ПОЧАТКУ XX СТОЛІТЬ**

Свідоме формування дієздатної національної ідеології та методології вирішення праксіологічних завдань – є пріоритетним прямим громадянським обов'язком патріотично налаштованих дослідників [2, с. 112].

Концепція базування суспільно-сприйнятних параметрів адресного розміру майнового оподаткування на споконвічних фундаментальних та публічних властивостях нерухомості [1], що отримує світове визнання лише на початку XX ст. є характерною ознакою поточної тематичної фіскальної сцени.

Науковцям та фахівцям у галузі оцінювання майна добре відомий саме той історичний факт, що українська нерухомість наприкінці XIX – початку XX ст.ст. знаходилася у одному із основних геоцентричних кіл тематичного театру пошукових еволюційних заходів із обрання саме ринкової вартості нерухомості у якості базової величини для цілей оподаткування (визначення та вилучення на суспільну користь податку, як виваженої долі земельної ренти).

Першим в історії Російської Імперії податок, що із кінця XIX ст. (1878 р.) отримує назву “державний”, поряд з іншими станами починає сплачувати й дворянство. Середня податкова ставка у залежності від місця розташування земель коливається між  $\frac{1}{4}$  коп./дес.<sup>1</sup> ( $\approx 0,1$  \$ USA/га.) для Архангельської губернії та 17 коп/дес. ( $\approx 6$  \$ USA/га.) – для Курської губернії Враховуючи диференціацію земельних наділів за розміром (великі, середні та малі) абсолютні значення поземельного податку селянських господарств відрізнялися у 35 разів, а саме від 0,5 коп. до 1,7 руб (табл.1).

---

<sup>1</sup> десятина – давньоруська міра земельної площі, що становила 10 925 кв. м (1,0925 га)

Таблиця 1

### Диференціація поземельного податку по Російській Імперії за с/г ділянку, кінець XIX ст. (1875 р.)

№ з/п	Одиниця оподаткування, земельна ділянка		Розмір податку, російський руб./зем.ділянка		Еквівалент грошової цінності, дол. США	
	Диференціація за розміром	площа. дес. (га)	min	max	min	max
1	Велика	10 (10,93) і більш	0,025	1,7	0,89	60,3
2	Середня	від 2 до 10 (2.19-10,93)	0,013	0,9	0,44	30,2
3	Мала	до 2 (до 2,19)	0,005	0,3	0,18	12,1

Пізніше діапазони поземельної ставки податку але вже не за десятини, а за наділи (об'єкти нерухомості) значно звужуються і підвищуються від 1 до 4 руб.<sup>1</sup> ( $\approx 36 \div 142$  \$ USA), хоча при цьому зберігається принцип диференціації оподаткування земельної нерухомості у залежності від розмірів, якості та місця розташування (табл. 2).

Таблиця 2

### Диференціація поземельного податку в Російській Імперії за с/г ділянку, кінець XIX ст.

№ з/п	Одиниця оподаткування, земельна ділянка		Розмір податку, російський руб./зем.ділянка	Еквівалент грошової цінності, дол. США
	Диференціація за розміром	площа. дес. (га)		
1	Велика	10 (10,93) і більш	4,0	141,9
2	Середня	від 2 до 10 (2.19-10,93)	2,0	70,9
3	Мала	до 2 (до 2,19)	1,0	35,5

Наукові джерела та статистичні матеріали вказують, на тісні зв'язки тогочасної сільськогосподарської статистики із регіональною економікою сільськогосподарського виробництва, що формують наступні структурні напрямки: земля (територія, клімат, ґрунти, землеволодіння, користування землею, ціни на землю), сільське населення (чисельність, склад, динаміка змін тощо), землеробство та тваринництво (угіддя, польові культури, інвентар, обробка, добрива, посіви, врожаї, худоба), ринок сільськогосподарської продукції (попит, пропозиція, ціни, рух тощо).

Реконструйовані розміри середнього рентного доходу товарних с/г земель [3,4] у свою чергу дозволяють реконструювати діапазони ринкової

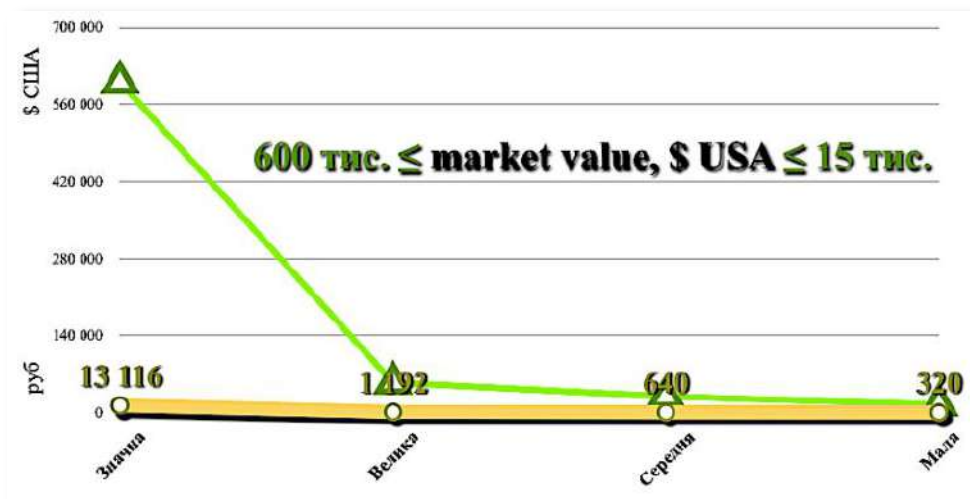
<sup>1</sup> рубль у цей період вміщує 0,774 грамів чистого золота (еквівалент 32,6 \$ USA)

цінності зазначеного сегменту земель на початку ХХ ст. у розрізі типових українських селянських та дрібних поміщицьких наділів (табл. 3, рис. 1).

Таблиця 3

**Реконструкція ринкової вартості сільського господарювання на українських землях у складі Російської Імперії, початок ХХ ст.**

№ з/п	диференціація земельної ділянки за розміром	площа наділу		чистий рентний дохід, руб	Ск	Ринкова вартість нерухомості, руб	Еквівалент грошової цінності, \$ США	
		дес.	га				наділу	га
1	Значна	100	109,3	787	0,060	13116,00	600962,00	5498,28
2	Велика	10	10,93	66	0,055	1192,36	54632,91	4998,44
3	Середня	від 2 до 10	2,19÷10,9	29	0,045	640,00	29324,16	4887,36
4	Мала	до 2	до 2,19	10	0,030	320,00	14662,08	7331,04



**Рис. 1. Структура ринкових цін на сільськогосподарські наділи України, початок ХХ ст.**

**Література:**

1. Международные стандарты оценки / Г.И. Микерин, Н.В. Павлов. – М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. – 384 с.
2. Колосюк А.А. Мінливості оціночної сцени у оподаткуванні нерухомості в Україні / Наукове видання «Проблеми регулювання земельного ринку в Україні: інституціональні, економічні, екологічні» / Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (ДЗ ДЕА ПОТУ Мінекології та природних ресурсів України, Київ, 25-26 червня 2019 р.) 2019 – 146 с – С. 110-114.
3. Хлібні ресурси / Продовольчі ресурси України і світу / Назва з екрану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://history.org.ua/LiberUA/978-966-02-5827-3/9.pdf>

4. Ринок зерна в губерніях лівобережної України на рубежі ХІХ-ХХ ст. / Сіверянський літопис / Назва з екрану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45093/09-Makarets.pdf?sequence=1>

**УДК 351**

**Кузнецова Н.Б.**

к.е.н., завідувач кафедри економіки,  
підприємництва та маркетингу  
*Черкаський державний бізнес-коледж  
м. Черкаси, Україна*

### **КРЕАТИВНІ РІШЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Креативність як процес творіння в сучасних умовах є необхідною складовою ефективного управління у будь-якій сфері суспільних відносин. Не виключенням є сільське господарство, яке в епоху цифрових технологій потребує пошуку інновацій та креативних рішень для вирішення комплексних господарських проблем, зумовлених глобальними викликами.

На відміну від інших галузей економіки, сільське господарство характеризується складною внутрішньогалузевою структурою та механізмом взаємодії між підгалуззями сільськогосподарського виробництва і самої галузі з іншими галузями народного господарства країни; сезонністю виробництва та залученням значної кількості матеріальних і нематеріальних ресурсів, комплексним характером їх використання; значною залежністю результатів діяльності сільськогосподарських підприємств від природних умов, стану ґрунтів, матеріально-технічного забезпечення. Та динамізм розвитку і масова інформатизація суспільного простору вимагають швидкої адаптації і реагування цієї галузі на сучасні світові виклики, що потребує організованого процесу прийняття ефективних рішень, базованих на інноваціях.

Необхідно зазначити, що внаслідок збільшення обсягів експортно-імпортних операцій з продажу сільськогосподарської продукції у світі, зростає значення застосування нових, креативних високотехнологічних рішень у сільському господарстві, зокрема, у сфері високої організованості виробничого процесу, удосконалення і здешевлення логістики, оптимізації виробничих витрат за рахунок роботизації та інформатизації виробництва.

Також існуюча сьогодні світова тенденція збільшення загальної чисельності населення (до 2050 року – 9,2 мільярда) за умов одночасного зменшення земельних і водних ресурсів, зумовлює необхідність граничної

інтенсифікації сільського господарства, що потребує запровадження новітніх технологій щодо безпечності обробки ґрунтів, якісної селекції, автоматизації польових робіт, нових підходів до прогнозування врожайності, збільшення обсягів виробництва, ефективної організації праці та використання інтелектуального капіталу [1].

З метою ефективної організації виробничого процесу та функціонування сільськогосподарських підприємств, необхідна взаємодія галузі сільського господарства з окремими секторами креативної економіки (ІТ-сферою, маркетингом, дизайном, рекламою, видавничою справою та ін.). Необхідно зазначити, що у секторі креативних індустрій поєднуються культура, мистецтво, бізнес та сучасні технології, взаємодія яких у глобалізованому світі відбувається через символи, тексти, звуки та зображення [3, с. 243]. Креативні індустрії продукують засоби та інструменти комунікації, які стають ключовими факторами формування інноваційних креативних рішень і без яких не може функціонувати сучасне суспільство.

Основою формування креативних рішень у сільському господарстві є технологічні інновації, до яких фахівці уже сьогодні відносять Інтернет речей (the Internet of Things або IoT), штучний інтелект (Artificial Intelligence) і машинне навчання (Machine Learning) [2]. Поєднання їх можливостей сприяє формуванню масиву інформаційних даних, якісні обробка та аналіз яких забезпечують прийняття ефективних рішень.

Використання в діяльності підприємств інноваційних технологічних продуктів – пристроїв для спектрального аналізу ґрунту та сільськогосподарських культур, різноманітних датчиків, ІТ-технологій для ведення точного землеробства, роботів та цифрового зв'язку, геолокаційних технологій, дронів, роботехнічних систем доїння та годівлі тварин – сприятимуть вирішенню завдань підвищення ефективності вирощування сільськогосподарських культур, більш продуктивній роботі обладнання та устаткування, удосконаленню системи аналізу і прогнозування якісних та кількісних показників роботи сільськогосподарських підприємств.

Тож можна стверджувати, що роботизація та інформатизація виробництва, використання сучасних маркетингових технологій та креативної продукції творчих галузей економіки в організації вирощування та виробництва сільськогосподарської продукції, забезпечуватимуть формування нової моделі ефективного управління господарством на основі інтелекту, інновацій та технологій.

### **Література:**

1. Павленко О. Технологічне майбутнє сільського господарства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ukr.lb.ua/blog/opavlenko/381762\\_tehnologichne\\_maybutnie\\_silskogo.html](https://ukr.lb.ua/blog/opavlenko/381762_tehnologichne_maybutnie_silskogo.html).

2. Павленко О. Чому IoT, AI та Machine Learning – це майбутнє сільського господарства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[https://ukr.lb.ua/blog/opavlenko/390501\\_chomu\\_iot\\_ai\\_machine\\_learning-tse.html](https://ukr.lb.ua/blog/opavlenko/390501_chomu_iot_ai_machine_learning-tse.html).

3. Проскуріна М.О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності / М.О. Проскуріна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Випуск 8. – С. 242-245.

**УДК 338.46(477.51)**

**Морозова О.С.**

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**Морозов О.В.**

д.с.-г. н, професор,

професор кафедри науки про Землю

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Туристична діяльність є однією з найважливіших галузей економіки та невід'ємною ланкою в розвитку міжнародного співробітництва та інтеграції у світову економіку для будь-якої держави. Теоретичні та методологічні аспекти розвитку туристичної галузі в Україні та світі викладенні в працях багатьох вітчизняних учених, зокрема А.Ю. Александрової, М.Г. Бойко, І.І. Винниченка, Н.А. Гук, І.В. Зоріна, О.П. Корольчук, В.Ф. Кифяка, О.О. Любіцевої, с. І. Мельниченко, Я.Б. Олійника, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко, В.К. Федорченка, Л.М. Шульгіної та ін.

Впродовж останніх років середньорічний приріст в'їзного туризму в Україні становив 6,8 %. У 2014–2017 рр. у зв'язку з проведенням антитерористичної операції в окремих регіонах та тимчасовою окупацією частини території України спостерігається скорочення іноземних громадян, які відвідали Україну вдвічі. Так, у 2013 р. їх кількість становила 24,7 млн осіб, а в 2014 р. – лише 12,7 млн осіб, у 2015 р. – 12,4 млн, у 2016 р. – 13,3 млн, у 2017 р. – 14,2 млн осіб.

Незначне зменшення кількості в'їздів іноземних громадян до України у І півріччі 2019 року, у порівнянні з аналогічним періодом минулого року (-5,6 %), зумовлено зменшенням туристичного потоку з прикордонних країн (табл. 1) [1].

**Кількість іноземних громадян,  
що перетинали державний кордон України**

	2016	2017	2018	2019	Приріст %		
					16/17	17/18	18/19
I квартал	2427,3	2631,5	2547,7	2357,8	8,4	-3,2	-7,5
II квартал	3392,7	3697,1	3673,4	3513,8	9,0	-0,6	-4,3
III квартал	4559,5	4769,5	4935,7	-	4,6	3,5	-
IV квартал	3226,3	3323,1	3050,1	-	3,0	-8,2	-
<b>Усього:</b>	<b>13606,0</b>	<b>14421,2</b>	<b>14207,0</b>	<b>-</b>	<b>6,0</b>	<b>-1,5</b>	<b>-</b>

*За даними Адміністрації Державної прикордонної служби [1]*

За останніми даними Світового банку, за 2017 рік Україну відвідали 14,2 мільйони іноземних туристів. Це більше за кількість туристів у Сингапурі, Данії, Ісландії, Чехії, Швейцарії, Норвегії, Австралії, Швеції, Новій Зеландії та ще безлічі інших країн, які відомі давньою історією, унікальними пам'ятками та красивою природою. Звісно, Франція з її Парижем та Ейфелевою вежею так і продовжує залишатися найпопулярнішою країною у світі, до якої приїхало 86,8 мільйонів мандрівників. Далі за нею у рейтингу Іспанія та США, які прийняли по 81 млн та 77 млн туристів відповідно.

Цифри світового банку збігаються і з даними Держстату за 2017-й рік, який зафіксував, що порівняно з 2016-м іноземних туристів побільшало майже на мільйон – з 13,3 млн до 14,2 млн. Практично такі ж цифри наводить і Мінекономрозвитку, щоправда там вже знають про кількість іноземних відвідувачів і за 2018-й рік, відмічаючи, що показник в'їзного туризму залишився на рівні 2017 року – тобто трохи більше 14 мільйонів [2].

Лідерами за кількістю в'їздів іноземців до України історично залишаються прикордонні країни, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 85,5 % до 80,7 %, що, серед іншого, пояснюється введенням з 01.01.2018 року змін до Митного кодексу України, що значно обмежують безмитний перетин товарів через кордон.

Початок туристичний сезону 2019 року виявився дещо несподіваним для в'їзного туризму. Представники готелів стверджують, що січень-лютий були дуже слабкими за туристичним потоком іноземних відвідувачів.

На фоні зменшення у I півріччі 2019 року прикордонного обміну у порівнянні з I півріччям 2018 року, спостерігаються якісні зміни в структурі в'їзного туристичного потоку з неприкордонних країн. Так досягнуто суттєвого зростання потоків з: Литви – на 32,0 %, Латвії – 18,1 %, Німеччини –17,5 %, Канади – 11,4 %, Китаю – 11,1 %, а також продовжується тенденція зростання потоків туристів з: Франції – 6,0 %, США – 5,6 %, Чехії – 5,6 %, Італії – 3,9 %, Великобританії – 2,7 %, Болгарії – 2,4 % та відновився потік туристів з Грузії – 4,5 % [3].



Про те, що Україна стає все популярнішою серед іноземних відвідувачів свідчить і те, що CNN, одна з найвідоміших телекомпаній світу, склала окремий рейтинг з топ-11 туристичних міст України. До нього ввійшли Львів, Чернівці, Умань, Київ, Переяслав-Хмельницький, Харків, Чернігів, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський.

В Україні є безліч прекрасних місць з великою кількістю туристичних заходів. І хоча відвідування деяких регіонів рекомендується уникати через наявність там сепаратистів, та велика частина цієї величезної країни відкрита для турбізнесу.

### **Література:**

1. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон І півріччя 2016-2019 років (за даними Адміністрації Державної прикордонної служби) URL: [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)
2. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх – Укрінформ URL: <https://www.ukrinform.ua>
3. Державний комітет статистики. URL: – <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**УДК 332.2**

**Морозов О.В.**

д.с.-г. н, професор,  
професор кафедри науки про Землю

**Морозова О.С.**

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу

**Морозова Р.В.**

д.е.н., професор кафедри менеджменту організацій  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01 квітня 2014 р. схвалено «Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» (далі Концепція). Метою Концепції є визначення напрямів, механізмів і строків формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення і підтримки повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів

громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальних громад.

Одними з основних повноважень органів місцевого самоврядування є забезпечення: місцевого економічного розвитку; планування розвитку території громади; вирішення питань забудови території (відведення земельних ділянок, надання дозволів на будівництво, прийняття в експлуатацію будівель); благоустрою території та ін.

Територіальні громади отримали право: розпоряджатися земельними ресурсами в межах своєї території, запровадження ефективних механізмів участі громадськості у виробленні органами місцевого самоврядування важливих управлінських рішень, зокрема з питань визначення стратегії розвитку територіальної громади, затвердження проектів містобудівної документації (генеральних планів розвитку міст, селищ, сіл тощо).

Для реалізації Концепції Головним управлінням Держгеокадастру у Херсонській області забезпечено:

*Нормативна грошова оцінка земель населених пунктів області.* Відповідно до вимог статті 13 Закону України «Про оцінку земель» всі 698 населених пунктів області мають затверджену рішеннями відповідних місцевих рад первинну нормативну грошову оцінку земель, тому, протягом 2014-2018 років робота в області спрямовувалася на своєчасне оновлення нормативної грошової оцінки земель населених пунктів, яка відповідно до вимог статті 18 Закону України «Про оцінку земель» потребує актуалізації не рідше одного разу на 5-7 років. Протягом 2014-2018 років виконано роботи з оновлення нормативної грошової оцінки земель 155 населених пунктів області.

*Продаж земельних ділянок несільськогосподарського призначення.* Протягом 2014–2018 років органами місцевого самоврядування області продано 296 земельних ділянок несільськогосподарського призначення комунальної власності під розташованими на них об'єктами нерухомості, що належать покупцям цих ділянок на праві власності, загальною площею 70,6754 га загальною вартістю 56 108,3939 тис. грн. Від продажу зазначених ділянок, а також сплати розстрочки за раніше викуплені ділянки, до зведеного бюджету протягом 2014-2018 років фактично надійшло 157210,43 тис. грн, з них: в місцеві бюджети – 146 086,20 тис. грн.

*Проведення земельних торгів з продажу земельних ділянок комунальної власності та прав оренди на них.* Протягом 2014–2018 років органами місцевого самоврядування області підготовлено 366 лотів до проведення земельних торгів з продажу земельних ділянок комунальної власності та прав оренди на них загальною площею 1364,8896 га загальною вартістю 10274,40 тис. грн. За результатами проведених протягом 2014-2018 років земельних торгів із підготовлених 366 лотів продано 309 загальною площею 1 092,3320 га загальною вартістю 9 097,37 тис. грн.

*Проведення земельних торгів з продажу прав на земельні ділянки сільськогосподарського призначення державної власності.* Протягом 2014–2018 років на земельних торгах у формі аукціону, організованих Головним управлінням Держгеокадастру у Херсонській області, реалізовано права оренди на 301 земельну ділянку сільськогосподарського призначення державної власності загальною площею 18 783,9042 га. За підсумками проведених за цей період торгів до місцевих бюджетів області надійшло 27 666 209,25 грн. орендної плати лише за перший рік користування вказаною 301 ділянкою, що на 9 115 166,54 грн. перевищує стартовий розмір (це додаткові надходження до місцевих бюджетів).

*Оновлення меж населених пунктів.* Встановлено межі 698 населених пунктів області, що становить 100 %. За результатами проведеної роботи з районних архівів отримані відповідні рішення, розпорядження органів місцевого самоврядування та державної влади щодо їх затвердження.

*Проведення комплексної інвентаризації земель населених пунктів.* Загальна площа населених пунктів області становить 135,3 тис. гектарів. Площа земель населених пунктів, інвентаризацію яких проведено станом на 01.01.2019, становить 92,6 тис. га, або 68,4 % від загальної площі.

Реалізація Концепції сприятиме: посиленню правової, організаційної та матеріальної спроможності територіальних громад, органів місцевого самоврядування; соціально-економічному розвитку територіальних громад і регіонів; стимулюванню економічного розвитку територій у результаті удосконалення механізмів управління земельними ресурсами.

### **Література:**

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01 квітня 2014 року про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні.

2. Закон України «Про оцінку земель». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, № 15, ст. 229. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1378-15>

3. Регіональна галузева програма розвитку земельних відносин та охорони земель у Херсонській області на 2014 – 2018 роки.

**Трикоз І.В.**

старший викладач кафедри менеджменту

**Тимошенко А.О.**

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня  
*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*

*м. Бердянськ, Україна*

## **ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ**

Держава для багатьох людей сприймається як місце, де вони живуть і працюють, де знаходиться їх будинок і сім'я, де підтримуються і розвиваються умови, що враховують етнокультурні особливості, де існують закони, державні органи влади та партії, армія і поліція, кордони і загальний для всіх жителів мову, сільське господарство і промисловість, гроші і багато іншого, без чого не обійтися в житті людини.

Традиційно під процесом управління розуміється процес впливу з певною метою суб'єкта управління на об'єкт управління. В узагальненому вигляді, суб'єкт – це система, яка відповідає на питання «хто/що» управляє, а об'єкт – це система, що відповідає на питання «ким/чим» керують.

Публічне управління виникає як результат свого роду суспільного договору між державою і суспільством, коли владними повноваженнями наділяються відповідні органи і посадові особи. При цьому основним носієм влади залишається народ, населення країни. Тому публічне управління має більш широкий профіль керуючого впливу. Так, суб'єктами публічного управління є також і органи місцевого самоврядування, громадські організації, підприємства та установи різних форм власності. Їм можуть бути передані окремі державно-управлінські повноваження, які здійснюються в інтересах суспільства. Публічне управління є центральною ланкою в реалізації правової політики у сучасній демократичній державі.

В теорії державного управління сучасної України розглядаються два підходи:

а) державно-адміністративний підхід, де управління – це вплив державних органів на людину, суспільство, суспільні відносини;

б) маркетинговий підхід, де державне управління – це взаємовідносини державних структур і людини, суспільства. Від сутності процесів, що відбуваються у державному управлінні, залежить і сутність визначення публічного управління.

Державне управління як адміністративний вплив у сучасних наукових публікаціях розкривається як особливе ставлення в людській життєдіяльності: в ієрархічній суспільній структурі це відношення, як

правило, вертикальне за характером і пов'язане з наявністю у вищій боку здатності владно виражати і здійснювати свою волю.

Сучасне суспільство переходить в нову стадію розвитку, яка передбачає більш високий життєвий рівень населення, правовий розвиток і початок втілення ідеї, до якої рухалося суспільство протягом довгого часу, – це ідеї, де головна цінність – це людина. І втілення цієї ідеї починається також з зміни відносин між державою і людиною: тепер не людина для держави, а держава для людини. Як наслідок, змінюється підхід державних органів при взаємодії з населенням, розвивається система публічного управління. В рамках цієї системи одним з напрямків її розвитку можна вважати реалізацію концепції «сервісної держави», де головною метою надання послуг державою є задоволеність населення цими послугами.

Не можна не визнати, що деякі функції органів публічного управління дійсно надлишкові, надмірно забюрократизовані і повинні бути максимально спрощені.

Разом з тим, необхідно відзначити значні перетворення у сфері публічного управління процесами забезпечення якості життя, обумовлені процесами глобалізації і становленням у соціально-економічній системі України інформаційного суспільства.

Удосконалення публічного управління покликане служити соціальному благополуччю суспільства, вирішенню нагальних соціально-економічних проблем, підвищення рівня і якості життя населення.

Ефективне управління соціально-економічними процесами і забезпечення їх збалансованості можливо тільки за умови формування ефективної системи публічного управління. Визначення її стратегічної мети, принципів і критеріїв результативності повинно будуватися на принципово нову парадигму, в основі якої – людина, якість його життя. А це означає, що процес формування національної системи публічного управління повинен починатися зі створення відповідного інституційного середовища, спрямованого на формування нових ціннісних орієнтирів у всього суспільства і кожної людини окремо, що і є запорукою сталого соціально-економічного розвитку України.

### **Література:**

1. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / наук. ред. кол. В. С. Загорський та ін. Львів : ЛРІДУ, НАДУ, 2011. Т. 8. 712 с.

2. Колесникова К. В. Співвідношення державного управління та публічного адміністрування у процесі суспільної трансформації. *Публічне управління*. 2013. № 3. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-3/doc/1/06.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

3. Атаманчук Г. В. Теория государственного управления: курс лекций. Изд. 4-е, дополн. Москва : Омега-Л, 2006. 584 с.

4. Оболенський О. Ю., Борисевич С. О., Коник С. М. Публічне управління: опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни. К. : НАДУ, 2011. 56 с.

5. Пилипишин В. П. Щодо сутності мети та завдань державного управління в Україні. *Форум права*. 2010. № 2. С. 377–381.

**УДК 351**

**Українець А.О.**

магістр кафедри маркетинг

**Куліш Т.В.**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

*імені Дмитра Моторного*

*м. Мелітополь, Україна*

## **ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ**

На даному етапі в Україні відбувається трансформація способів і методів державного управління та адміністративних реформ. В сучасних умовах в багатьох наукових роботах використовують поняття державне або публічне управління та адміністрування України. Існує необхідність в закріпленні основних понять та подальшого використання їх у системі публічного адміністрування. Тому дане наукове дослідження набуває актуальності.

Спочатку для чіткого визначення повноважень влади необхідно розкрити поняття: «публічне адміністрування» та «державне управління». В результаті аналізу стану і розвитку політичних та соціально-економічних відносин виявили, що теоретичні основи науки знаходяться на стадії формування та мають безпосередню залежність. Класична модель державного управління виділяє такі головні риси: служіння загально-національним інтересам, централізація управління, управління державними справами; концентрація ресурсів; [1, с. 377]. На сьогодні найчастіше використовують термін управління. В енциклопедії державного управління категорія державне управління має таке тлумачення – це діяльність органів державної влади, спрямована на створення умов для найповнішої реалізації функцій держави, свобод громадян і основних прав, узгодження різноманітних груп інтересів у суспільстві та між державою і суспільством, забезпечення суспільного розвитку відповідними ресурсами [2, с. 712]. Поняття «публічне управління» у загальному значенні, відображає елемент механізму, підсистема якого є засобом політичних програм і пріоритетів, нормативне регулювання органами місцевого самоврядування процедури

які фінансовані державою або децентралізовані, і централізовані управлінсько-організаційною структурою держави та їх персоналом, що відповідають за адміністрування діяльності у певних галузях суспільних відносин на місцевому та національному рівні [3, с. 196]. Згідно цього бачимо, що публічне управління є важливим інструментом управлінського впливу. Зазначимо, що державне управління більш прийнятне у юридичній діяльності, що вивчає взаємодію між політичною системою і державним сектором, співвідношення державних та народних інтересів за допомогою залучення суспільства до механізму контролю всіх органів влади. Що стосується сутності поняття «публічне адміністрування», то основного тлумачення не прийнято, однак виділяють два трактування у широкому та вузькому сенсі. Адміністрування в широку розумінні характерне для всіх членів адміністрації але воно використовуються не тільки учасниками управління, а й поза організацією. Адміністрування – це комплекс необхідний для суб'єктів управлінської діяльності [4]. У вузькому значенні публічне адміністрування пов'язане з владою, яка включає всі види діяльності, що працюють у соціальній сфері. Завдяки державного управління та публічного адміністрування держава та громадянське суспільство забезпечують керування усією суспільною системою та її розвиток є різновидом управлінської діяльності інституцій публічної влади [5, с. 126]. Для надання корисних публічних послуг та ефективних результатів, відбулася трансформація державного управління у публічне адміністрування, а й з часом і в публічне управління [6, с. 117]. Рішення уряду складається з публічного адміністрування, яке поєднує державне та публічне управління органів виконавчої влади.

Отже, сутність поняття «державне управління» та «публічне адміністрування» є важливим інструментом, яке потрібно досконало вивчати. Також виявлено, що не варто їх використовувати як синонім одне до одного. Рекомендую надалі проводити вивчення даної теми для перспективи розвитку країни.

### **Література:**

1. Пилипишин В.П. Щодо сутності мети та завдань державного управління в Україні / В.П. Пилипишин // Форум права. – 2010. – № 2. – С. 377–381 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ejournals/FP/2010-2/10pvrpvu.pdf>

2. Енциклопедія державного управління. У 8 т. – Т. 8 : Публічне врядування / наук.-ред. кол. : В.С. Загорський [та ін.] – Львів : ЛРІДУ, НАДУ, 2011. – 712 с.

3. Купряшин Г.Л. Государственный менеджмент: возможности и ограничения / Г.Л. Купряшин // Государственное управление. Электронный вестник. – 2003. – № 1. – Режим доступа : <http://www.spa.msu.ru>

4. Міненко М.А. Трансформація системи державного управління в сучасні моделі регулювання суспільства / М.А. Міненко // Державне

управління: удосконалення та розвиток. Електронне фахове видання [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=581>

5. Легеза Д.Г. Стратегічний розвиток сільськогосподарських підприємств в умовах євроінтеграції / Д.Г. Легеза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2018. – № 3(38). – С. 123-136.

6. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень / Т.В. Куліш // Збірник наукових статей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Організаційно-правові форми агропромислових формувань: стан, перспективи та вплив на розвиток сільських територій». – КНЕУ. – 2011. – С. 112-117.

**УДК 352.075.1**

**Хропот С.Г.**

к.т.н., доц. кафедри геодезії та землеустрою  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*  
*м. Одеса, Україна*

## **МОДЕЛЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИРОДНИМИ РЕСУРСАМИ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД (ОТГ)**

Про необхідність та шляхи розвитку адміністративно-територіального устрою держави, дискусії, з різною інтенсивністю, не припинялися впродовж останніх двох десятиліть. Проте, не зважаючи на такий довгий час, об'єктом обговорення були в основному лише узагальнені зовнішні чинники, і майже не приділялася увага щодо правових механізмів, соціальних, економічних, екологічних, технічних, технологічних чинників (принаймні в інтегрованому форматі), забезпечення життєдіяльності в реформованому середовищі.

Власне цією обставиною і можна пояснити не дуже швидкі темпи утворення ОТГ, а в уже створених, не надто значними здобутками від проведеної роботи.

Одним із завдань реформи, є передача на місцевий рівень і покладання на ОТГ значної частки повноважень публічного управління забезпечення життєдіяльності мешканців громади, в тому числі, і в частині регулювання земельних відносин, на чому неодноразово акцентувалася увага авторами реформи.

Стиль і методи регулювання земельних відносин в різні часові відрізки сучасної земельної реформи, дещо відмінні, проте їх об'єднує одна характерна риса – відсутність комплексного бачення шляхів вирішення



завдань земельної реформи, а відтак сприйняття і намагання налагодити систему управління земельними ресурсами, штучно виокремивши останні із цілісної самоорганізованої системи природних ресурсів.

Для запобігання подальших негативних проявів наслідків сучасної земельної реформи, та з метою виправлення вже допущених помилок, пропонується, в тезисному форматі, на рівні ОТГ створити саме комплексну систему управління природними ресурсами, де земельні ресурси розглядаються не як окремих незалежних компонент, а як невід'ємна складова, поєднана багатьма зв'язками з іншими наявними природними ресурсами.

Для практичної реалізації запропонованого, ОТГ в першу чергу необхідно чітко окреслити в натурі територіальні межі громади та узгодити коло повноважень (своїх і інших органів, уповноважених здійснювати місцеве управління окремими компонентами природних ресурсів) та налагодити систему їх узгодженої взаємодії. Способів вирішення завдання може бути декілька, кожний з яких відрізняється як позитивними, так і негативними ознаками. Найдешевше – описати межі, з прив'язкою останніх до природних чи штучних об'єктів довготривалого збереження, найдорожче – замовити відповідну документацію із землеустрою. Відповідно, юридичні наслідки отриманих результатів також суттєво відрізняються. Важливо, вже на стадії створення, узгодити межі з сусідами, в ідеалі, домовленості заактувати, що слугуватиме запобіжним чинником можливих майбутніх територіальних спорів.

З повноваженнями дещо простіше, адже вони прописані у відповідних законодавчих актах, проте в частині делегованих повноважень потрібно налагодити тісну співпрацю з відповідними структурами органів державної виконавчої влади.

Наступним етапом є розробка стратегії розвитку ОТГ (в дуже узагальненому вигляді під силу самій ОТГ, в ідеалі – з залученням фахових експертів). В цій частині важливо провести детальний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища та правдоподібно оцінити свої можливості і загрози. З метою забезпечення умов для покращання якісного стану життєвого простору ОТГ, важливо в стратегії розвитку акцентувати увагу не лише на економічних чинниках, а (можливо в першу чергу) на показниках реального стану екологічної безпеки та рівня техногенного навантаження на довкілля.

Відповідно до розробленої стратегії і результатів аналізу стану використання природних ресурсів, швидше за все виникне потреба здійснити розподіл (перерозподіл) земель на категорії за основним цільовим призначенням. Важливо встановити чіткі і однозначні умови і порядок функціонального використання земель в межах кожної категорії. Цей етап передбачає виконання комплексу робіт з впорядкування і благоустрою територій, забезпечення науково-обґрунтованого співвідношення природних ресурсів (в т.ч. і залежно від природно-кліматичних умов),

створення умов для збереження об'єктів історико-культурної спадщини, резервування територій для реалізації запланованих бізнес проектів тощо. В процесі виконання роботи основна увага акцентується на дотриманні належних умов охорони та раціонального використання земель, забезпеченні пріоритету вимог екологічної безпеки територій, вибору оптимальних варіантів і умов започаткування (розвитку) напрямів економічного розвитку ОТГ.

В максимально короткі можливі строки необхідно забезпечити державну реєстрацію всіх земельних ділянок, розташованих в межах ОТГ.

Важливо щоб впродовж виконання всіх запланованих робіт (в кожній ОТГ перелік робіт може суттєво відрізнятись), було налагоджено належний нормативний супровід (рішення і ухвали ОТГ), а також створено орган управління природними ресурсами з чітко окресленими повноваженнями.

Система управління природними ресурсами ОТГ зможе ефективно функціонувати лише за умови, якщо в управлінський процес будуть включені всі природні ресурси ОТГ, незалежно від форм власності та господарювання, зважаючи при цьому на конституційну вимогу непорушності права власності.

## СЕКЦІЯ 6. ЕКОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ У ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ

УДК 632.913.1

**Макуха О.В.**

кандидат с.-г. наук, доцент,

**Фількін В.С.**

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна

### ЕКОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАХИСТУ НАСАДЖЕНЬ ВИШНІ ТА ЧЕРЕШНІ ВІД СХІДНОЇ ВИШНЕВОЇ МУХИ

Східна вишнева муха *Rhagoletis cingulata* Loew. (ряд двокрилих *Diptera*, родина строкатокрилки *Tephritidae*) широко розповсюджена в Північній Америці. Первинний ареал поширення шкідника – північні та східні штати США, деякі регіони Канади, Мексики, сучасний ареал включає також ряд європейських країн. Вид вважається одним із найбільш небезпечних шкідників вишні та черешні в США і східній частині Канади.

Після першого виявлення шкідника в Європі (Швейцарія, 1983 р.) відзначається значне розширення ареалу. Нині східна вишнева муха зустрічається в Австрії, Бельгії, Німеччині, Угорщині, Нідерландах, Словенії, Франції, Чехії. У Німеччині поява шкідника зареєстрована в 1999 році, через 5 років він був поширений на 11 територіальних землях за високої чисельності. Втрати врожаю вишні становили 20 %. У Чехії східна вишнева муха вперше була виявлена у 2004 році, але вже у 2007 році поява шкідника зафіксована в Словенії на кордоні з Угорщиною.

Східна вишнева муха в Україні включена до списку карантинних об'єктів. З урахуванням географічного положення і наявності спільних кордонів зі Словенією та Угорщиною найближчим часом можна очікувати появу східної вишневої мухи в Україні. Сприятливі поширенню шкідника може товарообіг між країнами, у тому числі плодової продукції, та здатність комахи до природних перельотів.

Вид дуже схожий за морфологічними ознаками та біологічними особливостями з вишневою мухою *Rhagoletis cerasi* L., поширеною в країнах Європи в регіонах зростання вишні та черешні.

У межах природного ареалу східна вишнева муха розвивається в одному поколінні. Заселені шкідником плоди не виглядають пошкодженими, доки личинки не досягнуть зрілого віку. Результатом живлення личинки всередині плоду є руйнування м'якоті і, як наслідок, підвищена чутливість

до плодової гнилі, різке погіршення товарності та якісних показників. Пошкоджені личинками плоди втрачають блиск, на поверхні з'являється пляма трохи темнішого кольору, впадини, м'якуш розм'якшується і загниває. Найсильніше пошкоджуються плоди вишні та черешні середнього і пізнього строків досягання. Втрати врожаю від східної вишневої мухи можуть досягати 75 %, у випадку масового розвитку шкідника врожай може бути втрачено повністю.

Шкідника виявляють за допомогою жовтих липких пасток. Заходи захисту: при закладанні саду слід віддавати перевагу ранньостиглим сортам вишні і черешні, які менше пошкоджуються східною вишневою мухою; осінній і весняний обробіток ґрунту в міжряддях і пристовбурних колах; розпушування ґрунту протягом літа; своєчасне та повне збирання врожаю і вивезення його із саду; хімічні обробки інсектицидами (на 5-7-й день та при необхідності через 2-3 тижні після початку льоту імаго).

Східна вишнева муха поширюється в інші регіони та країни під час транспортування плодів, заселених личинками шкідника, саджанців плодових і декоративних рослин із розташованими в грудочках ґрунту на коренях пупаріями мух, із тарою, а також при перельотах комах. Здатність пупаріїв зберігатись в ґрунті до двох років збільшує небезпеку заселення нових територій.

Найбільш важливими серед факторів, які сприяють можливості акліматизації шкідника та забезпечують його життєдіяльність і розвиток, є наявність кормової бази і відповідність кліматичних умов. Дикорослі і культивовані сорти вишні та черешні поширені майже на всій території України, що є достатнім для повноцінного живлення і розвитку східної вишневої мухи. Кліматичні умови України відповідають кліматичним умовам європейських країн, що утворюють вторинний ареал шкідника.

Таким чином, найближчим часом можна очікувати появу східної вишневої мухи *Rhagoletis cingulata* Loew. в Україні, що зумовлено наявністю шкідника на території сусідніх держав (Словенія, Угорщина), широким поширенням кормових культур в Україні та відповідністю кліматичних умов біологічним особливостям комах. Пропонуємо посилити фітосанітарний моніторинг у насадженнях вишні і черешні з метою своєчасного виявлення шкідника та проведення захисних заходів.

### Література:

1. *Rhagoletis cingulata* – summary report. URL: <http://secure.fera.delfa.gov.uk/phiw/riskRegister/plant-health/documents/rhagoletisCingulataPRASummary.pdf>.
2. *Rhagoletis cingulata* (Loew.) (Insecta: Diptera: Tephritidae). URL: [http://entnemdept.ufl.edu/creatures/fruit/tropical/cherry\\_fruit\\_fly.htm](http://entnemdept.ufl.edu/creatures/fruit/tropical/cherry_fruit_fly.htm).
3. Сільськогосподарська ентомологія / За ред. Б. М. Литвинова, М. Д. Євтушенка. К.: Вища освіта, 2005. 511 с.

4. Федоренко В. П., Покозій Й. Г., Круть М. В. Шкідники сільсько-господарських рослин. Ніжин: Колобіг, 2004. 355 с.

**УДК 504.5:338.439:634.1**

**Минкін М.В.**

к.с.-г.н., доцент кафедри землеробства  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **ЕКОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ У САДІВНИЦТВІ**

Починаючи з 1990-х років обсяги роздрібного ринку органічних продуктів зростають на 10–20 % щорічно. Разом з органічними продуктами харчування спостерігається підвищення попиту і на безпечний посадковий матеріал. Більшість супермаркетів та продовольчих магазинів пропонують асортимент органічних овочів та фруктів. Разом із підвищенням усвідомлення негативного ефекту конвенційного сільського господарства підвищується попит на безпечні, більш сталі органічні методи господарювання.

Основна мета органічного садівництва – виробництво екологічно безпечної продукції за рахунок повного усунення хімічних засобів захисту рослин і мінеральних добрив, особливо азотних. Суть прийнятих міжнародних стандартів органічного землеробства зводиться до забезпечення екологічності землеробства ІФОАМ та одержання екологічно чистої продукції. Органічне садівництво з'явилося як альтернатива інтенсивному садівництву, яке передбачає використання великої кількості добрив, ущільнення посівів, великих витрат посадкового матеріалу. Без добрив і хімічного захисту в інтенсивному саду отримати високий урожай дуже важко, оскільки сучасний сад треба обробити 19–20 разів проти хвороб і шкідників. Садівники, які практикують органічне садівництво, культивують рослини без хімікатів і не застосовують штучні добрива. Для одержання гарного врожаю вони використовують природну органіку: садовий перегній або гній, деревну золу, листовий перегній та інші види органічних добрив. Окрім того, що це екологічно чисто, це ще і самий ефективний і дешевий метод збагачення ґрунту органічними речовинами.. Важливе значення для організації органічного садівництва має правильний підбір сортів плодових дерев. Вони не обов'язково повинні бути високопродуктивними, головне, щоб вони були стійкими до різних захворювань. У разі їх культивування це дає змогу повністю виключити застосування фунгіцидів і вести боротьбу тільки із шкідниками. Проте

внаслідок відмови від застосування добрив і пестицидів урожайність в органічному саду різко знижується порівняно з інтенсивним садівництвом. В органічному саду врожайність, наприклад, яблуні за використання всіх досягнень світової науки становить 10–12 т/га, тому для одержання кращого результату необхідно врахувати, що для вирощування органічної продукції потрібні певні підготовчі етапи. Хибною є думка про те, що закладання насаджень з імунних сортів забезпечує створення органічного саду. Закладання багаторічних насаджень поділяється на певні періоди: закладання насаджень, молоді неплодоносні насадження, входження в плодоношення і повне плодоношення. Всі прийоми технології в перші три періоди вирощування мають бути спрямовані на те, щоб створити добре підґрунтя для одержання високих урожаїв, а саме: добра підготовка ґрунту перед садінням (знищення багаторічних бур'янів і ґрунтових шкідників, внесення органічних або мінеральних добрив, плантаж чи глибока оранка); високоякісний садивний матеріал; систем нехімічного захисту від шкідників, хвороб, бур'янів; система удобрення (у тому числі позакореневе підживлення); формування та обрізання дерев; правильне утримання ґрунту в міжряддях і у пристовбурній смузі.

І лише в разі створення високопродуктивних насаджень, які увійшли в повне плодоношення і мають великий продуктивний потенціал, можна розпочати переведення цих насаджень в органічні: замінити мінеральні добрива органічними, хімічні методи боротьби зі шкідниками та хворобами – біологічними, застосування гербіцидів – механічним способом знищення бур'янів. І лише потім можна вважати, що створено органічний сад, з якого буде отримано екологічно чисту продукцію .

Основне правило в органічному садівництві – систематичне і своєчасне внесення ґрунтових органічних добрив, які є її основним джерелом живлення. Вони підживлюють ґрунт мікроелементами й оновлюють його структуру, виділяючи корисні мікроорганізми, які розщеплюються в ґрунті на багато речовини, яких потребують рослини.

Органічне сільське господарство та органічне садівництво набувають усе більшого розвитку не тільки в Україні, але й у планетарних масштабах, тому для України перспективним повинно стати впровадження інноваційного досвіду органічного садівництва, а також важливо розглянути можливості експорту органічної продукції відповідно до споживчого попиту. Пріоритетом повинно стати створення належної законодавчої бази з відповідною адаптацією до вимог та стандартів Європейського Союзу.

### **Література:**

1. Ринок фруктів і винограду: поточна кон'юнктура і прогноз / А. Шумейко, С. Кондратенко, А. Григоренко // Пропозиція. – 2009. – № 11. – С. 42–47.

2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.organic.com.ua/ru/news?start=4>.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://acorngreen.com/uk/34/organic-lifestyle2>.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agrokraina.com.ua/plants/54-organichne-sadivnictvo>.

**УДК 635.21:633.491**

**Минкіна Г.О.**

к.с.-г.н., доцент кафедри ботаніки та захисту рослин  
*ДВНЗ « Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## **ЕКОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СІВОЗМІН ТА РЕЖИМІВ ЖИВЛЕННЯ ОВОЧЕВИХ КУЛЬТУР ПРИ КРАПЛИНОМУ ЗРОШЕННІ**

Краплинне зрошення має універсальне застосування, зокрема, воно може бути застосовано там, де інші способи поливу використовувати неможливо або неефективно. За спостереженням науковців приривок врожаю при краплинному зрошенні в порівнянні з дощуванням на овочевих культурах досягає 50-80 % і більше, при цьому відзначається дозрівання овочів на 5-10 днів раніше звичайного терміну.

Але окремо взяте краплинне зрошення як фактор не є панацеєю отримання високого врожаю. Тільки комплексний підхід, з урахуванням всіх факторів, що впливають на ріст і розвиток рослин (згадайте класичну «бочку фон Лібіха») може привести до успіху. Тому при вирощування овочевих культур на крапельному зрошенні слід звернути увагу на особливості ґрунтів, попередника і місце в сівозміні, підготовку ґрунту, добриво, сорти і гібриди, схеми посіву і посадки, догляд за рослинами, захист рослин і звичайно ж поливний режим.

Краплинне зрошення визначає свою специфічну технологію (агротехніку) вирощування овочів, основні питання якої фахівці агрономи представляють ґрунтуючись на десятирічному досвіді вирощування овочевих культур на краплинному зрошенні в Україні.

Система агротехніки високих врожаїв овочів повинна будуватися на основі врахування як біологічних (сортових) особливостей рослин, так і конкретних умов їх вирощування. При виборі ділянки під овочеві культури в цілому враховують: – рельєф напрямом схилу, провітрюваність і напрямом пануючих вітрів, освітленість, рівень ґрунтових вод, механічний склад ґрунтів, їх прогрівання, засміченість бур'янами, кислотність, мінералізація

та ін. Беззмінне вирощування на полях одних і тих же або споріднених овочевих і баштанних культур не тільки обумовлює одностороннє виснаження ґрунту і нераціональне використання родючості, а й призводить до масового поширення небезпечних хвороб і шкідників.

Введення агрономічно доцільного чергування культур має на меті забезпечення підвищення родючості ґрунту, збільшення врожайності вирощуваних культур і їх товарність.

Залежно від ґрунтово-кліматичних умов господарства, структури посівних площ рекомендуються до запровадження і освоєння при краплинному зрошенні наступні схеми овочевих сівозмін: *1-ий варіант*: 1) ярі зернові з підсівом люцерни 2-3) люцерна 4) томати, баклажани, перець; 5) цибуля, столові коренеплоди; 6) капуста, огірки. *2-ий варіант*: 1) томат, баклажан, перець; 2) цибуля; 3) горох на зелений горошок; 4) ст. коренеплоди; 5) капуста; 6) огірок. *3-ій варіант*: 1) рання картопля, після якої сіють люцерну 2-3) люцерна 4) огірки 5) томат, перець, баклажан 6) коренеплоди, цибуля, 7) капуста. *4-тий варіант* 1) ярі зернові з підсівом люцерни; 2-3) люцерна 4) томат, перець, баклажан 5) цибулю, ст. коренеплоди; 6) горох на зелений горошок, рання капуста; 7) озима пшениця 8) картопля; 9) огірки; 10) капуста. *5-ий варіант*: 1) томат, баклажан, перець, 2) огірок; 4) рання капуста, рання картопля; 5) озима пшениця; 6) баштанні; 7) ст. коренеплоди.

У комплексі агротехнічних заходів, спрямованих на створення оптимальних умов для вирощування овочевих культур в умовах краплинного зрошення, найважливішою ланкою є система живлення.

На підставі ґрунтових картограм або результатів агрохімічного аналізу, які дозволяють судити про рівень забезпеченості ґрунту елементами живлення, проводяться розрахунки наявності запасів поживних речовин в ґрунті. Вони враховуються при розрахунку сумарної потреби в поживних речовинах на запланований урожай з урахуванням коефіцієнтів використання внесених добрив. Внесення добрив при краплинному поливі має ряд особливостей в порівнянні з іншими методами поливу.

Органічні добрива, рекомендовані для кожної культури індивідуально за видами і нормами, їх вносяться під основний обробіток ґрунту. Внесення розрахункової кількості мінеральних добрив розділяється на два етапи: основне внесення і фертигацію (внесення добрив з поливною водою). Норми добрив для фертигації поділяють за періодами вирощування (фазами розвитку) овочевих культур в залежності від потреби рослин в елементах живлення і розраховують в кг / га на кожен день вегетаційного періоду.

Отже при краплинному зрошенні беззаперечним є обов'язкове запровадження овочевих сівозмін. Для фертигації використовують тільки повністю розчинні добрива, вільні від натрію, хлору та інших шкідливих домішок. При вирощуванні овочевих культур на краплинному зрошенні необхідно звертати увагу на особливості ґрунтів, попередника і місце в



сівозміні, підготовку ґрунту, добриво, сорти і гібриди, схеми посіву і посадки, догляд за рослинами.

### **Література:**

1. Науково технічна експертиза техніко-технологічних рішень систем обробітку ґрунту / В.І. Кравчук, В.В. Погорілий, Л.П. Шустік та ін. – Дослідницьке, 2011. – 50 с.
2. Гордієнко В.П. Прогресивні системи обробітку ґрунту / В.П.Гордієнко, А.М. Малієнко, Н.Х. Грабак. – Сімферополь, 1998. – 279 с.
3. Лихочвор В.В. Технології вирощування сільськогосподарських культур. – Львів: НВФ Українські технології, 2002. – 797 с.

**УДК 6348:631.512**

**Минкіна Г.О.**

*к. с.-г. н., доцент кафедри ботаніки та захисту рослин*

**Минкін А.М.**

*студент 4 курсу АФ*

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ РЕЖИМІВ КРАПЛИННОГО ЗРОШЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ НАСАДЖЕНЬ ВИНОГРАДУ**

Більшість промислових насаджень винограду України зосереджені у південному степу, де природне поєднання довгого теплого періоду з великою кількістю сонячної енергії, коротких та відносно м'яких зим, дозволяє вирощувати високі урожаї ягід доброї якості як столових так і технічних сортів. Потенційні можливості регіону, у збільшенні виробництва продукції виноградарства обмежуються постійним дефіцитом вологозабезпечення під час вегетації кущів.. Попереджує виникнення дефіциту вологоспоживання та забезпечує щорічну високу продуктивність виноградників штучне зрошення, найбільша продуктивність якого складається за умови підтримання оптимального водно-повітряного режиму ґрунту, протягом вегетації рослини. Необхідні запаси вологи у ґрунті забезпечують різними способами поливу, серед яких, останнім часом, найбільшого поширення набуло краплинне зрошення, з впровадженням якого відкрилася реальна можливість програмування та управління продукційним процесом. Поряд з безперечними перспективами краплинного зрошення винограду, виникла потреба більш глибокого вивчення існуючих та розробки нових методів проектування поливного режиму насаджень, що зумовлено особливостями зволоження ґрунту та вологоспоживання, необхідністю попередження втрат вологи на

глибинну фільтрацію, скорочення витрат штучної енергії при вирощуванні винограду в умовах зрошення.

Для зрошуваного виноградарства методи біокліматичного прогнозування поливного режиму винограду не пропонувалися і не вивчалися, тим більш для способів мікрозрошення.

Виходячи з цього, за робочу гіпотезу була прийнята ідея про доцільність вивчення методу діагностування строків і норм поливу, в основі якого простежується взаємозв'язок між сукупним волого споживанням винограду (ЕО) і випаровуванням з водної поверхні ГП 3000 (Е).

Порівнюючи витрати енергії на зрошення у процесі вирощування урожаю ягід винограду та ефективність її використання, слід зазначити, що, не дивлячись на зростання енергетичних витрат, питома енергоємність одиниці урожаю ягід в умовах зрошення менша у середньому на 15,9 %. Серед режимів зрошення, що вивчалися, найбільші витрати енергії складаються при застосуванні поливної норми еквівалентної 0,75 від випаровування з водної поверхні ГП-3000. Застосування такої поливної норми зумовлювало високу вологість ґрунту, близьку до НВ, а часто і наявність калюж на його поверхні. Такі умови зволоження ускладнювали догляд за кущами, погіршували газообмін та поживний режим ґрунту. Сумісна дія цих факторів і обмежила зростання урожайності ягід 35,6 % з питомими втратами енергії на 1 т ягід у межах 8,02 Гдж.

Застосування поливних норм, еквівалентних 0,5-0,6Е сприяло формуванню оптимальної вологості ґрунту не порушуючи процесів газообміну, що позитивно відгукнулося на розвитку рослин, збільшило їх урожайність на 50-55 % за значно менших питомих витратах штучної енергії які не перевищують 3,1-3,5 ГДж/т. Близькі результати за реакцією рослин одержані і при визначенні поливного режиму на основі подекадного контролю запасів вологи у ґрунті, виконання якого також передбачає певні енергетичні витрати у межах 700-1000Мдж/га, з яких 60-65 % – це електроенергія, 15-25 % – енергія живої праці і 15-25 % – витрати енергії лабораторного обладнання. В такій же спрямованості змінюються і коефіцієнти біоенергетичної ефективності режимів зрошення винограду та ефективність використання додаткових витрат енергії. Подальше зростання ефективності краплинного зрошення винограду можливе за умови підвищення якісного стану насаджень, оптимізації поживного режиму ґрунту, своєчасного та ретельного використання технологічних прийомів догляду за кущами.

Технологія вирощування урожаю винограду, що застосовується сьогодні, дуже енергомістка, і у 4,7-6,2 рази перевищує рекомендовану міжнародну квоту (15ГДж/га\*рік). Такі енергетичні витрати негативно впливають на стан насаджень, суттєво зменшують ефективність використання штучної енергії. Перспективним напрямком скорочення енергетичних витрат у зрошуваному виноградарстві є подальше удосконалення режиму зрошення, впровадження у практику більш досконалих методів діагностики строків чергових поливів.

### **Література:**

1. Бондаренко С.Г. Методологические и энергетические проблемы виноградарства. – Кишинёв, 2009. – 269 с.
2. Жученко А.А., Казанцев Э.Ф., Афанасьев В.Н. Энергетический анализ в сельском хозяйстве. – Кишинёв: Штиинца, 1983. – 80 с.
3. Шестопись О.М. До методик економічної та енергетичної оцінки технологій виробництва садівницької продукції // Садівництво. – 2009. – Вип. 49. – С. 205-210.
4. Тараріко Ю.О., Несмачна О.П., Глущенко Л.Д. Енергетична оцінка систем землеробства і технологій вирощування сільсько-господарських культур. Методичні рекомендації. – К.: Нора-прінт, 2008. – 60 с.
5. Біоенергетична оцінка сільськогосподарського виробництва. – Київ. Наукова думка. – 2005. – 199 с.

**УДК 502.521:504:631.45**

**Петрова А.Т.**

кандидат технічних наук, доцент

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

### **ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ БІОРЕМЕДІАЦІЇ ЗАБРУДНЕНИХ ҐРУНТІВ**

За останні десятиріччя серйозною проблемою у промислово розвинених країнах є зростаюче забруднення ґрунтів та донних опадів. Тривале зростання забруднення атмосфери, поверхневих вод і підповерхневих пористих середовищ (ґрунтів, водоносних горизонтів) призводить до збільшення обсягів і рівня накопичення шкідливих речовин в різних ґрунтових середовищах і, як наслідок, в продуктах сільського господарства, що надає нового змісту проблемам поліпшення якості ґрунтів, підвищення їх родючості. Інтенсивні технології землеробства, якими масово захопилися аграрії в останні десятиліття, призвели до значного зменшення родючості ґрунтів, до погіршення їхнього стану та основних властивостей.

У системі агроекологічного моніторингу провідне місце посідає контроль, екотоксикологічна оцінка і розробка методів відновлення деградованих і забруднених пестицидами ґрунтів. Нині в Україні дозволені до застосування 842 пестициди на основі 191 діючої речовини. Вони мають надзвичайно широкий спектр хімічних, фізичних і екотоксикологічних властивостей. Крім пестицидів ґрунту, сільськогосподарські угіддя можуть містити важкі метали, нафтопродукти, стійкі органічні речовини, що мігрують в глобальних кругообігах, і інші ксенобіотики. Це представляє

певні труднощі для моніторингу, крім того, їх висока біологічна рухливість вносить істотний внесок в погіршення якості навколишнього середовища і здоров'я людини. Традиційні технології ремедіації, що застосовуються для промислових забруднень (зняття ґрунту і поховання на полігонах, термічна обробка та ін.), неможлива для ґрунтів сільськогосподарського призначення. Тому основним методом звільнення ґрунтів від залишкових кількостей забруднювачів в агроекосистемах є біоремедіація, тобто використання біологічного потенціалу різних живих організмів для зниження концентрації і або токсичності поллютантів [1].

В результаті використання мікроорганізмів-деструкторів відбувається не тільки очищення ґрунту від ксенобіотиків, а й підвищення родючості ґрунту, відновлення його основних функцій, так як саме мікроорганізми здійснюють в ґрунті розкладання рослинних і тваринних решток, перетворюючи їх в нові органічні речовини, які при взаємодії з мінеральними компонентами надають ґрунту все специфічні властивості

Отже, вивчення мікробіологічного способу очищення ґрунту від пестицидів є надзвичайно актуальним. У зв'язку з цим ведуться пошуки штамів мікроорганізмів-деструкторів для різних видів пестицидів. Мікробна деградація токсикантів, здійснювана за рахунок ферментних систем, є обнадійливим підходом для деструкції органічних токсикантів. Біологічні методи відновлення забруднених ґрунтів вимагають набагато менше витрат для свого застосування, ніж відомі небіологічні технології, що пояснює актуальність проведених досліджень по розробці і застосуванню на практиці біотехнологічних способів очищення ґрунтів, забруднених пестицидами.

Біоремедіація забрудненого середовища відбувається під дією біологічних процесів в м'яких фізико-хімічних умовах при збереженні структури ґрунту, його функціональних якостей. Переваги біоремедіаційних технологій пов'язані з можливостями живих систем, особливо мікроорганізмів, метаболізувати велику кількість різних органічних речовин з м'яким впливом на середовище, що не приводить до істотних змін основних ґрунтових показників. До недоліків біоремедіації ґрунтів відноситься низька швидкість біодеградації токсикантів і необхідність проведення ретельного попереднього обстеження забрудненої ділянки для уточнення режимів біотехнологічних робіт.

Так, забруднення ґрунтів нафтою викликає порушення динамічної рівноваги в екосистемі внаслідок зміни структури ґрунтового покриву, геохімічних властивостей ґрунтів, а також токсичної дії на живі організми. Небезпека нафтового забруднення пов'язана з високою чутливістю до нього вищих рослин, що займають ключове положення практично у всіх наземних екосистемах, визначаючи існування і склад інших біологічних компонентів біогеоценозів. В даний час найбільш перспективним методом для очищення нафтозабруднених ґрунтів є біотехнологічний підхід, заснований на використанні різних груп мікроорганізмів, що відрізняються підвищеною

здатністю до біодеградації компонентів нафти і нафтопродуктів. Одним з найбільш перспективних напрямків вдосконалення процесів біоремедіації забруднених ґрунтів, є використання потенціалу не тільки мікробних, а й інших природних співтовариств різних трофічних рівнів і, в першу чергу, трав'янистих рослин, які могли б не тільки видаляти забруднювачі, а й сприяти відновленню потенційної родючості ґрунтів [2].

В останні роки в біотехнології очищення ґрунтів активно розвивається новий напрямок – фіторемедіація, тобто використання рослин і асоційованих з ними мікроорганізмами для відновлення забруднених природних і господарських об'єктів. Основною перевагою даного методу є його найбільша економічна ефективність при збереженні того ж рівня ефективності очищення.

### **Література:**

1. Гарипова С.Р. Перспективы использования эндофитных бактерий в биоремедиации почв агроэкосистем от пестицидов и других ксенобиотиков URL: <http://naukarus.com/perspektivy-ispolzovaniya-endofitnyh-bakteriy-v-bioremediatsii-pochv-agroekosistem-ot-pestitsidov-i-drugih-ksenobiotikov> (дата звернення 02.09.2019)

2. Смольникова В.В., Ледовская Н.В. Современное состояние технологий биоремедиации почв в условиях углеводородного загрязнения URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/c115-18/24514-115-118> (дата звернення 02.09.2019)

**УДК:635.342:631.527.5(477.74)**

**Попова Л.М.**

к.с.-г.н., доцент кафедри польових і овочевих культур

**Буртненко К.М.**

магістр

*Одеський державний аграрний університет*

*м. Одеса, Україна*

## **ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ІНОЗЕМНИХ ГІБРИДІВ КАПУСТИ БІЛОГОЛОВОЇ РАННЬОЇ В УМОВАХ ПІВДЕННОГО СТЕПУ УКРАЇНИ**

Навесні цього року в Україні капуста білоголова увійшла в ТОП-3 самих імпортованих овочів «борщового набору». Імпорт капусти за рахунок поставок ранньої продукції тільки в квітні зріс втричі [3]. З метою збільшення об'ємів виробництва продукції капусти ранньої в Україні, на ряду з вдосконаленням технології вирощування, пріоритетним є

впровадження у виробництво нових гібридів, які б забезпечили отримання високого раннього врожаю, характеризувалися б дружністю досягання продукції, високими смаковими властивостями та стійкістю до несприятливих умов вирощування [2].

Протягом 2018 – 2019 років на кафедрі польових і овочевих культур ОДАУ проводились дослідження по вивченню нових гібридів капусти білоголової ранньої іноземної селекції з метою отримання високого раннього врожаю якісної продукції в умовах Південного Степу України. Об'єктами досліджень були нові гібриди капусти ранньої: Пандіон F<sub>1</sub> (к), Глобус F<sub>1</sub>, САСМ 4034 F<sub>1</sub>, Репідіон F<sub>1</sub>, Багратіон F<sub>1</sub>.

Досліди були закладені на дослідному полі компанії «Ісіда – 2012» в с. Великий Дальник Біляївського району Одеської області. Спостереження та аналізи проводили згідно з «Методикою дослідної справи в овочівництві і баштанництві» [1].

Результати фенологічних спостережень показали, що найраніше постачання продукції забезпечує вирощування гібриду САСМ 4034 F<sub>1</sub>. Дещо поступаються йому за скоростиглістю контрольний гібрид Пандіон F<sub>1</sub> та гібрид Репідіон F<sub>1</sub>. Настання технічної стиглості у цих гібридів відмічали на 2 – 3 дні пізніше. Найпізніше збирання врожаю розпочали у гібриду Глобус F<sub>1</sub>.

Аналіз результатів біометричних вимірювань показав, що найбільшою площею листової поверхні, яка в середньому на одну рослину склала 8124,9 см<sup>2</sup>, що на 904,6 см<sup>2</sup> перевищує контроль, характеризуються рослини гібриду Глобус F<sub>1</sub>. Найвищою продуктивністю листової поверхні, яка в середньому за два роки склала 357,6 м<sup>2</sup>/т в розрізі варіантів виділяються рослини гібриду Багратіон F<sub>1</sub>.

Визначення величини врожаю іноземних гібридів капусти ранньої показало, що найвищий товарний урожай, який в середньому за 2018–2019 роки склав 88,69 т/га, що на 21,24 т/га перевищує контроль отримано у гібрида Глобус F<sub>1</sub>. Рослини вказаного гібриду характеризуються формуванням і найбільших товарних головок, маса яких в середньому склала 1,850 кг. Усі досліджувані гібриди характеризуються високою товарністю продукції, яка в середньому сягала 97–99%.

Вирощування досліджуваних гібридів забезпечує максимальне розширення періоду постачання ранньої продукції капусти білоголової. Високий вихід самої ранньої продукції забезпечує вирощування гібриду САСМ 4034 F<sub>1</sub>. Найвищий товарний урожай, який в середньому склав 88,69 т/га забезпечує вирощування гібриду Глобус F<sub>1</sub>. Контрольний гібрид Пандіон F<sub>1</sub> характеризується найкращою збереженістю продукції в полі протягом періоду збирання врожаю.

### Література:

1. Бондаренко Г.Л. Методика дослідної справи в овочівництві і баштанництві / Г. Л. Бондаренко, К. І. Яковенко. – Харків: Основа, 2001. – 369 с.

2. Жук О. Я. Капуста білоголова: Селекція та насінництво: монографія / О. Я. Жук, В. Ю. Жук, А. В. Жук. – Вінниця.: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2014. – 342 с.

3. На гуртових ринках України з'явилися перші партії ранньої капусти. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.umoloda.kiev.ua/number/3437/159/131605/>

**УДК 502.521:631.45**

**Прохоров В.С.**

доктор технічних наук, кандидат хімічних наук  
заст. директора СП «Ековтор»  
*м. Харків, Україна*

**Петрова О.О.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та фінансів  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
*м. Херсон, Україна*

## **РЕКУЛЬТИВАЦІЯ ЗАБРУДНЕНИХ ТЕРИТОРІЙ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ГУМУСУ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕНЗИМІВ**

В даний час в індустріально розвинених країнах біологічні методи дедалі активніше використовуються для вирішення проблем очистки забруднених середовищ і відновлення порушених екосистем. Фундаментальним рішенням проблем екологічної безпеки сільського господарства буде відновлення природного балансу між інтенсивністю виведення і інтенсивністю накопичення поживних та інших необхідних рослинам речовин без погіршення структури і складу ґрунту за рахунок переходу до широкого застосування спеціальних видів комплексних органіко-гуміномінеральних добрив, природних стимуляторів і гумусових речовин нового покоління.

Заслужують на увагу перспективи застосування біопрепаратів для біоремедіації забруднень ґрунтів, створених на основі ферментів. З одного боку, такі біопрепарати не містять живі клітини мікроорганізмів, що є позитивним з точки зору санітарно-екологічних вимог. З іншого боку, відсутні широкі дослідження динаміки ферментативної активності препаратів в ґрунті, їх збереження при контакті з організмами ґрунтових біоценозів. Вартість існуючих на даний час ферментних препаратів класу оксидоредуктаз, таких, як «НС-Zyme», «Есо-zyme», «Агро-zyme» досить висока і вони застосовуються для очистки ґрунтів, забруднених невеликою кількістю вуглеводнів.

Ферменти (ензими) – специфічні білки-речовини, що прискорюють перебіг різних хімічних реакцій, біологічні катализатори білкової природи, які відіграють важливу роль в обміні речовин, регулюючи біологічні процеси. У природі існують різні мікроскопічні форми (бактерії, дріжджові грибки, цвілеві грибки і т.д.), які мають здатність біологічного розкладання багатьох шкідливих речовин для навколишнього середовища. Ферменти, які виділяються у ґрунт, значний час зберігають активність завдяки фіксації (іммобілізації) органічною речовиною мулуватої та пилуватої фракції ґрунту.

Потенційно активний пул ферментів при створенні відповідних умов в ґрунті (наявність субстрату, температура, вологість, рН) грає важливу роль в ґрунтових процесах. За участю ферментів ґрунт здійснює основні біогеоценологічні функції в наземних екосистемах: каталізацію біохімічних реакцій обміну речовини і енергії, служить джерелом елементів живлення для біоценологічних компонентів екосистеми, забезпечує біорізноманіття. Завдяки ферментативній активності в ґрунті підтримується певний біохімічний гомеостаз, забезпечується безперервність процесів метаболізму в умовах, несприятливих для життєдіяльності мікроорганізмів [1].

Ґрунтові ферменти є найбільш стабільною складовою частиною біологічної активності ґрунту, оскільки після відмирання живих організмів вони можуть адсорбуватися ґрунтовими частинками і протягом тривалого періоду зберігати свою активність. Активність каталази та інвертази дозволяє охарактеризувати інтенсивність двох процесів: дихання ґрунту і перетворення в ньому сполук вуглецю. Бурхливий розвиток мікробіологічних і ферментативних процесів у ґрунті може призвести до дуже швидкої мінералізації органічної речовини і особливо гумусу, а отже, до непродуктивних втрат азоту та інших поживних речовин [2].

Тому значення складу фізіологічних та функціональних груп мікробіоти, які трансформують органічну речовину ґрунту завдяки ферментативній активності, емісії CO<sub>2</sub> та формують потужний гумусовий горизонт, дає повне уявлення та розкриває механізми функціонування біологічної складової ґрунту і дає змогу оцінити та спрогнозувати загальний напрям ґрунтоутворення і стан екосистем в цілому. Інтегральним показником родючості ґрунтів є забезпеченість їх гумусом, особлива роль якого пояснюється багатостороннім впливом на всі агрономічно цінні властивості ґрунту, з яких практично всі перебувають у прямій залежності від вмісту органічної речовини, 90 % якої припадає на частку гумусу.

Метод внесення (інтродукції) ензимів заснований на відновленні супресивності ґрунтів і їх природної родючості. При відновленні родючості ґрунтів показник засвоєння бактеріями азоту з повітря може бути збільшений від 50 до 300 кг азоту на гектар, що еквівалентно 1 тонні мінеральних азотних добрив у вигляді селітри. При досягненні цього показника можна взагалі відмовитися від застосування хімічних азотних мінеральних добрив.



Використання ензимів у землеробській практиці здатне забезпечити позитивний баланс гумусу (збільшення його запасів) в ґрунті – підвищувати запас поживних речовин, знижувати кислотність, покращувати агрофізичний стан ґрунту без внесення великих доз органічних і мінеральних добрив.

Використання ферментних композитів дозволяє не лише зменшити використання аміачної селітри (на 85 %), але й сприяє формуванню корисної ґрунтової біоти за рахунок біоцидної та пригнічувальної дії по відношенню до патогенної мікрофлори ґрунту та прискоренню ростових процесів рослин за рахунок мінералізації поживних елементів рослинних решток та утворення ріст-регулюючих речовин при прискорюванні розкладання органічного субстрату ґрунту.

### **Література:**

1. Хазиев Ф.Х. Функциональная роль ферментов в почвенных процессах. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalnaya-rol-fermentov-v-pochvennyh-protssah> (дата звернення 28.08.2019)

2. Примак І.Д., Купчик В.І., Колесник Т.В. Вплив систем основного обробітку і удобрення на ферментативну активність чорнозему типового. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=2ahUKEwjLh9GgsMjkAhVnsYsKHesICSYQFjADegQIAhAC&url=http%3A>

**УДК 338.436:330.341.1**

**Слизька А.В.**

студентка спеціальності «Економіка»

**Каменєва З.В.**

старший викладач кафедри економіки та маркетингу

*Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського*

*«Харківський авіаційний інститут»*

*м. Харків, Україна*

## **ВПРОВАДЖЕННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ВИРОЩУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

У сучасній економіці ефективність виробництва й конкурентоспроможність підприємства повністю залежать від здатності безперервного впровадження інновацій. Порівняно новий, але дуже перспективний напрямок розвитку економіки в аграрному секторі – це «зелена» економіка,

стійкий розвиток якої забезпечується шляхом цілеспрямованого впровадження еко-інновацій, які є, як дієвим інструментом для збереження й відновлення природних ресурсів і екології в цілому, так і ефективним інструментом підвищення рівня конкурентоспроможності й економічного розвитку не тільки окремого сільськогосподарського підприємства, але і країни в цілому.

Виробництво екологічно чистої продукції агропромислового комплексу (АПК) – це багатофункціональний агроекологічний процес, характерними ознаками екологічно чистого виробництва є застосування екологічно безпечних технологій на всіх етапах отримання продукції, відмова від хімічних засобів захисту рослин та мінеральних добрив у сільському господарстві, від стимуляторів росту й антибіотиків у тваринництві, заборона використання генно-модифікованих організмів (ГМО), згідно з обов'язковими вимогами законодавчих актів і національних нормативних документів, міжнародних і національних стандартів, процедур інспекції та сертифікації [1].

Принципи такого виробництва передбачають раціональне використання сировини, матеріалів та енергоносіїв; мінімізацію застосування токсичних матеріалів, зменшення обсягів усіх видів викидів і скидів, а також зменшення відходів на рівні джерела їх виникнення шляхом заміни сировини і технологій; покращення практики управління, адміністрування, введення економічних та інформаційних заходів; зменшення негативного впливу виготовленої продукції на довкілля та умови життєдіяльності людини впродовж усього її життєвого циклу шляхом змін самої продукції та правил поводження з нею з метою зменшення кількості відходів, що утворюються в результаті її виробництва, використання та ліквідації [2].

Сільськогосподарське підприємство ТОВ «Полтава-Сад» існує на ринку України майже 20 років й займається вирощуванням, переробленням і реалізацією овочів. На цей час основним продуктом підприємства є повний цикл виробництва моркви: від посадки і вирощування до пакування кінцевого продукту у вигляді снєків. Вирощується морква на полях, розташованих в Полтавській області, яка, як відомо, є однією з найбільш екологічно чистих областей України.

Корисні снєкі з моркви, що виробляє підприємство, є популярними серед дітей, студентів, дорослого населення: використовуються як доповнення до ланчу, як здоровий перекус в офісі або на пікніку. Цей продукт унікальний для України і Європи, при цьому таке виробництво налагоджено в США ще з 1989 року. Щорічно в США продається близько 170 млн тон очищеної та пакетованої моркви (більш 400 млн дол. на рік), при цьому в загальному обсязі споживання моркви еко-продукт займає більш 30 % та щорічні витрати споживача на очищену моркву перевищує 2 дол. на душу населення.

На ТОВ «Полтава-сад» для зберігання і виробництва екологічної моркви застосовано технології, які відпрацьовані протягом 10 років в США і Канаді. Оскільки продукція унікальна, для неї не існує готових ліній з очищення та пакування. Над створенням виробництва працювали фахівці з різних країн Європи – лінію для пакування збирали італійці, мийку – німці, упаковку – голландці.

Компанія має сертифікати міжнародного стандарту IFS FoodVersion 6 та Global GAP, які підтверджують високу якість продукції й безпечність її у використанні. Головною відмінністю Global GAP від інших стандартів, є те, що оцінюється не тільки безпека самої вирощеної продукції, а й безпека всього циклу виробництва, починаючи з посівного матеріалу і закінчуючи готовою продукцією, що і показала компанія на сертифікаційному аудиті. Підприємство постійно працює над розширенням асортименту екологічно-чистої продукції, впроваджує нові агротехнології, що гарантує високу якість товару.

ТОВ «Полтава-сад» використовує для вирощування природозберігаючі технології, які передбачають використання в процесі вирощування, збору, зберігання і переробки врожаю препаратів для захисту рослин та мінеральних добрив тільки натурального походження. Вживання органічних продуктів сприяє збереженню навколишнього середовища, а саме, позитивно впливає на відтворення природної родючості ґрунтів, допомагає зберегти нашу планету «живою» для наступних поколінь.

Полтавська область має великий потенціал для розвитку органічного сільського господарства. Виробництво екологічно-чистої продукції повинно стати невід'ємною частиною соціально-економічної системи Полтавського регіону, бо розвиток даного виробництва є стійким забезпеченням продовольчої безпеки населення, доцільною перспективою економічного розвитку України.

### **Література:**

1. Єрошина Т. В. Екологічно чиста продукція АПК: суть поняття, суспільногеографічні підходи до дослідження // Український географічний журнал – 2012, № 2.
2. Зинченко С. Возможности органики // Агро Перспектива. – 2013. – № 9 (116). – С. 34-37.

**Худолій Л.М.**  
д.е.н., професор,  
завідувачка кафедри банківської справи та страхування  
*Національний університет біоресурсів і природокористування України*  
*м. Київ, Україна*

## **СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

В умовах відкритої ринкової економіки процеси, що зароджуються і поширюються у розвинутих країнах, досить швидко можуть охоплювати й інші країни та території, суттєво впливаючи як на розвиток окремих її галузей, уподобань споживачів, так і на ефективність економіки цих країн в цілому. Ці зміни іноді відбуваються у реальному часі, іноді з певним лагом, іноді проявляються через десятиріччя в залежності від певних факторів і обставин. Саме тому завжди є потреба своєчасно виявляти та ідентифікувати ті процеси, які поступово стають глобальними, визначати швидкість їх розповсюдження на ін. території або на виробництво ін. товарів на тих же територіях.

До таких тенденцій, що мають поширення у світі і не обминули і України, можуть бути віднесені наступні: збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції на обмежених площах; запровадження нових технологій її виробництва, переробки і реалізації; посилення вимог до здорового харчування, а відтак, до поліпшення якості харчових продуктів і способів їх виготовлення та зберігання; зміни в механізмах державного регулювання розвитку галузі аграрної економіки і переробки продукції та ін.

Через проблему різкого збільшення чисельності населення на планеті, через прагнення його до поліпшення якості харчування, у багатьох країнах (у т.ч. і в Україні) спостерігається тенденція до збільшення обсягів виробництва основних видів сільськогосподарської продукції, поглиблення її переробки. У світі також спостерігається тенденція переходу від конкурентної переваги, заснованої на постачанні продукції з найнижчою вартістю до конкурентних переваг, що базуються на постачанні диференційованої продукції для вибагливих покупців. До того ж з'явилася тенденція до урізноманітнення харчування і переходу на продукти здорового харчування. У зв'язку з цим збільшується потреба у споживанні овочів і фруктів, яка забезпечуватиметься як за рахунок розширення місцевого виробництва, так і за рахунок імпорту. Відповідно це вимагає поліпшення місцевого та регіонального маркетингу харчових продуктів .

Бажання закріпитися і втриматися на ринку сільськогосподарської продукції у конкуренції із великими корпораціями змушує фермерів застосовувати нові прогресивні технології, в т.ч. й інформаційно-інтенсивного виробництва для зниження витрат та підвищення якості продукції. Відбувається процес розширення комерційної передачі технологій та науково-дослідної документації за межі США та країн Західної Європи, відтак продуктивність культур і поголів'я у різних країнах поступово вирівнюється.

Враховуючи підвищену ризиковість виробництва сільськогосподарських товарів у багатьох місцевостях, а також поширення стихійних лих у останні десятиріччя через зміни клімату, посилилась тенденція до розширення страхування сільськогосподарських культур та тварин, що поєднує комерційне страхування із страхуванням за державними програмами захисту від стихійного лиха незастрахованих виробників. Стали помітними тенденції, що відбуваються у програмах державної підтримки. Якщо у минулі десятиріччя останні концентрувалися на підтримці доходів тих чи ін. груп товаровиробників продовольчих товарів, то тепер акцент робиться на підтримці різних груп споживачів – ветеранів, дітей, малозабезпечених або принаймні, тих фермерів, які забезпечують ці проблемні групи харчовими продуктами. Ці тенденції набувають стійкого характеру у багатьох країнах і треба бути готовими, що вони приживуться і в Україні.

**УДК 631.53**

**Чернишова Є.О.**

головний спеціаліст відділу контролю в насінництві та розсадництві  
*Управління фітосанітарної безпеки  
ГУ Держспродспоживслужби в Херсонській області  
м. Херсон, Україна*

## **НАСІННЯ ТА САДИВНИЙ МАТЕРІАЛ ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ВРОЖАЙНОСТІ ПЛОДООВОЧЕВИХ КУЛЬТУР**

Сучасне виробництво плодоовочевої продукції розвивається завдяки новітнім розробкам у галузі сільського господарства, зокрема застосуванню енергозберігаючої сільськогосподарської техніки, ефективних пестицидів і агрохімікатів, зрошення тощо, проте досить часто товаровиробники не враховують, що основою отримання високих врожаїв є використання якісного насіння (садивного матеріалу).

Згідно статистичних даних, опублікованих ISF [1], у 2016 й 2017 роках на територію України було ввезено насіння (садивного матеріалу)

масою 50483 й 51323 т на загальну суму 271 й 293 млн. доларів, відповідно.

У статті 20 Закону України «Про насіння і садивний матеріал» [2] зазначається, що ввезення на територію України насіння і садивного матеріалу здійснюється за умови належності його до сорту, занесеного до Реєстру сортів рослин України та/або Переліку сортів рослин ОЕСР, тих сільськогосподарських рослин, до схем сортової сертифікації яких приєдналася Україна, при цьому насіння (садивний матеріал), що ввозиться для реалізації на території України, повинне відповідати вимогам, встановленим законодавством у сфері насінництва та розсадництва.

У випадках, коли сорт іноземної селекції, занесений до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні, ввезення насіння і садивного матеріалу здійснюється за наявності фітосанітарного сертифіката та сертифіката країни-експортера, що засвідчує якість насіння та/або садивного матеріалу, або сертифіката ОЕСР і сертифіката ISTA.

Ввезення на територію України зразків насіння і садивного матеріалу сортів рослин, не включених до Реєстру сортів рослин України та/або Переліку сортів рослин ОЕСР, регламентуються Порядком [3] і можуть здійснюватися лише для селекційних, дослідних робіт і експонування на основі підтвердження, виданого центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) у сфері насінництва та розсадництва. Підтвердження на ввезення таких зразків можуть отримати фізичні особи – підприємці або юридичні особи, які здійснюють виробництво насіння та/або садивного матеріалу, діяльність яких згідно з установчими документами пов'язана з селекційними, дослідними роботами

В той же час суб'єктам господарювання дозволяється ввозити на територію України насіння (садивний матеріал) сорту, не внесеного до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні, але внесеного до Переліку сортів рослин Організації економічного співробітництва та розвитку, тих сільськогосподарських рослин, до схем сортової сертифікації яких приєдналася Україна, виключно для цілей розмноження та подальшого вивезення за межі України, отримавши письмове погодження від Держпродспоживслужби [4].

Таким чином, під час купівлі насіння (садивного матеріалу) плодовоовочевих культур обов'язково необхідно перевірити присутність обраного сорту (гібриду) в Державному реєстрі сортів та наявність усіх необхідних документів, що зменшить ризик недоотримання довгоочікуваних врожаїв.

## Література:

1. The statistics below are estimates compiled from internal surveys, international trade reports and information gathered during visits to various countries. International Seed Federation: веб-сайт. URL: <https://www.worldseed.org/resources/seed-statistics>

2. Про насіння і садивний матеріал: Закон України від 26 грудня 2002 р. № 411-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-15>

3. Про затвердження Порядку видачі або відмови у видачі, переоформлення, видачі дублікатів, анулювання підтвердження на ввезення в Україну та вивезення з України зразків насіння і садивного матеріалу, не внесеного до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні, та/або до Переліку сортів рослин Організації економічного співробітництва та розвитку, для селекційних, дослідних робіт і експонування: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 05 жовтня 2016 р. № 691. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/691-2016-п>

4. Про затвердження Порядку ввезення на територію України та вивезення за її межі насіння і садивного матеріалу сорту, не внесеного до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні, але внесеного до Переліку сортів рослин Організації економічного співробітництва та розвитку, тих сільськогосподарських рослин, до схем сортової сертифікації яких приєдналася Україна: наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 26 жовтня 2016 р. № 762. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/762-2016-n#n11>

## УДК 632.91

**Чупріна К.І.**

начальник відділу контролю за обігом засобів захисту рослин  
*Управління фітосанітарної безпеки  
ГУ Держспродспоживслужби в Херсонській області  
м. Херсон, Україна*

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АКТИ, ЩО РЕГУЛЮЮТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПЕСТИЦИДІВ В УКРАЇНІ ПРИ ВИРОЩУВАННІ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

В останні роки в світі при виробництві плодоовочевої продукції все більше уваги приділяється вмісту в ній залишкової кількості пестицидів, агрохімікатів та важких металів. Для отримання прибутків сучасні технології вирощування овочевих та плодкових культур передбачають застосування великої кількості різноманітних засобів захисту рослин та

мінеральних добрив, а тому вкрай необхідно здійснювати державний контроль за додержанням санітарних норм щодо остаточної кількості діючих речовин. В Україні прийнято ряд нормативно-правових актів, що регулюють правові відносини у сфері використання пестицидів.

Рамковим документом, що регулює питання поводження з пестицидами є Закон України “Про пестициди і агрохімікати” [1]. Цей Закон встановлює загальні положення поводження з пестицидами, вимоги до проведення державних випробувань та державної реєстрації пестицидів, агрохімікатів і технічних засобів їх застосування, до виробництва, транспортування, реалізації, зберігання, застосування, утилізації, знищення та знешкодження пестицидів, реалізації державної політики, здійснення державного нагляду і державного контролю за додержанням законодавства про пестициди, якості за критеріями безпечності сільськогосподарської сировини і харчових продуктів та встановлює відповідальність за порушення законодавства про пестициди.

Для уточнення вимог Закону “Про пестициди і агрохімікати” в Україні ухвалено ряд нормативно-правових актів [2-7], що визначають порядок надання дозволу на ввезення та застосування незареєстрованих пестицидів і агрохімікатів іноземного виробництва, утилізації, знищення та знешкодження непридатних або заборонених до використання пестицидів і агрохімікатів.

Також 26 вересня 2002 року Україна приєдналася до Роттердамської конвенції, прийнятої 10 вересня 1998 року [8]. Ця Конвенція спрямована на врегулювання міжнародної торгівлі окремими небезпечними хімічними речовинами з метою охорони здоров'я людини та навколишнього середовища від потенційного шкідливого впливу та заохочення їх екологічно обґрунтованого використання шляхом сприяння обміну інформацією, запровадження процедури прийняття рішень щодо їхнього імпорту та експорту на національному рівні.

Таким чином, підставою для застосування в Україні будь-якого пестициду або агрохімікату є наявність його у Переліку, дозволених до використання в Україні пестицидів та агрохімікатів. Саме у ньому зазначається інформація, що є обов'язковою для виконання усіма суб'єктами господарювання щодо норм витрат, культури на якій використовують препарат, кількість можливих обробок та терміни граничного використання до збору врожаю.

Порушення цих вимог зазвичай призводить до екологічних негараздів, а саме: збільшення остаточної кількості діючих речовин препаратів у сільськогосподарській продукції; погіршення стану повітря та водних джерел; у ґрунті можливе накопичення токсичних речовин, які, в свою чергу, будуть негативно впливати на наступну культуру в сівозміні.



## Література:

1. Про пестициди і агрохімікати: Закон України від 02 березня 1995 р. № 86/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/86/95-вр>
2. Про затвердження Порядку проведення державних випробувань, державної реєстрації та перереєстрації, видання переліків пестицидів і агрохімікатів, дозволених до використання в Україні: постанова Кабінету Міністрів України від 04 березня 1996 р. № 295. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/295-96-п>
3. Про затвердження Порядку надання дозволу на ввезення незареєстрованих пестицидів і агрохімікатів, що використовуються для проведення державних випробувань та наукових досліджень, а також обробленого ними насіннєвого (посадкового) матеріалу: постанова Кабінету Міністрів України від 04 березня 1996 р. № 288. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/288-96-п>
4. Про затвердження Порядку вилучення, утилізації, знищення та знешкодження непридатних або заборонених до використання пестицидів і агрохімікатів та тари від них: постанова Кабінету Міністрів України від 27 березня 1996 р. № 354. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/354-96-п>
5. Методика вилучення, утилізації та знищення сільськогосподарської сировини і харчових продуктів, що зазнали впливу пестицидів та агрохімікатів і непридатні до використання. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v\\_306282-96](https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v_306282-96)
6. Про затвердження Порядку державного обліку наявності та використання пестицидів і агрохімікатів: постанова Кабінету Міністрів України від 2 листопада 1995 р. № 881. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/881-95-п>
7. Про затвердження Порядку одержання допуску (посвідчення) на право роботи, пов'язаної з транспортуванням, зберіганням, застосуванням та торгівлею пестицидами і агрохімікатами: постанова Кабінету Міністрів України від 18 вересня 1995 р. № 746. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/746-95-п>
8. Роттердамська конвенція про процедуру Попередньої обгрунтованої згоди відносно окремих небезпечних хімічних речовин та пестицидів у міжнародній торгівлі. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_a35](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_a35)

**Шахман І.О.**

доцент кафедри екології та сталого розвитку  
імені професора Ю.В. Пилипенка  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **ВІДГУК ВОДОГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ НИЖНЬОГО ПОДНІПРОВ'Я НА ЗРОШЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ МАСИВІВ ВОДАМИ ДНІПРА**

У зв'язку з незбалансованою з законами природи водогосподарською діяльністю у другій половині минулого сторіччя з метою вирішення питань водозабезпечення економіки України була спричинена зміна гідрогеологічного середовища, перш за все, південних регіонів України. Недотримання при водокористуванні принципу непорушності окремих ланок складних гідрогеологічних систем, призвело до негативних наслідків: підтоплення, заболочування і засолення земель у південних областях України. Зрозуміло, що водні ресурси відіграють важливу роль в аграрному секторі економіки: забезпечують збільшення продуктивності сільського господарства в районах з несприятливими агрокліматичними умовами, диспропорціями в співвідношенні земельного потенціалу і можливостей щодо його забезпечення водними ресурсами та іншими факторами. Тому для раціонального використання водних ресурсів і оптимального забезпечення ґрунту вологою виникає необхідність математичного моделювання водокористування в порушених водогосподарськими перетвореннями умовах формування стоку.

Задача оцінювання впливу господарської діяльності на стік зводиться до пошуку оператора перетворення вихідного стану гідрологічної системи в змінене водогосподарськими перетвореннями. Математичне вираження цього оператора може бути різним: функції відгуку, інтеграл згортки, функція пам'яті тощо. Найбільш перспективними в оцінці впливу водогосподарських перетворень на стік являються методи імітаційного математичного моделювання, в яких рівняння водогосподарських балансів представляються у стохастичному (ймовірнісному) вигляді. Стохастичне моделювання рядів побутового стоку виконується окремо для кожного з факторів антропогенного впливу, на основі рівнянь водогосподарських балансів, які описують реальну фізичну картину взаємодії того чи іншого фактора господарської діяльності з річним стоком [1, с. 175]. Був виконаний аналіз антропогенного впливу для території Нижнього Подніпров'я, де зрошення проводиться з магістральних каналів зрошувальних систем. Встановлені так звані критичні відносні площі зрошувальних масивів, при

яких відбуваються суттєві зміни стоку на водозборах Нижнього Подніпров'я (табл. 1).

Таблиця 1

**Критичні значення площ зрошування  
(для рівня оптимального зволоження  $v_0 = 0,8$ , коефіцієнту,  
що визначає місцезнаходження зрошувальних масивів  
відносно водоприймача,  $\xi = 0,5$  і коефіцієнта корисної дії  $\eta = 0,9$ )**

Характеристика змінювання водних ресурсів	Коефіцієнт впливу зворотних вод $K''_{\bar{Y}}$	Норма природного стоку $\bar{Y}$ , мм	Відносна площа масивів, що зрошуються $f_{зр}$ , %
значущі змінення водних ресурсів	1,1	10	6,8
		20	10,3
		30	12,8
руйнування водогосподарської системи	1,5	10	14,9
		20	30,9
		30	45,9
невідновне руйнування водогосподарської системи	1,7	10	18,9
		20	41,2
		30	62,5

Отже, річний стік збільшується за рахунок проникнення зворотних вод внаслідок фільтраційних втрат з мережі зрошувальних систем, яка проводить і розподіляє воду. Ефект впливу зрошення здебільшого визначається зволоженістю території, яка може бути охарактеризована нормою кліматичного стоку. Наявність зворотних вод та збільшення відносної площі зрошувальних земель спричинює збільшення норм річного стоку та його асиметрії і зменшення мінливості. Найбільш інтенсивне змінювання статистичних параметрів річного стоку спостерігається при оптимальній зволоженості ґрунту для вологолюбивих рослин ( $v_0=1,0$ ). При переході до більш посушливих територій вплив антропогенної діяльності збільшується [2, с. 321]. Слід зазначити, що незважаючи на підвищення водності малих річок, інтенсивне надходження зворотних вод зі зрошувальних масивів до річки не покращує хімічний та екологічний стан поверхневих водотоків, оскільки мова йде про надходження в річку хімічно забруднених вод. Запропонована методика оцінки антропогенного впливу може бути застосована для кожного водозбору в залежності від заданих чинників водогосподарських перетворень.

В умовах постійного збільшення обсягів використання водних ресурсів при дуже обмежених їх запасах і нерівномірному розподілі необхідна науково обґрунтована система водозабезпечення сільськогосподарських товаровиробників, яка забезпечувала б оптимальний розподіл водних

ресурсів за природно-географічними зонами, економічними районами і галузями народного господарства, відтворення, охорону і комплексне використання води як в Україні загалом, так і в окремих її регіонах.

### **Література:**

1. Шахман І.О., Лобода Н.С. Оцінка стану водних ресурсів Нижнього Подніпров'я в умовах водогосподарської діяльності. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Біологія. Спец. випуск: Гідроекологія. Тернопіль, 2010. С. 530–533.

2. Шахман І.О. Вплив змін клімату на стан водних ресурсів території Нижнього Подніпров'я. Кліматичні зміни та сільське господарство. Виклики для аграрної науки та освіти: тези II міжн. наук.-практ. конф. (м. Київ, 10–12 квіт. 2019 р.), Київ – Миколаїв – Херсон, 2019 С. 321–324.

**УДК 657.92:631**

**Шепель І.В.**

доцент кафедри обліку і оподаткування  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Бухгалтерський облік нерідко називають вартісним, підкреслюючи те, що в цьому обліку відображаються лише такі об'єкти, які мають вартісну оцінку. Саме застосування вартісної оцінки дає можливість зіставити та узагальнити різноманітні засоби та економічні явища, порівняти витрати підприємства з виручкою, виявити результати його роботи, визначити собівартість, прибуток.

Характеризуючи П(С)БО 30 «Біологічні активи», слід зазначити, що окрім оцінки об'єктів за справедливою вартістю запроваджено принципово нову методику визначення фінансових результатів від сільськогосподарської діяльності, яка ґрунтується на розрахунку доходів та витрат при первісному визнанні біологічних активів та/або сільськогосподарської продукції, незалежно від того чи будуть вони реалізовані в майбутньому. Відображення активів за справедливою вартістю є досить неоднозначним, оскільки різні автори мають власне бачення застосування принципів та методів оцінки. На нашу думку, необхідно забезпечити єдність в оцінці біологічних активів з метою їх достовірного відображення у звітності.

Вартість довгострокових біологічних активів може змінюватись протягом періоду їх функціонування, зокрема: у результаті їх переоцінки на

звітну дату; проведення невід'ємних поліпшень; зменшення корисності активів.

Довгострокові біологічні активи відображаються в обліку за справедливою вартістю або первісною вартістю (якщо відсутня можливість оцінити їх на звітну дату за справедливою вартістю). У разі, коли з'являється можливість оцінити актив за справедливою вартістю, він переводиться з групи об'єктів, що обліковуються за первісною вартістю до об'єктів, які обліковуються за справедливою вартістю.

Переоцінка довгострокових біологічних активів (дооцінка (уцінка) до справедливої вартості) має здійснюватись на кожну звітну дату постійно діючою Комісією господарства з визначення справедливої вартості біологічних активів та сільськогосподарської продукції.

У відповідності до П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів», на дату річного балансу підприємство має оцінювати, чи існують ознаки можливого зменшення корисності активу. Фактори зменшення корисності ДБАВ від зменшення корисності або вигоди від відновлення корисності довгострокових біологічних активів, які оцінюються за первісною вартістю, відображаються в бухгалтерському обліку відповідно до П(С)БО 28. На вартість довгострокових біологічних активів, справедливу вартість яких визначити неможливо, нараховується амортизація.

Одним з найбільш суттєвих наслідків запровадження П(С)БО 30 «Біологічні активи» є оцінка біологічних активів і сільськогосподарської продукції та відображення її результатів в обліку. При первісному визнанні і на дату балансу біологічні активи відображаються за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу [1].

Використання справедливої вартості для оцінки активів підприємства сприяє реальнішому відображенню їх вартості в балансі, що дає можливість об'єктивніше проводити аналіз структури майна підприємств. Єдині підходи відображення вартості активів дають можливість порівнювати показники фінансової звітності різних підприємств.

При цьому інформація у звітності буде відповідати дійсності. Оцінку за справедливою вартістю можна застосовувати в управлінському обліку для власних потреб підприємства. Первинним і найбільш гострим є питання оцінки, в умовах ринкової економіки, в Україні існують реальні труднощі, пов'язані з визначенням справедливої вартості на основі ринкової ціни. За наявності кількох активних ринків їх оцінка ґрунтується на даних того з них, на якому підприємство передбачає продавати біологічні активи.

Враховуючи ці позитивні сторони справедливої вартості порівняно з фактичною собівартістю, багато країн з розвинутою економікою використовували її для оцінки продуктивних тварин, сільськогосподарської продукції при складанні фінансової звітності ще до введення в дію міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство».

Незважаючи на позитивні результати використання справедливої вартості для оцінки біологічних активів, досить спірним, на нашу думку, є порядок відображення в обліку фінансових результатів від сільськогосподарської діяльності. Відповідно до вимог П(С)БО 30 у фінансовий результат від основної діяльності підприємства крім фінансових результатів від реалізації сільськогосподарської продукції та біологічних активів, як запасів, включаються також фінансові результати від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів і фінансові результати від зміни справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю.

Таким чином, при перевищенні справедливої вартості над фактичною собівартістю на підприємстві виникає «віртуальний» дохід, виникнення якого суперечить принципам історичної (фактичної) собівартості та обачності, зафіксованим у Законі про бухгалтерський облік і звітність в Україні. У зв'язку з цим методично неправильним, на нашу думку, є порядок відображення доходів від оцінки біологічних активів за справедливою вартістю з наступним віднесенням на прибутки (непокриті збитки)». Більш правильним було б такі доходи відображувати на окремому рахунку, який можна назвати «Потенційні доходи».

#### **Література:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» // Школа бухгалтера. – 2006. – № 4. – С. 12-14.

# СЕКЦІЯ 7. ПІСЛЯЗБИРАЛЬНА ДОРОБКА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ВАЖІЛЬ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

УДК 338.43:635

**Аверчева Н.О.**

к.е.н., доцент

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,  
м. Херсон, Україна*

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОВОЧІВНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Галузь овочівництва на сучасному етапі перебуває у стані відродження після глибокої економічної кризи. Рівень самозабезпеченості країни за овочами і баштанними продовольчими культурами (включаючи консервовану та сушену продукцію в перерахунку на свіжу) у 2018 році (виробництво до внутрішнього використання на території України) становить 103,4 %. Проте, потенціал овочівництва України не використано, у системі виробництва і реалізації продукції залишаються невирішеними ряд проблем, зокрема, післязбиральної доробки овочів, їх переробки, зберігання, транспортування і реалізації безпосередньо споживачу. На сучасному етапі розвитку галузі овочівництва в Україні виникла необхідність створення умов для інтеграції, координації й ефективної діяльності всіх ланок ринкового процесу: виробництва, переробки, зберігання овочевої продукції, а також її реалізації споживачу. Актуалізуються питання і післязбиральної доробки овочів, що забезпечує більш стабільну ринкову ситуацію і гарантований рівень доходності виробництва.

За період реформування аграрного сектору економіки України овочівництво, як галузь суспільного виробництва, зазнало руйнівного впливу ринкових факторів. Збитковість та висока витрато- і трудомісткість продукції спричинили скорочення обсягів виробництва овочів в аграрних підприємствах і переміщення галузі в сектор домашніх господарств, які стали основними виробниками і постачальниками овочевої продукції на ринок. За період 1990-2000 рр. обсяги виробництва овочів в Україні скоротилися на 12,7 %, у сільськогосподарських підприємствах – у 4,9 рази, а у господарствах населення зросли – у 2,7 рази. Після 2000 р. в галузі відзначається чітка тенденція до зростання – у 2018 р. загальний рівень виробництва перевищував на 62,2 % показники 2000 р. і на 41,6 % – 1990 р. Проте, і на сьогодні значну перевагу має категорія домашніх господарств.

У 2018 р. в Україні вироблено 9440,2 тис. т овочів, з яких 8083,1 тис. т (85,6 %) належить господарствам населення, 1357,1 тис. т (14,4 %) – сільськогосподарським підприємствам. Фермерські господарства скоротили виробництво у 2016-2018 рр., їх частка не перевищує 3 % у загальній кількості та 19 % структури аграрних підприємств.

Рівень рентабельності вирощування овочевих культур в аграрних формуваннях залишається низьким і за 2015-2017 рр. має тенденцію до зниження – від 32,0 до 9,9 %, у фермерських господарствах – від 43,8 до 19,5 %. Зниження рівня рентабельності спричинено більш швидкими темпами зростання виробничих і збутових витрат порівняно із зростанням цін. Взагалі, цінова ситуація в галузі нестабільна за видами овочевої продукції, сезонами її реалізації, регіонами та окремими роками. Тому більшість виробників віддають перевагу зерновим і технічним культурам, які забезпечують стабільні доходи і прибутки, характеризуються більш високим рівнем механізації виробничих процесів, нижчим рівнем витратомісткості виробництва, більш розвиненою інфраструктурою, гарантованою системою збуту.

Вирішити успішно проблеми підвищення ефективності господарювання, вийти на ринок з овочевою продукцією, яка користується попитом та забезпечує високі прибутки, досить складно, особливо, дрібнотоварним господарствам, які основні зусилля витрачають на трудомісткі технологічні процеси, а часу освоєння ринку та успішну реалізацію продукції не вистачає. Відсутність гнучкої гарантованої системи заготівлі овочів призводить до того, що сільгосппідприємства, як і населення, не мають можливості реалізовувати та зберігати вирощений урожай протягом всього року і значна частина вирощеного врожаю щорічно втрачається. Проблема забезпечення овочами населення країни – це не тільки питання виробництва, а також відпрацювання взаємозв'язків між суб'єктами ринку овочів: товаровиробник – овочесховище (заготівля та доробка продукції) – торговельна мережа – споживач.

На нашу думку, головним напрямом ефективного розвитку галузі овочівництва в Україні є створення оптимальної, науково обґрунтованої інституційної структури овочепродуктового сектора. Враховуючи те, що більше 80 % валового збору овочів забезпечують домашні господарства, потребує вирішення комплекс питань: на рівні виробництва – підвищення рівня механізації виробничих процесів, впровадження високопродуктивних сортів і гібридів, зниження собівартості продукції на основі застосування інтенсивних технологій; контроль якості продукції і стану навколишнього середовища у зв'язку із застосуванням інтенсивних технологій; удосконалення системи збуту овочевої продукції та розвитку нових форм господарювання, спеціалізованих кооперативних овочівницьких господарств, що забезпечить більш рівномірне постачання овочів протягом року у певному асортименті. Для реалізації поставлених стратегічних завдань необхідно забезпечити комплексний розвиток підгалузей



овочівництва; оптимізацію структури виробництва овочевої продукції відповідно до потреб ринку; інтеграцію виробництва, зберігання, переробки і торгівлі у єдиний овочепродуктовий підкомплекс.

### **Література:**

1. Сєвідова І.О., Лещенко Л.О. Стан, проблеми та перспективи розвитку овочівництва в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 12. С. 28-33.
2. Сухий П.О., Заячук М.Д. Сучасний стан та перспективи розвитку овочівництва в Україні. *Ученые записки Таврич. нац. ун-та им. В.И. Вернадского*. 2012. № 3. С. 38-48.
3. Сільське господарство України. 2017 рік. *Статистичний збірник*. Відп. за випуск О.М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2018. 246 с.
4. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. 2018 р. *Статистичний збірник*. Відп. за випуск О.М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2019. 58 с.

**УДК 631.56:[634+635]:338.43**

**Білоконь С.О**

студент спеціальності 075 – маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

## **ПІСЛЯЗБИРАЛЬНА ОБРОБКА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

На сьогодні ринку плодів та овочів, це втрата якості готової продукції на етапі пересування від виробника до споживача. За рахунок того, що в Україні основна частина готової плодоовочевої продукції реалізується через логістичних посередників, втрачається біля 25-35 %. Втрачаючи частину урожаю, сільськогосподарські підприємства та господарства населення відповідно втрачають виручку від реалізації продукції, а внаслідок чого і прибуток. Така проблема виникає з причин недотримання температурного режиму при транспортуванні продукції (кісточкові такі як черешня та вишня), погіршення споживчої якості за умов підвищеної вологості (зелень), неможливості зберігання деяких видів продукції понад певний період часу (приймання ягід до супермаркетів), невідповідність пакування до біологічних властивостей продукції (солоний перець у сітках). Безперечно, такі втрати неможливо знизити стовідсотково, однак використання сучасних методів післязбиральної обробки допомагають покращити систему управління логістичними ланцюгами. Однією із

перевагою плодоовочевої продукції є її різноманітність, що надає можливість більш повно задовільнити вимоги споживачів. Фрукти та овочі можна розподілити за сортами, розмірами, ступенем зрілості та обробки, тощо [2]. З цього приводу післязбиральна обробка забезпечує відповідність споживчої якості та тривалість реалізації продукції. Адже, останнім часом в Україні змінились критерії якості продукції з боку споживачів. Сьогодні споживачі оцінюють фрукти та овочі за принципом «ціна-якість», і спроможні сплачувати більше за додатково сформовані характеристики товару. Анкетні дослідження показали, що більшість споживачів у Запорізькій області приділяють увагу зовнішньому вигляду фруктів, ознайомлені з основними сортами, та обирають калібрований товар. З іншого боку, було виявлено, що у зв'язку із нестачею часу при приготуванні їжі, у жінок користується попитом фруктові та овочеві набори (компоти, борщовий набір). З цього боку, у більш конкурентній позиції буде той виробник, який буде пропонувати чи суто однорідну за складом продукцію, чи, навпаки, різноманітний асортимент.

Одним із сучасних шляхів управління логістичними потоками у плодоовочівництві є охолодження. Так логістична функція здійснюється на принципах холодних ланцюгів постачань і надає можливість, при вірно встановленому температурному режимі збільшити процес зберігання, завантаження-розвантаження та збуту на певний період часу. За рахунок оптимальних температурних режимів відбувається зниження інтенсивності дії біологічних процесів. З точки зору маркетингу, охолоджена продукція може мати привабливий вигляд більш тривалий період часу за рахунок пригнічення функцій дихання та транспірацій. Однією з умов транспортування та зберігання такої продукції є зберігання у темних приміщеннях з кондиціонуванням. А такий процес вимагає додаткових фінансових капіталовкладень. Отже, система охолодження продукції може бути впроваджена на підприємствах середніх або великих за розмірами фінансових активів. Господарства населення та дрібні орендарі ризикують не покрити більшу частину вкладених коштів а рахунок невеликої партії фруктів чи овочів.

Для одночасної підтримки зовнішнього вигляду та тривалості зберігання на ринку застосовують воскування продукції, а саме: яблук, цитрусових, огірків, тощо. Це надає можливість реалізовувати фрукти та овочі протягом декількох місяців. Однак, проведені дослідження показали, що лише 25 % опитуваних готові споживати огірки із воском з причин їх «неекологічності». Споживачів більш приваблювала ідея сучасних видів упаковки продукції, яка надавала можливість збільшити термін її реалізації.

Отже, з точки зору управління логістичними процесами, післязбиральна обробка продукції покращує її якість, умови зберігання та транспортування готової продукції, а також є можливістю розширення номенклатури та асортименту. Однак, не всі види післязбиральної обробки продукції можуть бути використані в окремо взятому підприємстві. Так, малі обсяги реалізації

та можливість вирощування різноманітного асортимент надають можливість господарствам населення пропонувати на ринку фруктові чи овочеві набори. Розвиток власного бренду та упаковки забезпечить їм пізнаваність в регіоні. В той же час, наявність фінансових активів у малих та великих підприємствах створює передумови впровадження процесів охолодження фруктів та овочів.

### **Література:**

1. Подпрятков Г.І. Технологія зберігання та переробки продукції рослинництва / Г.І. Подпрятков, В.І. Рожко, Л.Ф. Скалецька., 2004. С. 169-170.
2. Завадська О. Збирання і зберігання плодоовочевої продукції [Електронний ресурс] / Оксана Завадська – Режим доступу до ресурсу: <http://babushkinsad.kiev.ua/2016/11/13/4995.html>.
3. Загальні процеси, які відбуваються у масі плодоовочевої продукції під час зберігання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/25511/>.
4. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования в системе менеджмента предприятий / Т.В. Кулиш // «Актуальные вопросы менеджмента современной организации – 2015» [Электронный ресурс] : электронное научное издание: сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции (Россия, Ижевск, 4 марта 2015 г.) / ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». – Ижевск, 2015. – С. 259-264.
5. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Легеза // Інноваційна Економіка. – 2017. – № 3-4 (68). – С. 167-173

**УДК 338.48**

**Бойко В.О.**

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів

**Бойко Л.О.**

к.с.-г.н., доцент кафедри економіки та фінансів

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ**

Винний туризм є одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг.

Сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградарників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення

різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо [1].

В сучасних умовах економічного розвитку винний туризм інтенсивно розвивається в різних регіонах світу та Європи зокрема. Він є джерелом значних прибутків, оскільки може поєднуватися з усіма іншими видами туризму й може слугувати доповненням туристичних програм та маршрутів для дорослих рекреантів. Окрім того, його значення посилюється й в культурно-пізнавальному та гастрономічному плані. Адже виноробство є давньою господарчо-етнічною традицією. Тому кожна країна завдяки винному туризму може популяризувати свою культуру, звичаї, національну специфіку господарства та гастрономічних інтересів. Це також стимулює розвиток відсталих аграрних районів Європи й світу загалом та зумовлює притік коштів до місцевих бюджетів, що є актуальним і для України [2].

Винний туризм як окремий вид спеціалізованого туризму зародився ще на початку минулого століття в Італії та Франції, але в останні роки спостерігається справжній бум на винні тури по Європі, Америці, Азії. Він набуває особливої актуальності з огляду на останні прогнози про те, що час, який люди виділяють на свій відпочинок, буде скорочуватися. Тому туристи будуть шукати туристичний продукт, який дає максимум вражень за мінімальний проміжок часу. За повідомленнями світових інформаційних агентств, популярність винного туризму зростає. На сьогодні тільки в Італії налічується приблизно п'ять мільйонів активних винних туристів, прибутковість цього бізнесу – близько 2,5 мільярдів євро на рік. Експерти вважають, що винний туризм використовує тільки 20 % потенціалу і може легко подвоїти обороти в найближчому майбутньому [3].

Франція є найбільшим виробником вина у світі. Кожного року французи виробляють 7-8 млрд пляшок. У Франції 12 регіонів, що виробляють вина, головні з яких Бордо, Шампань, Прованс і Божоле. Успіх Франції у виноробстві є легендарним, Франція володіє 10 % світових виноградників, а доля у виробництві вина сягає 17 %. Це сектор номер один у сільському господарстві і такий, що надає найбільше робочих місць. У Франції 142 тисячі виноробів, водночас саме французьке вино є найдорожчим у світі. Експорт вина у 2018-му році сягнув обсягу у 8,9 мільярдів євро. Також держава є лідером у винному туризмі

Енотуризм зараз в моді у Португалії. Мова йде не тільки про знайомство з винами і про їх дегустації. В Португалії 29 винних регіонів, найпопулярнішими є сім регіонів – Вінью Верде (Vinho Verde), Дау (Dão), Дору (Douro), Алентежу (Alentejo), Мадейра (Madeira), Траз-уж-Монтіш (Trás-os-Montes) і Байррада (Bairrada). Кожний регіон відомий своїми

особливими рецептами і сортами винограду. Навколо виноградників виникли цілі туристичні комплекси, де є можливість відпочити та отримати насолоду.

Італія справедливо вважається одним зі світових центрів винного туризму: його історія тут налічує вже майже сто років, а кількість осіб, котрі відвідують італійські виноробні за рік, тільки для одного господарства може перевищувати 10 000. В країні 20 виноробних регіонів, які для зручності поділяють на 5 великих: Центральний, Південний, Північний, Північно-Західний і Північно-Східний. В Центральній Італії найвідоміший виноробний регіон – Тоскана. Тут вирощують такі сорти як Санджовезе, Вердіккьо (Verdicchio), Треббіано, Верначча (Verghaccia), Шардоне, Каберне Совіньйон. Гордістю Тоскани є «Vin santo» – десертне солодке вино з в'яленого винограду із присмаком горіхів або сушених абрикосів. Найвідомішим вином цього регіону й Італії загалом є К'янти – сухе червоне, витримане в дубових бочках.

Основними виноробними регіонами Іспанії є Ріоха, Андалусія, Каталонія та Галісія. Найвідомішим іспанським вином є Ріоха (Rioja). На території маленької автономної області розкинулось більше ніж 2500 виноградників і 500 виноробень. Вино Ріоха витримане з винограду сорту Темгранільо (Tempranillo) [4]. Винний туризм в країні настільки розвинений і популярний, що навіть існують спеціалізовані розкішні винні готелі, винні спа-комплекси, а сучасні винороби вдаються до послуг найпрестижніших архітекторів, щоб створити вишуканий образ культури виноробства.

Таким чином, винні шляхи пролягають по багатьом європейським країнам, даруючи туристам незабутні враження, особливий смак вишуканих напоїв та гостинність місцевого населення, а їх економіці – значні прибутки.

### Література:

1. Патійчук В., Кирик А. Особливості сучасного розвитку винного туризму в Молдові. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 1 (385), 2019. С. 97-105.

2. Басюк Д. І., Бадещенкова К. С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL:<http://www.sworld.com.ua/php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435>

3. Винний туризм: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. С. 6-7.

4. Винний туризм: де пити вино в Європі. URL: <https://www.momondo.ua/kudy-poihaty/stattya/de-pyty-vyno-v-evropi>.

**Василенко Н.Є.**

к.с.- г.н., докторант

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **ВПЛИВ ДОБРИВ НА НАСІННЄВУ ПРОДУКТИВНІСТЬ І ПОСІВНИХ ЯКОСТЕЙ НАСІННЯ КОСТРИЦІ ЧЕРВОНОЇ**

У статті наведені дані наукового пошуку, спрямованого на підвищення насінневої продуктивності костриці червоної шляхом оптимізації умов її харчування в критичні фази росту та розвитку особливо в період формування врожаю насіння. Встановлено, що проведення позакореневого підживлення в фазі виходу в трубку костриці червоної сорту Айра регулятором росту «Аміно Вікс» (0,5 кг/га) в поєднанні з карбамідом (5 кг/га) на фоні основного мінерального удобрення ( $N_{60}P_{45}K_{45}$ ) навесні на початку відростання насінневих посівів сприяло формуванню максимального продуктивного стеблостою (681 шт./м<sup>2</sup>), найбільшій кількості насіння на 10 пагонах (945 шт.), маси 1000 зернин (1,22 г). Це зумовило формування насінневої продуктивності 480 кг/га, що на 12 кг/га вище порівняно з фоном  $N_{60}$  і на 164 кг/га вище порівняно з варіантами без основного удобрення.

Основний компонент поліпшення культурних пасовищ і сінокосів і розширення їх площ – це забезпечення достатнього виробництва насіння злакових трав, в т. костриці червоної і мітлиці тонкої.

Ці культури за своїми біологічними особливостями відносяться до культур з високою потенційною насінневою продуктивністю. З одного боку, сучасні її сорти здатні забезпечити врожайність насіння на рівні 0,5-0,7 т/га, з іншого – для костриці червоної характерна значна залежність рівня насінневої продуктивності від екологічних факторів і агротехнічних умов вирощування, зокрема щільності агроценозу, забезпеченості вологою, світлом і поживними речовинами в залежності від етапів органогенезу [1-3]. При формуванні насіння близько 15-25 % хоч і є фізіологічно повноцінними, проте за своїми біометричними параметрами (розміром насіння, обсягом зародка, масі 1000 насінин) не є кондиційним. Таке насіння мають низьку енергію і силу росту, тому більш чутливі до умов зростання. Потреба в проведенні позакореневого підживлення протягом вегетації рослин, зокрема в фазу виходу в трубку, виникла через брак окремих елементів живлення при формуванні в травостой генеративних пагонів, особливо кореневищних трав, зокрема костриці червоної, мітлиці тонкої. Підкормка сприяє кращому формуванню плодоеlementів і не допускає загущення і вилягання посівів, які спостерігаються, як правило,

при внесенні високих доз азотних добрив, особливо в роки з надмірним вологозабезпеченням [4].

Ефективність дії азоту в значній мірі залежить від наявності в ґрунті інших елементів живлення. Дослідженнями F.L. Fishera та інших [5] встановлено, що вона залежала від вмісту фосфору в ґрунті, а в дослідях W. Holmes [6] – від вмісту калію, а також фосфору і калію разом взятих. Регулярне внесення високих доз азотних добрив не підвищувало врожайність, якщо одночасно не вносили фосфор і калій.

В Італії найкраще зарекомендувало себе внесення 60-100 кг/га діючої сечовини фосфору і калію та 80-150 кг/га азоту в 2-3 прийоми на травостої - пажитниці багаторічної [7].

Сьогодні актуальним є питання точних розрахунків норм добрив і обґрунтування послідовності їх внесення. У світі вже приходять до висновку, що не слід вносити занадто високі норми азоту (більше 150 кг). Не менш важливим є вивчення окислювально-відновних процесів і зафіксувати з'єднання азоту, а також шляхів зменшення втрат азоту в розчинах і газоподібної форми. Проблема азоту має й інший аспект: втрати азотних добрив шляхом вимивання досягають 15-20 %.

Досліди проводили в Інституті кормів та сільського господарства Поділля НААН у сівозміні відділу насінництва та трансферу інновацій упродовж 2014–2015 рр. Ґрунти сірі лісові, що характеризуються такими показниками рН 5,2-5,5, гідролітична кислотність (Нr) – 1,75-2,14 мг-екв. на 100 г ґрунту, сума ввібраних основ 12-13 мг-екв. на 100 г ґрунту, в орному шарі ґрунту (0-20 см) вміст гумусу становить 1,91-2,14 %, легкогідролізованого азоту за Корнфільдом 6,3-6,8, рухомих форм фосфору ( $P_2O_5$ ) за Чиріковим і калію ( $K_2O$ ), відповідно, 14,5-16,0; 9,3-10,5 мг на 100 г ґрунту.

Злакові трави висівали зерно-трав'яною сівалкою черезрядно (30 см) з нормою висіву (5-7 кг/га) раною весною, під покрив ярого ячменю з нормою посіву 4,0 млн схожих насінин. Повторність дослідів триразова, площа облікової ділянки з-складала 30 м<sup>2</sup> [7,8].

Посів весняний, суцільний, під покрив ярого ячменю з нормою висіву 3,0 млн. схожих насінин. Повторність дослідів 3 – разова, площа облікової ділянки 30 м<sup>2</sup>. Внесення мінеральних добрив проводили восени під основний обробіток ґрунту згідно схеми досліджень.

Внесення мінеральних добрив проводили восени під основний обробіток ґрунту згідно зі схемою досліджень. Регулятор росту – Аміно Вікс (0,5 кг/га) вносили згідно схеми дослідів в фазу виходу в трубку костриці червоної. За своїм складом Аміно Вікс містить більше 30 % амінокислот, Cu – 1, Fe – 2,3, Mn – 3, Zn – 2 %. Застосовували також у досліді водорозчинне добриво плантафол, який містить N 5,0;  $P_2O_5$  – 15,0;  $K_2O$  – 45; B – 0,02; Fe – 0,01; Mn 0,05; Zn – 0,05; Cu – 0,05 % при цьому Cu, Fe, Mn, Zn хелати в формі ЕДТА (етилендіамінтетраоцтової кислоти). Мікродобриво «Брексил Мікс» (2 кг / га) на сірих лісових ґрунтах вносили в

фазу виходу в трубку мітлиці тонкої (за схемою досліджень). У досліді використовували також водорозчинне добриво «Плантафол», до складу якого входять: N – 5,0 %; P<sub>2</sub>O<sub>5</sub> – 15,0 %; K<sub>2</sub>O – 45,0 %; B – 0,02 %; Fe – 0,01 %; Mn – 0,05 %; Zn – 0,05 %; Cu – 0,05 %, при цьому Cu, Fe, Mn, Zn – хелати в формі ЕДТА (етилендіамінтетраоцтової кислоти).

Облік врожаю костриці червоної другого року життя проводили з усіх повторень досвіду з наступним доочищенням насіння і перерахунком на стандартну вологість (15 %). Всі обліки і спостереження в дослідженнях здійснювали згідно «методичним вказівкам щодо проведення досліджень в насінництві багаторічних трав» [9-12]. Посівні якості насіння багаторічних трав (енергія проростання, схожість) визначали згідно «Методики визначення сили росту насіння кормових культур» [11].

Математичну обробку результатів досліджень проводили методом дисперсійного і кореляційно-регресійного аналізу на персональному комп'ютері з використанням спеціальних пакетів прикладних програм типу Excel, Statistika, Sigma.

В результаті досліджень, проведених відділом насінництва та трансферу інновацій Інституту кормів та сільського господарства Поділля НААН на сірих лісових ґрунтах в умовах 2014-2015 рр., Встановлено, що костриця червона, як і всі злакові трави позитивно реагують на внесення азотних добрив. При поліпшенні азотного харчування у рослин стимулюються процеси росту, при цьому процес дозрівання насіння гальмується, подовжується період вегетації. При надмірному внесенні азотних добрив зменшується врожайність насіння через більш активного розвитку вегетативних пагонів в порівнянні з генеративними.

Для росту і розвитку рослин необхідно забезпечити їх збалансованим харчуванням не тільки макроелементами (азот, фосфор і калій), але і мікроелементами, в тому числі такими, як залізо, марганець, цинк, мідь, магній. Якщо не давати підживлення рослинам у вигляді мікроелементів, затримуються ріст рослин і їх перехід з вегетативної фази в фазу плодоношення.

За результатами досліджень встановлено вплив досліджуваних факторів на зростання рослин костриці червоної. Найбільша кількість генеративних – 681 та вегетативних пагонів – 1110 шт./м<sup>2</sup> відмічена при застосуванні композиції карбамід (5 кг/га) + Аміно Вікс (0,5 кг/га) на фоні мінеральних добрив N<sub>60</sub>P<sub>45</sub>K<sub>45</sub>. При підживленні цією ж композицією на фоні N<sub>60</sub> та на ділянках без удобрення кількість генеративних пагонів була меншою відповідно на 3,5 і 24 %, а вегетативних – 6,4 і 23,3 %.

Найбільший вплив на такий показник структури урожаю, як кількість зернівок на 10 пагонах, мали добрива внесені в основне удобрення.

Також найбільший вплив на такий показник структури урожаю, як кількість зернівок на 10 пагонах, мали добрива внесені в основне удобрення. Так, якщо у варіантах без добрив цей показник був у межах 628-896 шт., то при внесенні N<sub>60</sub> він зростав до 762 – 924 шт. Внесення повного



мінерального добрива ( $N_{60}P_{45}K_{45}$ ) сприяло збільшенню кількості зернівок на 10 пагонах до 797 – 945 шт.

Позакореневі підживлення карбамідом (5 кг/га), Плантафолом (2 кг/га), регулятором росту Аміно Віксом (0,5 кг/га), та їх композиціями без основного удобрення сприяли зростанню кількості зернівок на 10 пагонах на 36, 81, 143, 215 та 268 шт., порівняно з контролем. Проведення позакореневих підживлень на фоні удобрення  $N_{60}$  збільшувало кількість зернівок на 10 пагонах залежно від варіанту на 134, 141, 140, 116, 65 та 28 шт., порівняно з відповідними варіантами без основного удобрення. На фоні  $N_{60}P_{45}K_{45}$  позакореневі підживлення збільшували кількість зернівок на 10 пагонах на 169, 156, 149, 125, 98 та 49 шт..

В умовах 2014-2015 рр. за рахунок природної родючості в контрольному варіанті був отриманий урожай насіння мітлиці тонкої сорти Юнона на рівні 168 кг/га. Проведення позакореневого підживлення в фазу виходу в трубку сприяло зростанню насінневої продуктивності в варіантах без мінеральних добрив відповідно на 34; 70; 80, 97 і 110 кг /га порівняно з контролем без позакореневого підживлення. На фоні основного удобрення  $N_{60}$  і  $N_{60}P_{45}K_{45}$  приріст врожаю завдяки позакореневому підживленню склав відповідно варіантам з фонами мінеральних добрив 18, 35, 65, 86, 91 і 14, 20, 41, 56, 57 %.

У дослідженнях встановлена залежність посівних якостей насіння, енергії.

Насіннева продуктивність костриці червоної сорту Айра на ділянках без добрив в середньому за 2014-2015 роки становила 150 кг/га. Проведення позакореневих підживлень карбамідом (5 кг/га), Плантафолом (2 кг/га), регулятором росту Аміно Вікс (0,5 кг/га), та їх композиціями на ділянках без удобрення мінеральними добривами збільшувало урожайність насіння залежно від варіанту на 30-147 кг. На фоні удобрення  $N_{60}$  приріст врожаю склав 195-324 кг/га. При внесенні повного мінерального добрива ( $N_{60}P_{45}K_{45}$ ) урожайність зростала на 237-327 кг/га порівняно з ділянками без добрив. При цьому ефективність позакореневого підживлення зменшувалась із зростанням фону основного удобрення.

У результаті застосування на хелатній основі водорозчинних добрив та регуляторів росту рослини отримують поживні речовини через листки, які здатні спричинити значні зміни в рості і розвитку, включаючись в обмін речовин, підвищують рівень життєдіяльності, заощаджують для рослин воду. Внаслідок цього сприятливо проходить процес цвітіння та формування зав'язі, стримується переростання рослин, покращуються посівні якості насіння.

Погодні умови 2014 року, були більш менш сприятливими для формування врожаю насіння, в якому внаслідок високих температур та відсутності опадів протягом вегетації формування врожаю насіння злакових трав в тому числі і костриці червоної на 57-146 кг/га або 37-47 % менше порівняно з 2015 роком. При цьому позакореневі підживлення регулятором

росту, карбамідом чи плантафолом знижували негативну дію несприятливих умов на формування плодоеlementів насінневої продуктивності костриці червоної.

Проведення позакореневого підживлення у фазі виходу в трубку костриці червоної сорту Айра регулятором росту Аміно Вікс (0,5 кг/га) в поєднанні з карбамідом (5 кг/га) на фоні основного удобрення ( $N_{60}P_{45}K_{45}$ ) весною на початку відростання насінневих посівів сприяло формуванню максимального продуктивного стеблостою 681 шт./м<sup>2</sup>, найвищої кількості зернівок на 10 пагонах – 945 шт., маси 1000 зернівок – 1,22 грами, що зумовило формування насінневої продуктивності 480 кг/га, що на 12 кг/га вище порівняно з фоном  $N_{60}$  і на 164 кг/га вище порівняно з неудобреними ділянками.

### Література:

1. Семеноводство и семенной контроль: науч. изд. / авт. предисл. Г. П. Жинова, К. А. Морозовой: [пер. с чеш.]. – М.: Колос, 1981. – 335 с.
2. Гаврилюк М. М. Основи сучасного насінництва. – Київ: ННЦІАЕ, 2004. – 256 с.
3. Богородская П. Б., Павлинова В. В. Влияние сроков уборки на урожай семян злаковых трав, // Сборник научных трудов БелНИИ мелиорации и водного хозяйства. – 1985. – № 33. – С. 121–127.
4. Довідник по виробництву насіння багаторічних трав / Б. С. Зінченко [та ін.]; за ред. Б. С. Зінченко. – Київ: Урожай, 1990. – 230 с.
5. Доспехов Б. А. Методика полевого опыта / Б. А. Доспехов. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Агропромиздат, 1985. – 351 с.
6. Основи наукових досліджень в агрономії: підручник / В. О. Єщенко [та ін.]; за ред. В. О. Єщенка. – Київ: Дія, 2005. – 288 с.
7. Fischer D. Standortgerecht, bedarfsorientiert, umweltvertraglich / D. Fischer // Landw. Z. Rheinland. – 1987. – Т. 154. – № 13. – S. 888–892.
8. Holmes W. The role nitrogen in intensive grassland production the future / Proceedings of an international Symposium of the Karopean Grassland Federation on "The role of nitrogen in intensive production" Wageningen the Netherlande. – 1980. – P. 149–158.
9. Антонів С. Ф. Насінництво злакових трав: монографія. Насінництво: 2005. – № 11. – С. 7–18.
10. Методические рекомендации по изучению исследований в семеноводстве мно-голетних трав. – М., 1986. – 36 с.
11. Переправо Н. И. Методика определения силы роста семян кормовых культур / Н. И. Переправо, Н. И. Георгиади, Л. Н. Мельникова. – М.: РГАУ – МСХА, 2012. – С. 10–25.

**Горбатюк В.С.**

здобувач вищої освіти 3 курсу  
спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»

**Павлюк С.І.**

канд. екон. наук

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОЩУВАННЯ НІШЕВИХ КУЛЬТУР СУБ'ЄКТАМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА РЕГІОНУ**

Останнім часом українські виробники все більше уваги приділяють вирощуванню нішевих культур. Такий тренд, за їх словами, зумовлений одразу декількома факторами. Перш за все, зацікавленість фермерів у виробництві такої продукції зумовлена зростанням попиту на неї, особливо, всередині країни. По-друге, такі культури потрапляють у групу так званих «здорових» продуктів. Вони багаті на вітаміни, мікроелементи, амінокислоти, антиоксиданти.

Крім того, кліматичні умови та географічне розташування нашої країни робить таку продукцію доволі перспективною для вирощування, а враховуючи тренди, щодо здорового способу життя, які пропагуються в більшості країн світу, така продукція стане привабливою для експорту.

За дослідженнями фахівців [1], нішевими культурами, що вирощують в Україні, та які підійдуть для експорту є: батат, спаржа, гарбуз, солодкий перець, порічка та чорна смородина, цвітна капуста та броколі, вишня, пекінська капуста, груші.

Найбільш перспективними, на нашу думку, нішевими культурами вирощування СМП у Миколаївській області є: батат, порічка та чорна смородина, цвітна капуста та броколі.

### **Батат**

Виробництво цієї продукції перспективне. Популярність батату в Україні зростає завдяки його корисним властивостям. Він містить у собі велику кількість вітамінів та поживних речовин. При цьому, склад клубнів може змінюватися в залежності від сорту та умов вирощування. Батат досить добре підходить для вирощування майже у всіх регіонах України, однак у різних областях урожайність буде відрізнятися: від 100 т/га за вирощуванні в південному регіоні, до 35 т/га, якщо плантації розташовані на сході. Вже в першій рік вирощування рентабельність виробництва батату може становити 180 %. Україна має досить непогані перспективи заявити про себе на зовнішньому ринку батату, зокрема на ринку ЄС.

### **Порічка та чорна смородина**

Порічку та чорну смородину можна віднести до тих культур, які добре відомі українським споживачам, проте все одно залишаються нішевими. Однак, слід зазначити, що останнім часом вирощування смородини в Україні набирає обертів, причому ці два сегменти розвиваються за досить різними сценаріями. Так, якщо зацікавленість садоводів у вирощуванні чорної смородини зумовлена, перш за все, доволі високим попитом з боку переробних підприємств, то зростання виробництва порічки провокує збільшення споживання на свіжому ринку. Слід зазначити збільшення попиту на українську смородину і на зовнішньому ринку. Вже влітку 2017 року, Україна збільшила експорт смородини утричі у порівнянні з минулим роком [2].

### **Цвітна капуста та броколі**

Сегмент цвітної капусти в Україні доволі динамічно зростає. Здебільшого така продукція в професійних господарствах вирощується на замовлення, як для переробників, так і для роздрібних мереж. Те ж саме стосується й броколі. За даними офіційної статистики, валовий збір цвітної капусти та броколі за останні 10 років виріс в 1,7 разу. Причому тільки за минулі три роки виробництво цих овочів збільшилося на 15 %. Слід зазначити, що найбільш активно цей сегмент розвивається саме у комерційному секторі. Таким чином, ми не виключаємо подальшого росту споживання даної продукції, причому не тільки у свіжому вигляді, а й у замороженому. Це неодмінно буде провокувати зростання попиту і на броколі, й на цвітну капусту – як на свіжому ринку, так і з боку переробників [1].

На нашу думку, вирощування СМП регіону даних нішевих культур, за умови виходу їх на зовнішні ринки, зумовить суттєве підвищення ефективності їх господарювання.

### **Література:**

1. ТОП-10 нішевих культур для експорту. [Електронна версія]. —: <https://ukrainefood.org/2018/06/top-10-nishevykh-kultur-dlia-eksportu/>
2. Нішеві культури – нові перспективи для малих суб'єктів господарювання в аграрному секторі [Електронна версія] [file:///C:/Documents%20and%20Settings/user/Рабочий%20стол/econprog\\_2018\\_3\\_7.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/user/Рабочий%20стол/econprog_2018_3_7.pdf)
3. UHBDP – [Електронна версія] – <https://uhbdp.org/ua/>

**Олейніченко К.О.**

здобувач вищої освіти 3 курсу  
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Біліченко О.С.**

канд. екон. наук, доцент  
*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПІСЛЯЗБИРАЛЬНОЇ ОБРОБКИ І ЗБЕРІГАННЯ ОВОЧІВ**

Кліматичні умови України сприятливі для вирощування багатьох сільськогосподарських культур, в тому числі й овочевих. Однак урожай овочевих культур швидко псується, тому його використовують або у день збирання овочів, або вони одразу надходять на зберігання. Стійкість до зберігання та транспортування залежить також від особливості будови плодів. Саме тому, для належного зберігання та зменшення втрат такої продукції важливим є збирання та післязбиральна обробка овочевих культур. Для забезпечення тривалого періоду зберігання для кожного виду і сорту потрібно створити оптимальний режим, але цього недостатньо. Щоб виростити лежкий врожай, необхідно враховувати всі елементи технології, починаючи з добору сортів та умов вирощування [1].

Зазвичай овочі, які везуть здалеку, збирають недозрілими, щоб в дорозі вони не зіпсувалися. А для мінімізації втрат, продавці натирають плоди спеціальним воском. Тому вони так привабливо і в той же час неприродно блищать. Овочі, вирощені в умовах оптимального поживного режиму, накопичують більше сухих речовин, цукрів, клітковини, вітамінів, тому період їхнього зберігання буде тривалішим.

Органічні добрива в оптимальних дозах захищають рослини від хвороб. Вони сприяють розвитку корисних бактерій і грибів, що гальмують дію хвороботворних організмів. А здорові овочі краще зберігаються.

Надлишок поживних речовин, як і їхня нестача, негативно впливають на лежкість овочів під час зберігання. Так, в разі надлишку в ґрунті азотних добрив овочі виростають водянистими, містять мало сухої речовини і вуглеводів. Внаслідок цього вони не можуть довго зберігатися. Триваліший період зберігання буде в овочів, вирощених за оптимального температурного і водного режимів.

Багато хто вважає, що зберігання починається одразу після закладання овочів у сховище. Але насправді це не так. Такий підхід не є правильним, і зберегти якісно овочі чотири-шість місяців – неможливо.

Довгостроковому зберіганню шкодять процеси гниття. Розвиваються вони на овочах, які завезли у сховище хворими та механічно ушкодженими.

Найбільше згниває овочів у сховищах, де не проводили знезараження. На сучасному етапі почали використовувати у сховищах ультрафіолетові лампи. Інтерес до них фінансово виправданий. Вмикають їх для знезараження повітря від мікроорганізмів тоді, коли в приміщенні немає людей. Лампи можна використовувати тільки за умов вирівняної вологості повітря.

Високий вміст води зумовлює високу інтенсивність біохімічних процесів, що відбуваються в овочах після збирання. Щоб уникнути в'янення, їх потрібно зберігати за високої вологості повітря (70-98 %). У сховищі в таких умовах навіть незначні коливання температури сприятимуть появі вільної вологи і як наслідок, – швидкій появі та розвитку хвороб. Тому сховища для овочів повинні обов'язково добре провітрюватися [2].

Отже, можемо зробити висновок, що для ефективного зберігання овочевих культур, потрібно створити оптимальний режим та забезпечити відповідну циркуляцію повітря. Закладати на зберігання необхідно спеціально вирощені лежкі сорти, слідкувати за їх неушкодженістю і обов'язково знезаражувати приміщення.

#### **Література:**

1. Загальні особливості зберігання плодів та овочів [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://foodtechnology.info>
2. Збирання і зберігання овочевої продукції. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://babushkinsad.kiev.ua>

#### **УДК 632.4**

**Рожелюк Н.І.**

головний спеціаліст відділу прогнозування,  
фітосанітарної діагностики та аналізу ризиків  
*Управління фітосанітарної безпеки*  
*ГУ Держспродспоживслужби в Херсонській області*  
*м. Херсон, Україна*

#### **ХВОРОБИ ПЛОДОВИХ КУЛЬТУР ПІД ЧАС ЗБЕРІГАННЯ**

Природно-кліматичні умови Херсонської області сприяють вирощуванню високоякісної плодової продукції. Господарства постійно впроваджують інноваційні технології, випробовують нові сорти і напрацьовують нові шляхи для експорту продукції на світові ринки, але великий відсоток вирощеної продукції залишається на довгострокове зберігання у спеціалізованих сховищах для її подальшої реалізації. У зв'язку з цим головною умовою закладання продукції на зберігання є

використання здорових, непошкоджених плодів, що є запорукою отримання великих прибутків.

Під час зберігання плоди кісточкових та зерняткових культур уражують два типи хвороб: інфекційні (грибні, бактеріальні) та фізіологічні (функціональні), що виникають без участі інфекції і викликані неправильним вирощуванням та поганими умовами зберігання.

Грибні хвороби поділяються на дві групи: 1) ті, що уражують плоди в саду (парша, плодова гниль), 2) ті, що уражують плоди під час зберігання [1].

Під час тимчасового зберігання, у разі недотримання вимог до температури, відносної вологості повітря та вентиляції плоди уражуються пліснявими грибами (сиза, оливкова, зелена та чорна плісені, які розрізняють за забарвленням конідієносців), що швидко вкривають травмовані плоди і призводять приблизно до 85 – 90 % загальних втрат.

При підвищеній температурі зберігання масово проявляється бактеріальне захворювання – сіра гниль, що призводить до розм'якшення тканини плоду, його побуріння і втрати смакових якостей, при цьому спори дуже швидко інфікують здорові плоди.

Серед фізіологічних захворювань плодів зерняткових відомі такі як загар, побуріння м'якоті, підшкірна плямистість, скловидність плодів, або мокрий опік, побуріння сердечка, затвердіння плодів, в'янення, підмерзання.

До інфекційних хвороб відносяться плодова, чорна та сиза гнилі.

Плодова гниль яблук (моніліоз) розвивається у місцях зберігання за механічного пошкодження шкірочки плода як на дереві, так і під час зберігання. Спричинити її виникнення може пошкодження плоду казаркою, плоджеркою, а також за наявності тріщин від ураження паршею, від градобої. Під час зберігання на плоді утворюється коричнева пляма, що збільшується і може охопити увесь плід, м'якуш розм'якшується. За високої вологості на плоді з'являються характерні жовто-сірі подушечки. Внаслідок впливу низьких температур під час зберігання плід твердіє, чорніє, стає блискучим.

Чорна, або чорноракова, гниль проявляється під час збирання та зберігання плодів у вигляді бурих, дещо впалих плям, що збільшуються. На них утворюються чорні бугорки, плід чорніє і муміфікується. Уражені плоди мають гіркий смак. Зараження відбувається ще на дереві, зазвичай незадовго до збирання. Головним джерелом первинної інфекції цієї гнилі є уражена чорним раком кора дерев, особливо в старих садах [2].

Сиза плісняовидна гниль (пеніцильоз). Збудником хвороби є гриби із роду *Penicillium*, який крім яблук може уражувати і інші фрукти, а також овочі. Причиною виникнення хвороби є механічні пошкодження під час збирання і транспортування плодів. На плодах утворюються водянисті плями, які вдавлюються і набувають складчастості. При натисненні на уражене місце шкірка плода лопається і виділяються краплини вологи. Пляма вкривається білими, пізніше зеленувато-сизими подушечками, а загнивший м'якуш має прокислий смак. Причиною розвитку хвороби є

здебільшого підвищена температура у сховищі. Розвиток гнилі відбувається тим швидше, чим вище температурний режим в сховищі або холодильнику. Патоген здатний розвиватися навіть при температурі 0<sup>0</sup>С і формувати конідіальне спороношення при +2<sup>0</sup>С. В період зберігання інфекція легко передається при контакті, а також розповсюджується по повітрю [3].

Всі вище перелічені хвороби проявляються внаслідок неправильного догляду за деревами протягом усього періоду вегетації, а саме: внесення незбалансованих норм добрив; несвоєчасні хімічні обробки; недотримання термінів збирання врожаю й умов зберігання (порушення температурного режиму, оптимальної вологості повітря, складу газового середовища).

Завдання поліпшення фітосанітарного стану садів у значній мірі реалізується через ефективний захист. Важливою умовою захисту плодкових насаджень є комплексне застосування інсектицидів та фунгіцидів, що за результатами наукових досліджень сприятиме попередженню епіфітотій і дозволить отримати збільшення врожаю плодкових культур. Слід пам'ятати, що окрім хімічного захисту для збереження доброго фітосанітарного стану садів, важливим є застосування агротехнічних прийомів протягом вегетації: внесення добрив, знищення опалого листя, видалення з дерев муміфікованих плодів, відмерлої кори, вирізування уражених гілок.

#### **Література:**

1. Довідник із захисту рослин / Л.І. Бублик, Г.І. Васечко, В.П. Васильєв та ін.; за ред. М.П. Лісового. Київ: Урожай, 1999. 744 с.
2. Сіленко В.О. Груша. Агротехніка. Київ, 2017. 80 с.
3. Довідник по захисту садів від шкідників і хвороб / О.С. Матвієвський, В.М. Ткачов, Ф.С. Каленик і ін.; за ред. О.С. Матвієвського. Київ: Урожай, 1990. 256 с.

**УДК 631.56:[634+635]:338.43**

**Сергєєва Ю.О.**

студентка спеціальності 075 – Маркетинг, ОС «Магістр»  
*Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна*

### **ФРУКТОВІ ЧІПСИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВАРІАНТ ДОРІБКИ ФРУКТІВ**

У період популяризації здорового способу життя та правильного харчування, шкідливі солодощі відходять на другий план, а їх місце займає здорова та рослинна альтернатива. У розвинених країнах тенденція на



харчування фруктовими чіпсами вже давно займає певну ланку. Фруктові чіпси це інноваційний натуральний десертний продукт, що має високі дієтичні та смакові властивості. З причин смакових якостей, тривалості зберігання інноваційної чіпси набувають збільшення попиту на українському ринку.

У вітчизняних роздрібних мережах чіпси в основному представлені засушеними яблуками, які виробляються у Польщі «Paula» та Угорщині «Nobilis». Водночас, висока ціна на експортовані товари стримує ріст купівельної спроможності, але надає можливість заповнити ринок вітчизняною продукцією.

Аналізуючи всі інформаційні джерела, було визначено, що розробками технологій сушіння чіпсів займаються у багатьох країнах світу (США, Китаї, Кореї, Таїланді, Сербії, країнах Європи (Польщі, Угорщині та ін.), Росії та Білорусії), але в Україні не приділяють достатню увагу таким дослідженням. В Україні, цією проблемою почали займатись відносно недавно. Для збільшення обсягів виробництва вітчизняних фруктових чіпсів в Україні існує достатня кількість фруктової сировини та опрацьовані новітні технології виробництва [5]. Так, В. Іванов та Г.Сапунов розробили технології сушки різними методами сушки [4].

Отже, розглянемо етапи виготовлення фруктових чіпсів. Для початку свіжий фрукт потрібно ретельно вимити, нарізати дуже тоненькими скибками та висушити у сушках. Через те, що фрукт нічим не оброблюється, виходить 100 % натуральний продукт, адже сучасні технології працюють на благо людині. Слід брати до уваги той факт, що фруктова маса зменшується приблизно в десять разів: при сушінні 100 кг фруктів виходить 10 кг сушених фруктів та 90 л води.

На світовому ринку користуються попитом чіпси із зерняткових (яблук, груш) кісточкових (персиків, абрикосів) та полуниці. Слід підкреслити, що з точки зору одержання прибутку, позитивним є те, що у виробництві використовується некондиційний товар. При виробництві 1 кг та виході продукту у 10 % від сировини витрати дорівнюють 24-28 гривень, а виручка – 50 гривень. Якщо у витрати включити вартість брендового паперового пакету, то споживачі будуть готові купувати за ціною 65-70 гривень за кілограм.

Таким чином, визначено, попит на плоди та ягоди може бути збільшений за рахунок формування доданої вартості товару, в той же час створення інноваційного продукту та виведення його на вітчизняний ринок надасть можливість виробникам конкурувати із експортними підприємствами за ціною та асортиментом. На сьогодні, одним із нішевих товарів на ринку України є фруктові чіпси. При затратах 25 гривень за кілограм, виробник може одержати рентабельність понад 130 %.

### **Література:**

1. Калашников Г.В., Литвинов Е.В. Линия производства сушеных яблок, груш, моркови, тыквы и чипсов // Вестник ВГУИТ, г. Воронеж, 2015, № 4 (66), С. 28–31, ISSN (электронный вариант): 2310-1202.

2. Кулиш Т. В. Исследование макромаркетинговой среды при формировании стратегии развития предприятий / Т.В. Кулиш // «Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга»: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию академика Ж.Т. Сейфуллина 19 октября 2018 г. – Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018. – С. 26-30.

3. Легеза Д.Г. Логістичні підходи до реалізації овочів у сільськогосподарських підприємствах / Д.Г. Легеза // Інноваційна Економіка. – 2017. – № 3-4 (68). – С. 167-173.

4. Пат. 2195824, Российская Федерация, МПК А23В 7/02 (2000.01). Способ сушки плодов и овощей / Иванов В.А., Сапунов Г.С. – № 2000116678/13, заявл. 23.06.2000; опубл. 10.01.2003. Бюл. № 1.

5. Разработка технологии плодоовощных чипсов: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. техн. наук :05.18.01 / А. А. Королев ; Моск. гос. ун-т технол. и упр., Москва. – Москва, 2013. – 25 с. : ил. – 9.

6. Снежкін Ю.Ф., Шапар Р.О., Сорокова Н.М., Гусарова О.В. Розробка технології виробництва нових форм сушених продуктів // Промышленная теплотехника, г. Киев, 2015. Т. 37. № 6. С. 29–37.

# СЕКЦІЯ 8. НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ У СФЕРІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

УДК 330.46:004

**Акімова А.О.**

здобувач вищої освіти 3 курсу  
072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Біліченко О.С.**

канд. екон. наук, доцент  
*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В АГРАРНОМУ ПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ

Впровадження надсучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ICT) у сільськогосподарській діяльності називають Smart Farming, або Третьою зеленою революцією. Технології стають рушіями прогресу агровиробництва – від точного землеробства, що базується на big data (великих даних) та «інтернеті речей», до управління посівами в декілька натисків на смартфоні аграрія. Цифрова трансформація зможе в декілька разів збільшити віддачу від сил і коштів, що вкладаються аграріями. Тому у цьому напрямі працюють всі глобальні гравці світового ринку [1].

Цифрові технології швидко поширюються в сільському господарстві. І не тільки в Північній Америці або Євросоюзі, а й в Україні. Наприклад, ті чи інші елементи точного землеробства впроваджують на 15 % вітчизняних сільськогосподарських угідь. Але які конкретно цифрові технології можуть підвищити ефективність агровиробництва? [2]

Екс-директор департаменту розвитку інновацій та інтелектуальної власності Міністерств економічного розвитку і торгівлі Олена Мініч вважає, що українському АПК є куди розвиватися. Так компанія Agro Core має намір розвивати у рослинництві сенсорні технології, які дозволять у режимі реального часу збирати, обробляти дані і на їх основі приймати рішення. Як результат, це дозволить підвищити ефективність виробництва і зменшити витрати. Застосування високих технологій призведе до зниження використання добрив і витрати палива. Це, в свою чергу, поліпшить екологічну ситуацію і якість врожаю, підкреслив керівник Agro Core [3].

Про настання ери «цифрового гербіциду» заявили розробники NovelXPower Case IH – пристрою для електрогербіцидної технології. Знищення бур'янів за допомогою цієї техніки більш економічне і практичне порівняно з традиційними гербіцидами. Система однаково ефективна для

всіх бур'янів, незалежно від виду і розміру. Електрогербіцидна технологія – це знищення бур'янів за допомогою спеціального пристрою, який перетворює механічну енергію в електричну. Електрони впливають не тільки на листя бур'янів, а й на кореневу систему [4].

Завдяки мобільному додатку аграрний «Siri» (особистий помічник на мобільному телефоні, який за голосовим запитом аграрія описує всю ситуацію на полі) може проаналізувати зібрані дані на полях, знайти і вивчити складні алгоритми та надати необхідні рекомендації [1].

При вивченні місцевості, для вирішення сільськогосподарських завдань і створення карт в електронному форматі використовуються безпілотні літальні апарати (БПЛА). Аерозйомка дозволяє більш ефективно і якісно проводити інвентаризацію сільськогосподарських земель, контролювати посіви і виявляти знос або деградацію ресурсів, мінімізувати загрози, пов'язані з виснаженням землі. Це хороший інструмент аналізу і визначення ресурсності сільського господарства [5].

Для сільськогосподарської овочевої продукції можуть використовуватися такі цифрові технології – DroneUA, SmartFarming, MegaDrone, AgroDrone. Гарно себе зарекомендувала на ринку датчиків вологості ґрунту, пенетрометрів і метеостанцій компанія SkokAgro. Серед провайдерів аграрного програмного забезпечення – Cropio, TVIS, Klever Systems. Для аграрного контролю – AgriEye, PreAgri, Агроонлайн, Fieldlook. Інвестиційний банк Goldman Sachs передбачає зростання глобального ринку аграрних технологій до 240 млрд дол протягом наступних п'яти років [6].

Як бачимо в українському аграрному бізнесі активно впроваджуються цифрові технології. Вони допомагають підвищити ефективність та продуктивність праці, створюють можливість для прийняття вдалих рішень і мінімізації ризиків. Українські аграрії зацікавлені у використанні комплексних програмних рішень для ведення бізнесу, оскільки цифрові технології допомагають підвищити ефективність та продуктивність праці, створюють можливість для прийняття вдалих рішень і мінімізації ризиків. Цей напрямок здатен поєднати зусилля українських виробників сучасного обладнання та пристроїв, ІТ-фахівців та науковців.

### **Література:**

1. Третя зелена революція об'єднує інтереси України і Китаю. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://aucc.org.ua>
2. Smart Agro Forum: цифровые технологии покоряют сельское хозяйство. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://propozitsiya.com>
3. ІТ-врожай: як високі технології допомагають розвивати сільське господарство. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://biz.nv.ua>
4. Електричні гербіциди – нова ера в сільському господарстві. 5 переваг цифрової технології. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://landlord.ua>

5. Сельское хозяйство.[Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://agrodrone.com.ua>

6. Крестьяне без будущего, или Как IT спасет агросектор. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua>

**УДК 004.942; 631.67**

**Волошин М.М.**

к.т.н., доцент кафедри гідротехнічного будівництва,  
водної інженерії та водних технологій

**Волошина В.М.**

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
четвертого року навчання ФРГП  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **НОВІТНІ ВІДЧИЗНЯНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ДОДАТКОВОГО ЧИСТОГО ПРИБУТКУ ВІД ЗРОШЕННЯ РІЗНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР**

В нових умовах господарювання важливим напрямком розвитку меліорації є розробка економіко-організаційних основ і нормативів, що обслуговують економічні взаємовідносини в галузі водного господарства і меліорації та опираються на прогресивні технології, а саме програмних комплексах. Особливо актуальним при вирощуванні сільськогосподарських культур є пропозиції щодо покращення взаємовідносин між водогосподарськими організаціями і водокористувачами, а саме безбитковості тих і інших організацій.

Таким чином, вибір функції додаткового чистого прибутку від зрошення обумовлено тим, що тільки додатковий чистий прибуток виражає приріст економічного ефекту внаслідок зрошення [1]. Оптимізація водокористування здійснюється для конкретних років, на основі прогнозування певного типу метеорологічних ситуацій, в умовах яких передбачається вирощування сільськогосподарських культур (в гостро-засушливих чи середньо-засушливих, середніх, середньо-вологих та вологих років).

Метод оптимізації функції додаткового чистого прибутку від зрошення. Критерій додаткового чистого прибутку від зрошення обчислюється за формулою, яка вдосконалена стосовно умов платного водокористування [2]:

$$F(U, W, \xi) = (C - C_1) f\left(\frac{U + \xi}{W + \xi}\right) Y^{\text{II}} - (C - C_2) f\left(\frac{\xi}{W + \xi}\right) Y^{\text{II}} - \lambda U, \quad U \leq U_{\text{сп}}, \quad (1)$$

де  $F(U, W, \xi)$  – додатковий чистий прибуток від зрошення, грн/га;  $C$  – закупівельна ціна, грн/т;  $C_1, C_2$  – собівартість відповідно при зрошенні і на богарі (без витрат на подачу води), грн/т;  $Y^n$  – плановий (проектний) урожай, т/га;  $f\left(\frac{U+\xi}{W+\xi}\right), f\left(\frac{\xi}{W+\xi}\right)$  – функції зниження урожайності від одиниці при недополиві при зрошенні чи на богарі, в долях одиниці;  $U, U_{кр}$  – значення відповідно поточних та критичних (лімітних) зрошувальних норм, м<sup>3</sup>/га;  $\xi$  – опади конкретного року, м<sup>3</sup>/га;  $W$  – значення біологічно оптимальних зрошувальних норм, м<sup>3</sup>/га;  $\lambda$  – тариф за 1 м<sup>3</sup> води, грн/м<sup>3</sup>.

Нижче розглянемо запропонований нами метод оптимізації водокористування в умовах плати за воду, що базується на оптимізації зрошувальних норм  $U$  на основі функції додаткового чистого прибутку (ДЧП) від зрошення (1). Як відомо, метод (від грецького – шлях, дослідження, спосіб пізнання) полягає в формалізації, визначенні та подальшій алгоритмізації способу, прийому, або системи прийомів для досягнення поставленої мети, для виконання певної операції.

В даному випадку в основу розробки методу поставлена мета – оптимізація варіантів водокористування (зрошувальних норм) для економічно доцільного ведення зрошуваного землеробства з позицій водокористувачів. Кінцева операція – системна оцінка та оптимізація зрошувальних норм на основі критерію ДЧП в умовах різних тарифів за воду  $\lambda$ . Розглянемо і обґрунтуємо систему прийомів, які використовуються в задачі оптимізації функції (1).

Аналіз функції (1) показує, що вона залежить від змінних – зрошувальної норми  $U$  (змінюється неперервно) та конкретного року забезпеченості, який характеризується опадами  $\xi$  та максимальною (біологічно оптимальною) зрошувальною нормою  $W$ , тобто погодними умовами року  $\theta = (W, \xi)$ , які змінюються стохастично і дискретно, піддаються вимірюванню (опади  $\xi$ ) або знаходяться на основі розрахунків з використанням імітаційного моделювання (зрошувальна норма  $W$ ). Саме стохастичні змінні дозволяють зобразити функцію (1) в вигляді матриці гри з природою.

Крім того, функція (1) залежить від величин, які вважаються параметрами – закупівельна ціна  $C$ , собівартості на богарі  $C_2$  та при зрошенні  $C_1$ , тариф на воду  $\lambda$  та проектна урожайність  $Y^n$ . При конкретних розрахунках ДЧП параметри набувають тих чи інших конкретних фіксованих значень. Важливим параметром є параметр  $\lambda$  – тариф за воду. Він залежить від витрат, пов'язаних з послугами на подачу води з точки водовиділу та величини проектної норми. Приймаючи, що параметр  $\lambda$  набуває ряд дискретних значень, з виразу (1) одержуємо деяку дискретну множину кривих, які називаємо сім'єю кривих.

Особливо важливою функцією, при дослідженні функціонала (1) є модель відносної урожайності конкретних сільськогосподарських культур в вигляді найбільш загальної квадратичної сплайн – функції [3]:

$$\frac{Y}{Y^{\max}} = \begin{cases} 0, & \text{при } K \leq K_0 \\ b_0 + b_1 \left( \frac{u + \xi}{\omega + \xi} \right) + b_2 \left( \frac{u + \xi}{\omega + \xi} \right)^2, & \text{при } K_0 < K < K_1; \\ a_0 + a_1 \left( \frac{u + \xi}{\omega + \xi} \right) + a_2 \left( \frac{u + \xi}{\omega + \xi} \right)^2, & \text{при } K_1 \leq K < 1; \\ 1, & \text{при } K \geq 1 \end{cases}. \quad (2)$$

Зважаючи на те, що функція (2) є неперервною та диференційованою (крім точки,  $K_0$ ), за побудовою, то функція ДЧП (1) також є неперервною всюди, та диференційованою (крім точки  $K_0$ ).

Таким чином, з урахуванням параметра  $\lambda$ , що приймає ряд дискретних значень, та виду сплайн – функції (2), функція додаткового чистого прибутку (1), приймає вигляд:

$$F(U, W, \xi, \lambda) = \begin{cases} -\lambda U, \text{ якщо } f\left(\frac{U + \xi}{W + \xi}\right) = 0; \quad K \leq K_0; \\ (C - C_1) \left( b_0 + b_1 \left( \frac{U + \xi}{W + \xi} \right) + \left( \frac{U + \xi}{W + \xi} \right)^2 \right) Y^n - (C - C_2) \left( b_0 + b_1 \left( \frac{\xi}{W + \xi} \right) + b_2 \left( \frac{\xi}{W + \xi} \right)^2 \right) Y^n - \lambda U, \text{ якщо } K_0 < K < K_1; \\ (C - C_1) \left( a_0 + a_1 \left( \frac{U + \xi}{W + \xi} \right) + \left( \frac{U + \xi}{W + \xi} \right)^2 \right) Y^n - (C - C_2) \left( a_0 + a_1 \left( \frac{\xi}{W + \xi} \right) + a_2 \left( \frac{\xi}{W + \xi} \right)^2 \right) Y^n - \lambda U, \text{ якщо } K_1 \leq K < 1; \\ (C - C_1) Y^n - (C - C_2) \left( a_0 + a_1 \left( \frac{\xi}{W + \xi} \right) + a_2 \left( \frac{\xi}{W + \xi} \right)^2 \right) Y^n - \lambda U, \text{ якщо } K \geq 1. \end{cases} \quad (3)$$

Проте як сплайн – функції (2), так і функція ДЧП (3) є досить складними для аналітичного дослідження на екстремум, (в даний час аналітичні дослідження на екстремум функції (3) відсутні), оскільки дані функції складаються з окремих сплайнів, а також містять стохастичну зміну  $\theta = (W, \xi)$ , що змінюється дискретно. Виходячи з виду функції (2), можна говорити, що функція (3) є лінійною, монотонно спадною до деякого значення  $U_0$ , що відповідає  $K_0$ ; в області  $K_0 \leq K < 1$  функція (2) є квадратичною, монотонно зростаючою відносно  $U$ , досягає в деякій точці цієї області максимуму; при  $K \geq 1$  функція (2) є також лінійною, монотонно спадною. Таким чином, дослідження інтервалів зростання та спадання функції (2) за допомогою похідних, дослідження точок екстремуму (внаслідок не диференційованості функції в точці  $K_0$ ) не може бути проведене класичними методами.

Запропонований нами підхід до оптимізації базується на тому, що спочатку проводиться імітаційне моделювання сценаріїв функції ДЧП при різних параметрах (платі за воду, погодних умовах), в подальшому пропонується оптимізаційний аналіз цих сценаріїв на основі графічного представлення інформації. Це дозволяє здійснити системний підхід до аналізу оптимальних зрошувальних норм, який полягає не тільки в знаходженні одного значення екстремуму (максимуму) функції ДЧП, а і в одержанні системних оцінок, а саме:

– дослідженні поведінки критерію при фіксованих вхідних параметрах поблизу оптимальної точки, інтервали додатніх та від’ємних значень критерію тощо;

– дослідженні критерію, зокрема його максимального значення, в залежності від зміни параметру  $\lambda$  (тарифу за воду) та дискретних значень параметрів  $(W, \xi)$  (погодних умов).

Таким чином запропонований метод математичного моделювання складається з двох етапів: імітаційного моделювання сценаріїв, графічного аналізу даних експерименту та прийняття рішень [4].

На першому етапі машинного експерименту нами пропонується такий прийом, як імітаційне моделювання функціоналу (2), з моделюванням функції залежно від змінної  $U$ , при цьому:

– фіксується, як параметр, рік забезпеченості  $\theta_j = (W_j, \xi_j)$ , тобто погодні умови року;

– вибирається множина параметрів  $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$  тарифів на воду, для яких необхідно провести розрахунки критерію;

– фіксуються певні економічні параметри (закупівельні ціни, собівартості, проектні врожаї);

– вибирається крок  $\Delta U$  і для відповідних значень  $U \in [U_o, W_j]$  для даного року розраховуються в вузлах сітки значення функції (2) при різних параметрах  $\lambda_i$ .

Імітаційна система, залежно від параметра  $\lambda$ , розраховує сім’ю кривих додаткового чистого прибутку. Якщо вибрати конкретні параметри культури, відповідну модель врожаю, то для умов прогнозованого року розраховуються функції додаткового чистого прибутку від зрошення відповідних сільськогосподарських культур.

На другому етапі в системі здійснюється такий прийом, як побудова графіків залежностей ДЧП від зрошувальної норми при різній платі за воду та прийняття рішень. Доповнення даних імітації (сценаріїв) сім’ї кривих, залежно від плати за воду, їх графічним аналізом відповідає сучасним тенденціям системного аналізу, зокрема системному моделюванню для максимізації (графічно) чистого прибутку.

На відміну від роботи, де при певних параметрах наносяться на графік лінії рівних значень чистого прибутку, нами запропоновано такий системний аналіз інформації:

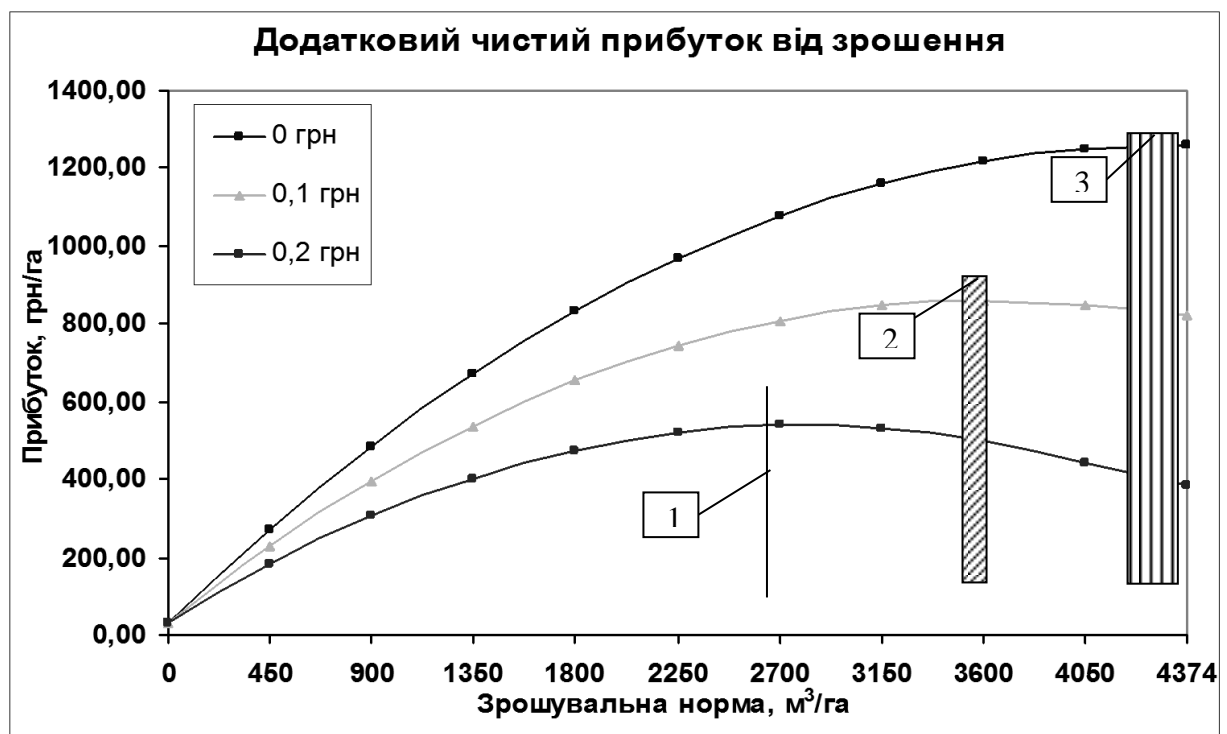
– на графік наносяться (рис. 1) криві ДЧП при різних значеннях  $\lambda$  в певний рік водозабезпеченості (погодних умовах  $(W, \xi)$ ), що дозволяє оцінити оптимальне значення, знайти значення норм, близьких до оптимальних, значення норм, при яких критерій приймає додатні або від’ємні значення;

– виходячи з серії графіків в роки різної водозабезпеченості та фіксуючи певні значення тарифу на воду  $\lambda$ , досліджується тенденція зміни ДЧП як від тарифу за воду, так і від погодних умов (в роки різної водозабезпеченості).



Графічний метод дозволяє визначити оптимальні значення зрошувальних норм, що відповідають максимальному значенню додаткового чистого прибутку від зрошення (рис. 1). В діалоговому режимі водокористувач може вибрати на основі графічного аналізу не тільки оптимальні, але й близькі до них (субоптимальні) рішення. Критерієм прийняття рішень при цьому являється незначне зниження ДЧП при суттєвому зменшенні величини поливної норми. При цьому водокористувач може враховувати також наявні фінансові ресурси, які витрачаються на попередню оплату послуг з подачі води на зрошення. Дефіцит фінансових ресурсів, можливе врахування інших факторів (технічні характеристики насосних станцій, насосних агрегатів, дощувальної техніки, та інші фактори, які наводить водоспоживач) дозволяє графічно визначити найбільш доцільні для водокористувача зрошувальні норми, які на рівні річного планування вносяться в договір на платне водокористування.

Графічно визначаються також економічно оптимальні режими зрошення (рис. 1), та на їх основі здійснюється прийняття рішень про відповідні технології, що характеризуються застосуванням певної техніки поливу, методів і моделей оперативного планування поливів [2].

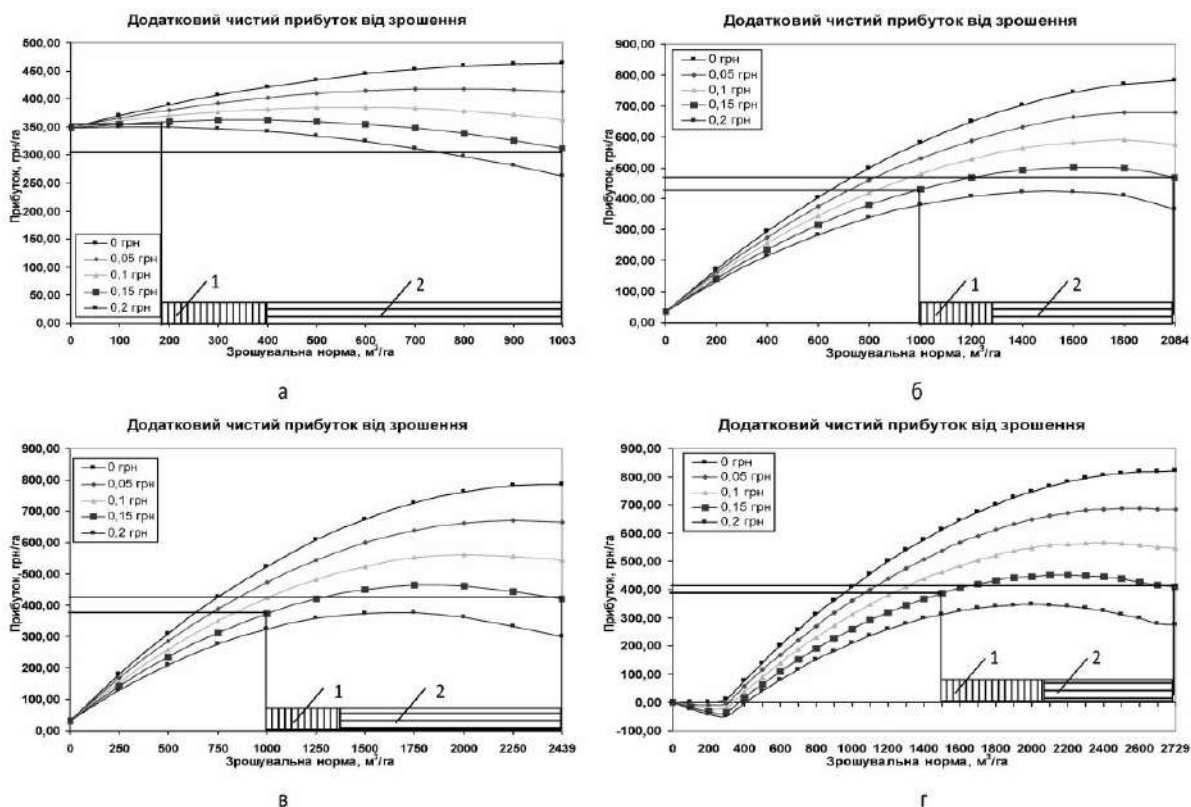


**Рис. 1. Залежність додаткового чистого прибутку від зрошення від зрошувальної норми та величини плати на воду:**

- 1 – оптимальне значення зрошувальної норми, що відповідає максимальній точці значення додаткового чистого прибутку від зрошення при тарифі за воду  $\lambda = 0,2$  грн.;
- 2 – субоптимальні значення зрошувальних норм (відрізок), що відповідають значенням додаткового чистого прибутку від зрошення при тарифі за воду  $\lambda = 0,1$  грн.;
- 3 – субоптимальні значення зрошувальних норм (відрізок), що відповідають значенням додаткового чистого прибутку від зрошення при тарифі за воду  $\lambda = 0$  грн.

Дійсно, аналіз критерію додаткового чистого прибутку від величини зрошувальної норми показує, що при низьких тарифах на воду економічно вигідним є біологічно оптимальне зрошення, при збільшенні тарифу на воду оптимальне значення зрошувальної норми зменшується, оптимальними стають водозберігаючі режими зрошення (рис. 1).

Приклад розрахунку. Для умов прогнозованого року розраховуються функції додаткового чистого прибутку від зрошення відповідних сільськогосподарських культур. Оптимізація здійснюється графічно шляхом вибору оптимального значення зрошувальної норми на основі візуальної оцінки чистого прибутку, розрахованого за даними, які узгоджуються з сільгоспвиробником (рис. 2).



**Рис. 2. Системні оцінки додаткового чистого прибутку від зрошення (на прикладі капусти ранньої) в залежності від зрошувальної норми, величини плати за воду, в роки різної водозабезпеченості (а – 5%; б – 25%; в – 50%; г - 75%) та відповідні їм режими зрошення (1 – водозберігаючий; 2 – біологічно - оптимальний)**

При застосуванні графічного методу [5] фактично здійснюється поєднання знаходження економічно оптимальної зрошувальної норми (на рівні річного планування) і відповідного їй економічно оптимального режиму зрошення, що реалізується при оперативному плануванні поливів.

В порівнянні з аналітичним методом визначення зрошувальних норм, який в нашому випадку важко реалізувати, запропонований імітаційно – оптимізаційний метод прийняття рішень має такі переваги:

- дозволяє графічно знаходити оптимальні та субоптимальні значення зрошувальної норми, що значно простіше і наглядніше, ніж аналітично;
- системно відслідковувати поведінку функції додаткового чистого прибутку від зрошення в залежності від різних тарифів на воду, встановлювати граничні значення тарифів при визначені економічної доцільності зрошення;
- оцінювати, виходячи з серії графіків в роки різної водозабезпеченості (при фіксованих значеннях тарифу на воду  $\lambda$ ), тенденції зміни оптимального значення та відслідковувати при цьому закономірності поведінки (зниження, збільшення) додаткового чистого прибутку від зрошення для кожної з досліджуваних сільськогосподарських культур.

### **Література:**

1. Методические рекомендации по определению экономической эффективности использования водных ресурсов для целей орошения. – К., 1981. – 23 с.
2. Ковальчук П.І., Волошин М.М., Матяш Т.В. Оптимізація водокористування на основі аналізу додаткового чистого прибутку від зрошення // Водне господарство України. 2003. Вип. 2. – С. 27-29.
3. Ковальчук П.И., Остапчик В.П. Определение моделей урожая в зависимости от динамики водоснабжения растений. // Мелиорация и водное хозяйство, 1982. – Вып. 5. – С. 3-5.
4. Словарь по кибернетике: Св. 2000 ст. / Под ред. В.С. Михалевича. 2-е изд. – К.: Гл. ред. УСЭ им. М. П. Бажана, 1989. – 751 с.
5. Коваленко П.И., Ковальчук П.И., Сапаров К.Б. Оптимизация внутрихозяйственного водопользования // Мелиорация и водное хозяйство. – 1991. – № 7. – С. 46-48.

**УДК 004.896**

**Голованов Д.С.**

студент кафедри економіки та маркетингу

**Клименко Т.А.**

ст. викладач кафедри економіки та маркетингу

*Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського*

*«Харківський авіаційний інститут»*

*м. Харків, Україна*

## **ВПЛИВ INDUSTRY 4.0 НА РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОСТІ**

В останні роки промисловий сектор під впливом цифрових технологій відчують глибокі трансформації, що привело до появи таких понять

як Industry 4.0 або Smart Manufacturing. Індустрія 4.0 є результатом четвертої промислової революції. Це процес, який приведе до повністю автоматизованого і взаємопов'язаного промислового виробництва. Загальні передумови для виникнення Індустрії 4.0 пов'язані з тим, що практично всі промислово розвинені країни розуміють цю концепцію й успішно впроваджують чотири її головні компоненти: кіберфізичні системи (*Cyber-Physical Systems*); Інтернет речей (*Internet of Things*); Інтернет послуг (*Internet of Services*); розумне підприємство (*Smart Factory*). Нові цифрові технології (за даними звіту консалтингової компанії McKinsey [1]) розвиваються в контексті чотирьох принципів розробки:

1) використання більш значних обчислювальних потужностей і можливостей підключення, Big Data, Інтернет речей (IoT), міжмашинних і хмарних обчислень для централізації та зберігання інформації;

2) аналітика даних у короткі проміжки часу (на сьогодні тільки 1 % зібраних даних використовується компаніями); застосування нових методів та інструментів для аналізу й візуалізації даних, моделювання й прогнозування, ефективне використання інформації для підтримки швидких рішень;

3) взаємодія людини та машини (все частіше зустрічаються «сенсорні» інтерфейси – Advanced HMI та доповнена реальність);

4) зберігання та використання енергії цільовим чином, раціоналізуючи витрати й оптимізуючи продуктивність через сектор економіки, який займається переходом від цифрового до «реального», та який включає адитивне виробництво, 3D-друк, робототехніку, зв'язок, міжмашинну взаємодію та нові технології.

Сьогодні потрібна інтеграція процесів і процедур, що приведе компанії до нових диверсифікованих і складних моделей виробництва і розвитку бізнесу. Такі експерти, як Boston Consulting та McKinsey, говорячи про *Smart Fabric*, пропонують розбити технологічні кластери на три рівні [1]: *smart production* (розумне виробництво) – нові технології виробництва створюють взаємодії між усіма активами, пов'язаними з виробництвом, сприяючи співпраці між людьми, машинами та системами; *smart services* (розумні послуги) – управління IT та технічною інфраструктурою нового покоління допомагає керувати системами й контролювати їх, використовуючи логіку максимальної інтеграції всіх учасників ланцюжка поставок, включаючи клієнтів; *smart energy* (розумна енергетика) – нові енергосистеми та сучасний моніторинг енергоспоживання роблять інфраструктуру більш ефективною, дешевою та екологічною.

Фактично, технологічні інновації покращують і роблять виробничі процеси більш ефективними, з одного боку, а процеси управління – з іншого. За німецькою моделлю «Industry 4.0» поділяють на 9 технологічних кластерів: чотири є більш пов'язаними з управлінням виробництвом (*Smart Production*) і п'ять – з управлінням інформаційної та сервісної інфраструктурою (*Smart Governance*). Аналітики та експерти в області

сучасних ІТ-технологій наголошують на тому, що інтелектуальне виробництво не означає прийняття тієї чи іншої інноваційної технології в ізоляції, а є загальним механізмом, за допомогою якого інтеграція ресурсів створює додаткову цінність, знижуючи неефективність, розширюючи знання та покращуючи здатність планувати і реагувати [2]. При цьому визначають три області, в яких цифрові технології змінюють моделі та підходи в області інтелектуального виробництва:

– *smart lifecycle management* (інтелектуальний життєвий цикл). Включає весь процес розробки кожного нового продукту та управління всіма його життєвими стадіями, з яких 51 % – управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), 36 % – управління взаємовідносинами з постачальниками (SRM) і 13 % – управління життєвим циклом продукту (PLM);

– *smart supply chain* (інтелектуальний ланцюжок поставок). Включає планування фізичних і фінансових потоків в логістиці виробничої системи, що розповсюджується на весь ланцюжок поставок, з яких 27 % – планування виробництва, 20 % – планування транспортування та розподілу, 25 % – планування запасів; 28 % – планування продажів та попиту;

– *smart factory* (розумне підприємство). Охоплює всі рівні управління, пов'язані з інфраструктурою та послугами: виробництво, внутрішню й зовнішню логістику, технічне обслуговування, якість, безпеку й відповідність нормативним вимогам, з яких 38 % – транспорт і внутрішня логістика, 21 % – виробництво, 22 % – обслуговування, 19 % – система забезпечення якості.

Завдяки технологічному поєднанню автоматизації, інформації, зв'язку та програмування, які приводять до зміни технологічних і культурних парадигм, залучаючи виробничу систему в усіх її формах, вводять нові концепції розвитку й обслуговування, цифрова трансформація все більше асоціюється із зрушеннями у виробництві та всіх сферах життя. Залучених рішень багато, їх втілення має бути гармонійним і скоординованим, вимагати різноманітних навичок, широкого й далекоглядного бачення.

#### Література:

1. New York (NY): McKinsey & Company. URL: <http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/the-internet-of-things-sizing-up-the-opportunity/> (09.08.2019).

2. Freitag M., Wiesner St. Smart Service Lifecycle Management: A Framework and Use Case. *Advances in Production Management Systems. Smart Manufacturing for Industry 4.0*. PP. 97-104. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-99707-0\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-99707-0_13) (19.08.2019).

**Ларченко О.В.**

доцент кафедри прикладної математики  
та економічної кібернетики

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **BIG DATA: ІННОВАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АГРОБІЗНЕСУ**

Останніми роками вітчизняний агробізнес досить швидко освоює сучасні ІТ-рішення у сфері інформаційних технологій та «Інтернету речей», які вже добре себе зарекомендували в багатьох країнах світу. Однак внаслідок цього аграрій отримує гігабайти різноманітних даних, що, як правило, фізично складно опрацювати та проаналізувати. Насправді ця інформація є цінним економічним ресурсом, який може приносити дохід за умов правильного її використання.

Інформація – не менш важливий ресурс в агробізнесі. Інноваційний потенціал можливостей суттєвого підвищення прибутковості ведення агробізнесу на основі широкого застосування інформаційних технологій big data залишається ще маловідомим у середовищі вітчизняних аграріїв, тоді як у багатьох країнах світу цей напрям останніми роками отримав значний розвиток.

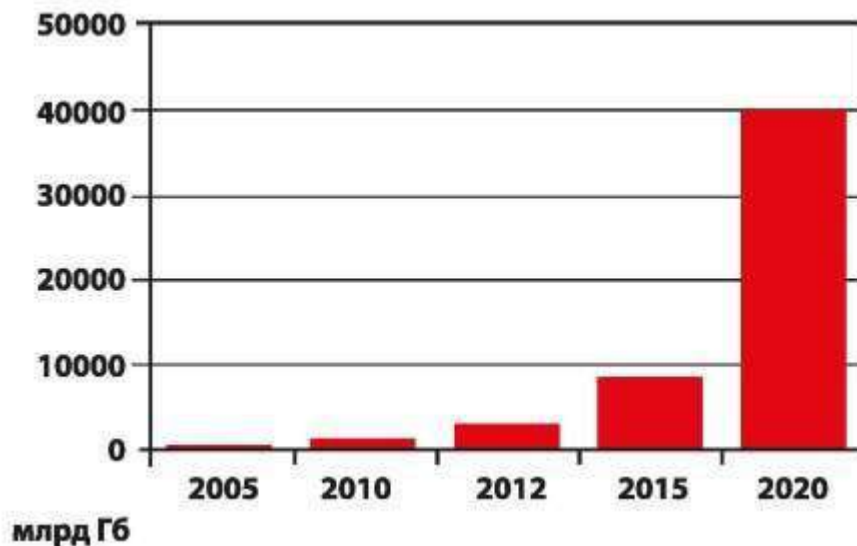
Насамперед термін big data дослівно в перекладі з англійської означає великі дані, великі обсяги інформації, великі масиви даних. Цей напрям набув значного поширення останніми роками із розвитком цифрових технологій, і загалом відображає головну проблему людства – невпинне всепоглинальне зростання потоків різноманітної інформації в усіх сферах діяльності нашої цивілізації. Не винятком з цього тренду є і сільське господарство.

Традиційно найбільш важливими ресурсами в аграрному виробництві вважалися земля, трудові ресурси і капітал в основних засобах, будівлях та спорудах, а також інтелектуальна власність на сорти рослин та породи сільськогосподарських тварин. Як і в минулі десятиліття, сьогодні ці ресурси зберігають свою цінність та залишаються вагомими факторами виробництва у сільському господарстві. Проте зі стрімким розвитком і поширенням цифрових технологій значно зросла економічна цінність такого важливого ресурсу, як інформації, що нині стає одним із ключових факторів конкурентоспроможного виробництва аграрної продукції.

При цьому питання стоїть не лише в ринковій кон'юнктурі, де можливість, наприклад, передбачити сприятливу ціну реалізації сільськогосподарської продукції або ж вчасно зреагувати на її зміну

гарантує не менший зиск, аніж від застосування будь-яких інноваційних агротехнологій.

Обсяг інформації, що постійно зростає, з Інтернету, соціальних мереж, із різних джерел обладнання, датчиків, сенсорів призвів до революції у зберіганні даних та їх аналізу, що є, безумовно, важливим резервом підвищення конкурентоспроможності бізнесу. За даними аналітиків компанії IDC, до 2020 р. загальний обсяг цифрових даних сягне 40000 млрд. Гб, що зумовить потребу в їх аналізі та опрацюванні (рис. 1).



**Рис. 1. Загальний обсяг цифрових даних у світі**

Інформація сама по собі в загальноприйнятому розумінні є лише сукупністю певних відомостей про матеріальний або ж нематеріальний об'єкт, процес чи дію, яка в звичайному випадку не несе прямо чи опосередковано будь-якої вигоди. Лише за умов її структурування і трансформації у зручну для сприйняття форму вона стає корисною. У сільському господарстві, наприклад, інформація про реалізаційні ціни на окремі види продукції відображає просту статистику. Водночас, ця інформація, відповідним чином структурована і подана у формі аналітичного порівняння цін від різних джерел, дозволяє аграрію зробити правильний вибір, який забезпечить вищу дохідність від збуту продукції порівняно з тим, коли б він реалізував її у звичний спосіб без урахування ринкової кон'юнктури.

Це, звичайно, досить простий приклад, який не може повністю розкрити усю багатоманітність тих можливостей, що відкриває для сільського господарства застосування інноваційних технологій big data. Нині в аграрному виробництві багато вітчизняних компаній отримують гігабайти різноманітних даних із систем GPS навігації, сенсорних датчиків і приладів, систем контролю технологічних процесів. До цього додається також значний масив бухгалтерсько-економічної інформації, який одержують, як правило, з різних програмних продуктів, що не завжди інтегровані між

собою у зручний спосіб для її систематизації та консолідації. При цьому досить значні обсяги інформації через обмежені часові рамки та безпосередньо відсутність ефективних алгоритмів її структурування так і не використовуються із максимальною користю у потрібний час для прийняття аграрієм ефективних управлінських рішень.

### **Література:**

1. <http://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/8396-big-data-innovatsiini-mozhlyvosti-pidvyshchennia-prybutkovosti-ahrobiznesu.html>
2. Press G. A Very Short History Of Big Data / Gil Press // Forbes. – 2018: <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2013/05/09/a-very-short-history-of-big-data/#125fecab65a1>
3. Big Data and the History of Information Storage: <http://www.winshuttle.com/big-data-timeline>
4. Великі дані /Вікіпедія.– 2014.:[https://uk.wikipedia.org/wiki/ %D0 %](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%)

**УДК 65.012.34**

**Ларченко О.В.**

к.с.-г.н., доцент кафедри прикладної математики  
та економічної кібернетики

**Кириченко Н.В**

к.е.н, доцент кафедри менеджмента  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ В ЛОГІСТИЦІ**

Як відомо формування інтерактивного соціального середовища є найважливішим фактором сучасного розвитку будь-якої сфери людської діяльності, запорукою успіху учасників відтворювального процесу, набуття конкурентних переваг та значних результатів функціонування.

Використання вільного доступу до всесвітнього інтернетконтенту на базі спільних стандартів, ресурсів, узгоджень та технологій дозволяє ефективно використовувати інноваційні нововведення в різних галузях економіки, зокрема в логістиці. Саме в цій сфері особливого значення набувають гнучкість, інтеграція, індивідуальна траєкторія, мобільність в прийнятті рішень при здійсненні логістичних бізнес-процесів.

Нещодавно були проведені дослідження впливу нових технологій на бізнес та ланцюги поставок компаній, які презентували нереалістичні прогнози фантастичного розвитку ключових показників діяльності, але сьогодні ці прогнози почали збуватися. Висновки звучали так:



«Технологізація» торкнеться всіх індустрій без виключення та розвиватися зможуть лише ті компанії, які будуть максимально швидко впроваджувати нові технології.

Крім того, мова йшла про те, що компаніям буде важче маскувати погану якість або високі ціни, так як технології відкриють доступ до інформації для всіх споживачів у будь-якій точці земної кулі та зроблять всі процеси більш прозорими й зрозумілими. Ті, хто скористується цим почнуть створювати бізнес на основі Big Data. Серед 64 % найкрупніших гравців ритейла та логістики вважають найефективнішим методом підвищення рентабельності бізнесу впровадження смарт-технологій в управлінні логістикою.

Діяльність глобальних компаній супроводжується постійним впровадженням новітніх смарт-технологій в управлінні логістикою. Компанія «Амазон» використовує мобільні повітряні дрони для доставки товарів покупцям та запатентувала будівництво док-станцій 104 для дронів на ліхтарях й просуває можливість доставки безпілотними повітряними апаратами в інших країнах. На складах компанії працює більше тридцяти тисяч роботизованих систем – навантажувачів, які повністю автоматизували процес зберігання, комплектування та упакування. Для ефективного розподілу товарів підприємство використовує близько 90 крупних центрів. За допомогою роботів інтернет-гігант скоротив операційні витрати на 20 % або в грошовому еквіваленті – 22 млн.дол. на кожний склад. Крім того, розпочато функціонування програми фулфілмента.

Відбувається також процес поглинання компаній, які спеціалізуються на автоматизації управління ланцюгами поставок та складу – успішних інтеграторів мобільних й стаціонарних роботизованих рішень та систем для виробництва, складування, обробки матеріалів й автоматизованого зберігання та пошуку.

Активно розвивається бізнес-напрямок сенсорної логістики, який представляє собою послуги контролю за ланцюгом поставок в реальному часі – не тільки від точки відправлення до точки призначення, а й в режимі постійного відстеження руху вантажів, зі спостереженням за станом упакування чи правильності температурного режиму.

Компанія «DHL», наприклад, оснащує контейнери пристроєм старт-сенсор, яке використовує найвисокочастотні RFID-мітки та вбудовані температурні датчики. Це дозволить клієнтам компанії відстежувати температурні режими та отримувати попереджувальні сигнали у випадку їх порушення. Виробники автомобілів та транспортні оператори інвестують значні кошти в підключення транспортних засобів до інтернету, що свідчить про нову епоху в сфері управління трафіком й моніторингу транспорту.

Партнерство крупних компаній відбивається у створенні онлайн-платформ для перевізників, вартість яких перевищує десятки мільйонів дол. Ці платформи дозволяють автоматизувати управління транспортом,

складом, електронним документообігом, моментально розраховувати тарифи доставки, отримувати замовлення, агрегувати операції служби доставки.

Розробка та впровадження 3D-друку впроваджується у виробництво різних предметів – запчастин, функціональних прототипів, використовуваного реквізиту, архітектурних моделей, крепежів для камер, освітлювальних приладів та кабелів.

Сьогодні вже існує можливість здійснювати контракти купівлі продажу та доставку взагалі без участі людини завдяки технології Blockchain и IoT&smart contracts. Система синхронізується, зберігає та шифрує останні дані за контрактом так, що всі сторони отримують оновлені дані про виконання послідовних операцій. Лише при виконанні певних умов запускаються нові стадії, переміщення відстежується по GPS. Зміна моменту переходу володіння товаром відбувається автоматично при оновленні стану електронного контракту. Платіж проходить з використанням блокчейн-системи, а відмова від паперових документів та ручних процесів до електронного трекінгу зменшує ризики помилок, а також скорочує до мінімуму ті процеси, які раніше займали дні.

Індустрія логістики кардинально змінюється та за аналізом інновацій та трендів існує шість ключових технологій, які трансформують сучасну економіку в найближчому часі: глобальні бази даних про перешкоди та ризики; сенсорні технології; доповнена реальність; 3D-друк для нішевих ринків; роботи; дрони.

Таким чином, сучасні умови економічного розвитку надто мінливі завдяки інноваційним стартап-технологіям в усіх сферах діяльності людини, ключовими факторами сектора логістики залишається доступність транспортування та розташування складів, використання електронної комерції, а також впровадження вищезазначених систем управління ланцюгами поставок споживчої цінності.

### **Література:**

1. Кальченко А.Г., Кривещенко В.В. Логістика: навч. Посібник. 2-ге вид. – К.: КНЕУ. 2008. 472 с.
2. Крикавський Є. Логістичне управління: підручник. Львів: Національний університет «Львівська політехніка». 2015. 684 с.
3. Тридід О.М., Таньков К.М. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Х.: ВД «Інжек». 2015. 224 с.
4. Управління логістикою: розробка стратегій логістичних операцій: пер. з англ.; за наук. ред. О.Є. Міхейцева. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс. 2017. 368 с.

**Лобода О.М.**

к.т.н., доцент кафедри прикладної математики  
та економічної кібернетики

**Кириченко Н.В.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій  
*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*  
м. Херсон, Україна

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ АГРОБІЗНЕСОМ ЗАСОБАМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ**

При вирішенні будь-якої задачі управління здійснюється обробка інформації на рівні спеціаліста з можливим залученням засобів комп'ютерної обробки. Тепер, коли нагромаджено досвід в організації технологій переробки інформації, відбувається перехід до створення інформаційних технологій з використанням штучного інтелекту. Вважається, що основні напрями в галузі створення інформаційних технологій і штучного інтелекту пов'язані з винайденням ефективних систем подання знань і організацією процесу комунікації користувачів з ПК, а також з плануванням доцільної діяльності та формуванням глобальної структури нормативної поведінки [1].

Від розв'язування перших найпростіших задач дослідники поступово перейшли до більш складних моделей: прискорення типових обчислень як продукт їхньої первісної діяльності перестало задовольняти вимогам суспільства. Власне кажучи, звідси і бере свій початок історія добре відомих сьогодні систем автоматизації.

Спочатку системи штучного інтелекту (СШІ) були доступні і розроблялися тільки для вузького кола людей науки, зацікавлених у побудові й обчисленні спеціалізованих математичних моделей [2]. Основна задача полягала в тому, щоб ефективно управляти інформаційними потоками, що надходять для одержання знань з інформації.

Яскравим прикладом штучного інтелекту є автоматизована система керування інформаційними потоками PressOnline, яку розробила компанія «Відкриті Комунікації». Крім керування вхідними інформаційними потоками дана система здатна також добувати і структурувати великі обсяги інформації, що надійшла, за допомогою різних методів. В побудові систем штучного інтелекту – експертна система (ЕС).

Експертна система – система штучного інтелекту, яка у деякій вузько спеціалізованій предметній галузі виявляє ступінь пізнання на рівні людини-експерта. Це прикладне програмне забезпечення для порівняно невеликої групи користувачів (компанії, фірми), що базується на системі підтримки прийняття рішень. Саме цей вид систем штучного інтелекту, на

думку професіоналів, на сьогоднішній день має досить великий потенціал для застосування в наших українських умовах, через свою чітку орієнтацію на визначену предметну область – бізнес. Взагалі, система підтримки прийняття рішень здатна генерувати висновки, які може робити людина-експерт високої кваліфікації. Головна відмінність експертної системи від універсальної системи підтримки прийняття рішень – її вузька спеціалізація, тобто здатність розбиратися тільки у визначеному секторі тематичних знань. Експертні знання в експертній системі і складають окрему базу знань, що, зокрема, може бути отримана на підставі досвіду реальних людей-експертів, котрі вміють ефективно вирішувати задачі у своїй предметній галузі.

До експертних систем пред'являються досить жорсткі вимоги – адже, дозволивши комп'ютеру самостійно приймати рішення, людина, тим самим, збільшує ступінь відповідальності машини і, отже, ризик надходження неправильних порад. Широкому використанню експертної системи заважають кілька помилкових думок. Зокрема вважається, що експертна система знає і вміє робити набагато менше, ніж окремо взята людина-експерт або, принаймні, стільки ж, але це обходиться набагато дорожче. З огляду на досвід використання наявних на ринку систем, що поєднують у собі знання не одного, а багатьох експертів, а також наявність експертних систем, які здатні самонавчатися, у галузях, де експертів дуже мало або взагалі немає, можна з упевненістю сказати, що це далеко не так. Другим вагомим чинником можна назвати переконання більшості в тому, що експертні системи ніколи не замінить людина-професіонал.

Системи штучного інтелекту з'явилися і швидко розвиваються завдяки глобальній світовій тенденції розширення професійної спеціалізації, що торкнулася значної частини суспільства. Багаж знань, необхідних фахівцеві для повсякденної роботи, практично неможливо поповнювати й утримувати в пам'яті. Ритм сучасного життя змушує людину не тільки постійно звертатися до довідкової інформації, але і до баз накопичених знань.

Саме тому швидкість доступу до інформації сьогодні є визначальним чинником для її ефективного подальшого використання – навіть більш важливим, ніж інформаційна повнота або вірогідність отриманих відомостей. У цілому, на думку фахівців у галузі керування знаннями, усе це базується на платформі штучного інтелекту.

Прямим розвитком штучного інтелекту має бути розумне керування мозком у майбутньому, а також використання законів його діяльності для конструювання різноманітних механізмів, що складають основу технічного прогресу в нашу епоху.

### **Література:**

1. Ефективність штучного інтелекту в Україні [Електронний ресурс].– Режим доступу: [http://e-works.com.ua/work/6370\\_Shtychnii\\_intelekt.html](http://e-works.com.ua/work/6370_Shtychnii_intelekt.html)

2. Перші дослідження в галузі штучного інтелекту [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://opticstoday.com/katalog-statej/stati-na-ukrainskom/shtuchnijintelekt/doslidzhennya-v-oblasti-shtuchnogo-intelektu.html>.

**УДК 378**

**Макухіна С. В.**

викладач кафедри іноземних мов

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

## **ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИМ МОВАМ ЗАСОБАМИ ІФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Сучасну модель навчання складно уявити без впровадження новітніх технологій навчання іноземної мови. Слід відзначити, що використання інформаційних технологій при вивченні іноземної мови професійного спрямування відкриває доступ до нових джерел інформації, підвищує мотивацію слухачів до отримання та обробки професійної інформації іноземною мовою, активізує виконання студентами самостійної роботи, дає нові можливості для надбання та закріплення професійних навичок. Інформаційні технології навчання іноземних мов базуються на особистісно-діяльнісному підході та включають: використання інтерактивних методів навчання, серед яких неситуативні (діалог) та ситуативні (ігрові – імітаційні та неімітаційні, неігрові інтерактивні методи – аналіз ситуацій, аукціон ідей тощо); органічне поєднання у навчальному процесі різних засобів навчання (на електронних і паперових носіях інформації) та інноваційних (дистанційних) і традиційних форм навчання за принципами доцільності їхнього впровадження та взаємного доповнення.

Використання комп'ютера у процесі вивчення іноземної мови сприяє виконанню наступних завдань.

1. Зацікавлення іноземною мовою. Під час роботи з навчальною програмою діє методичний прийом «перенесення» студентів в іншомовну ситуацію, наближену до реального життя. Також у студентів виникає крім цього інтерес до роботи з комп'ютером, зокрема до різноманітних комп'ютерних програм.

2. Унаочнення навчального матеріалу. За допомогою навчальних програм можна поєднати чуттєві, слухові та зорові компоненти впливу на сприйняття тексту студентами.

3. Розширення знань студентів з певної навчальної теми. Так, відповідні CD-диски надають безліч цікавої та корисної ілюстрованої інформації за

темами, які у звичайних підручниках, як правило, недостатньо цікаво подані.

Комп'ютеризація навчального процесу спонукає до перегляду традиційних форм і методів викладання іноземної мови, виникнення таких нових форм проведення уроків, як «метод проектів». По-перше, ця інтегрована форма навчання ефективна для розвитку навичок дослідницької діяльності, адже методом проектів учні розв'язують проблеми, що ґрунтуються на міжпредметних зв'язках. Це заохочує учнів працювати в колективі, оскільки зазвичай обсяг роботи, який необхідно виконати, дуже великий, що й потребує кооперації. Існує два види проектів: WWW-проекти і E-mail-проекти. WWW проекти розраховані на те, що студенти отримують завдання, для виконання якого їм необхідно знайти інформацію в Інтернеті і представити потім результати свого пошуку. Викладач повинен підготувати проведення проекту: сформувати групи, визначити тему та часові рамки проекту, знайти необхідні адреси тощо. Таким чином, відбувається активне впровадження проблемно-пошукового підходу, студенти вчаться працювати електронними джерелами на іноземній мові, аналізувати та реферувати відібраний матеріал.

Комп'ютерні навчальні програми з вивчення іноземної мови професійного спрямування надають можливість використання програмного продукту різного ступеню складності, в залежності від особистого рівня знань студента, задовольняють вимоги комунікативного підходу, дозволяють ознайомитися зі словом як лексичною одиницею, із значенням слова, з лексичними шарами мови. Найбільш оптимально їх використовувати для стимулювання засвоєння іншомовних лексичних одиниць, демонстрації мовного зразка у вигляді діалогу, монологу чи цілісного комунікативного сюжету, аудіовізуальної ілюстрації змісту мовних зразків, створення фахової тематичної наочності.

Програма Power Point для підготовки презентацій забезпечує введення теоретичних мовних основ та здійснення професійної комунікації. Вона дозволяє створювати системи мультимедійних презентацій із використанням текстової інформації, графічних об'єктів, анімації, аудіо- та відеоматеріалів. Використання PowerPoint презентації на заняттях з іноземної мови спеціального вжитку сприяє створенню проблемних фахових ситуацій на заняттях, більш ефективному засвоєнню лексичних одиниць, набуттю вмінь монологічного та діалогічного мовлення, відпрацюванню граматичних навичок.

Формування професійної іншомовної комунікативної компетенції засобами інформаційних технологій здійснюється в мультимедійному середовищі через модель використання в інтерактивному режимі роботи віртуальних середовищ (віртуальні проекти, ігри); модель організації власної інформації (її відбір, верифікація, оцінка); модель творчості (створення презентацій, анімацій, кліпів, електронних газет); модель спілкування (конференції, форуми). Використання мультимедійних засобів

у навчанні іноземної мови спеціального призначення дозволяє моделювати будь-яку мовну ситуацію, в якій закріплюються фахова лексика і мовні звороти, та інтегрувати професійні аспекти до процесу навчання.

Отже, упровадження інноваційних комп'ютерних засобів у процес навчання іноземної мови професійного спрямування активізує використання мережі Інтернет з її потужними ресурсами та допоможе зробити процес навчання більш ефективним та різноманітним.

### **Література:**

1. Василь Кремень. Інформаційно-комунікаційні технології в освіті і формування інформаційного суспільства. // Інформатика та інформаційні технології в навчальних закладах, 2006. – № 6 – С. 4.

2. Левина Г. М. Обучение иностранцев русскому инженерному дискурсу как одной из составляющих профессионального образования в российских технических вузах: дис. докт. пед. наук: 13.00.02 / Левина Галина Михайловна. – М, 2004. – 369 с.

**УДК 004.738.5:005**

**Мухіна А.В., Горбенко А.А.**

здобувачі вищої освіти 3 та 4 курсу  
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Кузьома В.В.**

к.е.н., доцент

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

## **СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ АНАЛОГИ В УКРАЇНІ**

Цифрові технології відкривають унікальні можливості для розвитку економіки та підвищення якості життя громадян в цілому. Важливо зауважити, що фундаментом цифрової економіки є інноваційні технології, які продукуються, перш за все, електронною промисловістю. Якщо на початку двадцятого століття головними очільниками світової економіки були підприємства нафтовидобувної, металургійної, машинобудівної галузей, то на сьогодні найбільшими гравцями світового ринку є компанії представники цифрової економіки. Так, найбільші компанії володіють надзвичайною ринковою силою. Зокрема «Apple», «Google», «Microsoft», «Amazon» та інші входять до переліку найдорожчих компаній світу за показниками ринкової капіталізації [4]. Сучасність стає дедалі ближчою до уявного світу письменників-фантастів. Із переходом у цифрову еру та появою онлайн-сервісів автоматизація не лише спрощує процес

індустріального виробництва, замінюючи машинами людську працю. Завдяки використанню цифрових технологій операції в процесі виробництва можна виконувати швидше та продуктивніше.

Рутинна механічна робота вже не потребує залучення людської праці, а мережа Інтернет відкриває глобальний доступ до інформації та механізмів прямої участі в ухваленні рішень [1]. Останніми роками вітчизняний агробізнес досить швидко освоює сучасні ІТ-рішення у сфері інформаційних технологій, які вже добре себе зарекомендували в багатьох країнах світу [2]. Сільське господарство України, незважаючи на нестабільність інноваційної активності, намагається інтегрувати передові науково-технічні розробки і адаптувати їх у власне виробництво. Свідченням цього є новітні технології рослинництва, тваринництва та енергозберігаючі системи землеробства. Відбувається «цифровий перехід» від свого роду «аналогових» систем та процесів індустріальної економіки та інформаційного суспільства до «цифрової» економіки та «цифрового» суспільства. Така трансформація приводить до появи нових, унікальних систем і процесів, що складають їх нову ціннісну сутність.

До цифрових трансформацій схильні більшість звичних для громадян видів діяльності. Трансформації в промисловості відбуваються згідно з концепцією «Індустрія 4.0.» та появи кібер-виробництв, кібер-систем та кібер-машин. Напрямок big data набув значного поширення останніми роками із розвитком цифрових технологій, і загалом відображає головну проблему людства – невпинне все поглинальне зростання потоків різноманітної інформації в усіх сферах діяльності нашої цивілізації. Не винятком з цього тренду є і сільське господарство. Традиційно найбільш важливими ресурсами в аграрному виробництві вважалися земля, трудові ресурси і капітал в основних засобах, будівлях та спорудах, а також інтелектуальна власність на сорти рослин та породи сільськогосподарських тварин. Як і в минулі десятиліття, сьогодні ці ресурси зберігають свою цінність та залишаються вагомими факторами виробництва у сільському господарстві.

Нині потенціал аграрної галузі здатний задовольнити потреби держави у селекційному матеріалі, адже селекцією сільськогосподарських культур в Україні займаються близько 100 наукових установ, які проводять селекційну роботу з понад 300-ми видами рослин, незважаючи на постійний відтік кадрів за кордон та недостатнє фінансування. Тенденція розвитку землеробства на сучасному етапі передбачає створення умов для стабільного управління станом ґрунтів, включаючи гідрологічні, термічні, біологічні режими. Визначальна роль у розв'язанні цього питання належить зрошенню та осушенню земель, широке застосування яких істотно знижує залежність сільськогосподарського виробництва від умов природного вологозабезпечення. Зважаючи на значну територію агросфери і необхідність отримання оперативної інформації про стан агресурсів, раціональне використання природно-ресурсного потенціалу, прогнозування урожайності, виникнення кризових явищ, широкого впровадження



сучасних систем землекористування та інформаційних агротехнологій, реалізація досягнень космічної галузі стає найбільш доцільною умовою для інтенсифікації сільськогосподарського виробництва.

Отже, для забезпечення стабільного розвитку сільського господарства, зміцнення економічної та технологічної безпеки галузі необхідне впровадження новітніх прогресивних технологій [3]. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) й автоматизація виробництва потенційно створюють можливості для покращення рівня життя людства. За рахунок інтенсивних технологій ведення вітчизняного сільськогосподарського виробництва можна досягти збільшення виробництва валової продукції, покращити її якість, скоротити витрати ресурсів, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності та прибутковості агровиробництва [1].

### **Література:**

1. Нові технології і глобальна нерівність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://catcut.net/2dgC>
2. BIG DATA: Інноваційні можливості підвищення прибутковості агробізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://catcut.net/6dgC>
3. Новітні технології у сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tiny.cc/n52fcz>
4. Цифрові технології як основа та рушійна сила розвитку сучасної глобальної економіки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://catcut.net/edgC>

**УДК 339.137:004(477)**

**Степаненко Н.В.**

доцент кафедри прикладної математики  
та економічної кібернетики

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
м. Херсон, Україна*

### **РІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Повноцінне функціонування сучасної економіки неможливе без активного використання цифрових технологій на всіх стадіях економічного циклу, що є прямим наслідком науково-технологічного процесу. Крім того, вважається що сучасна економіка на основі екосистеми споживачів, партнерів та розробників стане фундаментом нової технологічної

революції, що додатково підтверджує важливість дослідження цієї тематики; а динамічність розвитку сфери цифрових технологій породжує потребу у постійному моніторингу індикаторів інформатизації глобальної економіки [1, с. 130-134].

Україна – традиційно аграрна країна, і хоча для зміцнення вітчизняної економіки та стрімкого економічного зростання необхідно розвивати й інші галузі, недооцінювати важливість і перспективність ролі сільського господарства також не слід. Адже спеціалісти стверджують, що таких природних передумов для розвитку сільського господарства не має жодна інша держава в світі. Так, за розумного використання свого природного потенціалу, Україна спроможна “прогодувати” кількість населення, що в 5-7 разів перевищує власне. Родючий чорнозем та сприятливі кліматичні умови дозволяють Україні досягти результатів, які забезпечать конкурентоспроможність сільськогосподарського експорту нашої держави, значну частину якого могла б скласти саме плодоовочева складова. Не є можливим стверджувати, що дана галузь є однією з найважливіших в сільському господарстві України та її експорті, але від неї залежить його цілісність та загальна ефективність.

Отже, ріст плодоовочевої галузі, як складової інших галузей сільського господарства, сприяє економічному зростанні держави через скорочення (в оптимальному варіанті – мінімізації) плодоовочевого імпорту та максимізації прибутків від експорту цієї галузі та забезпечує необхідні умови для розв'язання багатьох соціальних проблем (головним чином – працевлаштування та поліпшення економічного становища селян). Але на сучасному етапі її розвитку говорити про будь-яку конкурентоспроможність цієї галузі не представляється можливим [4].

Головна мета даної роботи – на основі всебічного дослідження загальних та специфічних особливостей розвитку плодоовочевої галузі економіки України обґрунтувати пропозиції по вдосконаленню її розвитку, належній реорганізації галузі для підвищення її глобальної та регіональної конкурентоспроможності. Таким чином, складові мети роботи такі:

- виявити загальні проблеми галузі та провести критичний аналіз сучасного стану галузі;
- обґрунтувати основні напрямки вдосконалення галузі;
- зазначити необхідні ресурси та умови для реалізації вибраної стратегії реформування плодоовочевої галузі;
- використання цифрових технологій для підвищення конкурентоспроможності галузі.

За умови вирішення даної проблеми в плодоовочеву галузь піде інвестор як зовнішній, так і внутрішній, підуть і банки. Слід підкреслити, що на думку фахівців саме дана проблема гальмує приплив багатомільярдних інвестицій в українське сільське господарство. Тому в системі вирішення проблем інвестицій в плодоовочеву галузь вважаємо її пріоритетною [1, 3].

Підбиваючи підсумки, можна стверджувати, що проблеми розвитку плодоовочевої галузі в Україні є гострими та актуальними, а їх розв'язання стане реальним за умови наявності цілої низки взаємодоповнюючих заходів, розглянутих в рефераті. Важливою рисою цих заходів є їх багатовекторність для української економіки в цілому, адже їх позитивна дія спрямована не лише на розвиток сільського господарства та плодоовочевою галузі.

Отож, перспективи зміцнення конкурентоспроможності українських овочів та фруктів безперечно є, головне дотримуватися визначених шляхів її досягнення.

### **Література:**

1. Джулий Л.В., Емчук Л.В. Информационные системы и их роль в деятельности современных предприятий. Perspective economic and management issues Collection of scientific articles. Scientific journal «Economics and finance», «East West» Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 130–134.
2. Гладій М. Реформи на селі були неминучими. [www.minagro.kiev.ua](http://www.minagro.kiev.ua).
3. Єрмаков О., Рибаківа Е., Шумейко А. Формування ринку плодів в Україні. Економіка АПК. 2001. № 7.
4. [www.minagro.kiev.ua](http://www.minagro.kiev.ua)

**УДК 37.091.33**

**Шевченко В.М.**

завідувач відділом

*ДУ ХФ «Інститут охорони ґрунтів України»*

**Морозов О.В.**

д.с.-г. н., професор кафедри науки про Землю

**Керімов А.Н.**

к.с.-г.н., доцент кафедри рослинництва

*ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»*

*м. Херсон, Україна*

### **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОНІТОРИНГУ ҐРУНТІВ**

Розвиток будь-якої галузі базується на ефективному використанні основних виробничих фондів. У сільському господарстві це земельні ресурси насамперед ґрунти і їх родючість. Збереження родючості земель та підвищення їх якості є одна із актуальних проблем і тому постає питання аналізу ефективності систем землеробства через родючість ґрунту [1, 3].

Обстеження земель сільськогосподарського призначення – це перша і найважливіша ланка моніторингу ґрунтів, головним завданням якої є масовий відбір ґрунтових проб з метою кількісного визначення показників родючості ґрунтів і рівнів забруднення важкими металами, радіонуклідами та залишковими кількостями пестицидів із подальшим виготовленням на замовлення землекористувачів та землевласників агрохімічних картограм, еколого-агрохімічних паспортів полів або земельних ділянок і розробленням на цій основі конкретних науково обґрунтованих рекомендацій щодо ефективного, еколого безпечного застосування мінеральних та органічних добрив, мікродобрив, хімічних меліорантів, мікробіологічних препаратів, регуляторів росту рослин, застосування сидеральних культур.

Агрохімічній паспортизації підлягають земельні ділянки усіх форм власності розташовані в межах державного кордону України. Агрохімічна паспортизація орних земель проводиться через кожні 5 років, сіножатей, пасовищ та багаторічних насаджень (сади, ягідники, хмільники, виноградники) – через 10 років [2]. Відповідно до Закону України «Про державний контроль за використанням та охороною земель» агрохімічну паспортизацію проводить спеціально уповноважений орган виконавчої влади з питань аграрної політики, який делегував цю функцію Державній установі «Інститут охорони ґрунтів України» (Наказ Мінагрополітики від 20.03.2013 № 198). В межах Херсонської області ці повноваження реалізує Херсонська філія ДУ «Держґрунтохорона».

Починаючи з 2011 року за результатами агрохімічного моніторингу земель сільськогосподарського призначення створена електронна база даних агрохімічних паспортів, яка включає в себе 319 таблиць у форматі MicrosoftExcel та 308 карт землеустрою у форматі MapInfo. З 2005 року аналіз даних агрохімічних обстежень та обробка агрохімічних паспортів ведеться автоматизовано в електронному вигляді.

Автоматизована база даних результатів агрохімічного моніторингу дозволяє оперативно отримувати наступні вихідні форми:

а) середньозважені показники вмісту елемента живлення та показники забруднення важкими металами, радіонуклідами в ґрунтах, ділянках, полях, сівозмінах та господарству;

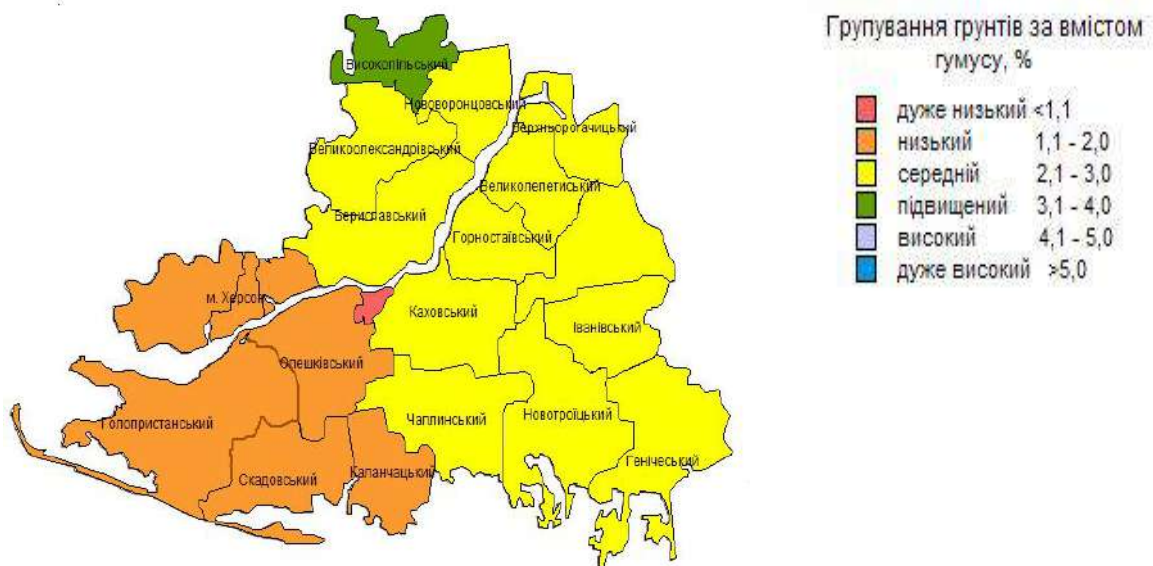
б) агрохімічна характеристика ґрунтів в розрізі ґрунтових відмін, ділянок, полів, сівозмін з розподілом площ по групах забезпеченості;

в) зведені дані агрохімічної характеристики ґрунтів по сівозмінах, угіддях та по господарству в цілому;

г) порівняльна агрохімічна характеристика основних елементів за турами обстеження.

Автоматизована обробка інформації підвищує продуктивність праці при узагальненні результатів моніторингу, значно покращує їх достовірність, оптимізує оперативність аналізу змін агрохімічного стану ґрунтів. Комп'ютерна обробка результатів агрохімічних досліджень дозволяє

проводити групування різних критеріїв та характеристик ґрунтів в розрізі районів, області, дозволяє відстежувати зміни показників родючості за типами ґрунтів окремих районів, області та у часовому форматі (рис. 1).



**Рис. 1. Картограма вмісту гумусу в ґрунтах Херсонської області (2011-2015 рр.)**

Протягом усього періоду досліджень одним із пріоритетних напрямів роботи установи є створенню бази картографічного матеріалу у растровому та векторному форматі. За допомогою елементів програми ГІС MapInfo за результатами агрохімічних обстежень створюються тематичні картограми реакції ґрунтового розчину, вмісту в ґрунтах гумусу, елементів живлення, токсикологічних та радіологічних вимірів. Запровадження цифрового картографічного матеріалу дозволяє оперативно представляти дані при проведенні суцільного агрохімічного моніторингу, надає можливість їх періодичного поновлення, забезпечує оперативність в роботі та дозволяє слідкувати за змінами в середовищі на великих площах з мінімальними витратами для планування і управління інформацією.

### Література:

1. Яцук І. П. Проблеми збереження ґрунтового покриву. Мат. між. наук. конф. «Охорона ґрунтів та підвищення їх родючості» (с. Янош, Закарпатська обл., 27-29 липня 2016 р.) // Охорона ґрунтів. – 2016. – С. 27-29.
2. Методика проведення агрохімічної паспортизації земель сільськогосподарського призначення: керівний нормат. документ / С. А. Яцук, С. А. Балюк. – К., 2013. – 103 с.
3. Наукові дослідження з моніторингу та обстеження сільськогосподарських угідь України за результатами туру (2011-2015 рр.) / І. П. Яцук, І. С. Брошак, М. О. Венглінський та ін. – К., 2017. – 46 с.

## НОТАТКИ

УДК 338.43:634/635:004(063)  
С91

Затверджено відповідно до рішення  
вченої ради Херсонського державного аграрного університету,  
протокол № 2 від 30.09.2019 р.

С91 **Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій** : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Херсон, 20-21 вересня 2019 р. / За заг ред д. е. н., професора О. В. Аверчева. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2019. – 336 с.

ISBN 978-966-916-918-1

Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій» присвячена 35-річчю Економічного факультету ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет» проводиться з метою обміну досвідом з комплексних проблемних питань щодо розробки та впровадження сучасних трендів та перспектив логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій. Основними тематичними напрямками, що розглянуто в рамках конференції є: логістика майбутнього: стратегія ефективності торгівлі аграрних підприємств; маркетинг і цифрові технології в плодоовочівництві; обліково-фінансове забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств в епоху цифрових технологій; удосконалення управління системою збутової діяльності у плодоовочівництві; публічне управління та адміністрування на сучасному етапі державотворення; еколого-технологічні дослідження виробничих процесів у плодоовочівництві; післязбиральна доробка плодоовочевої продукції як важіль підвищення економічної ефективності; новітні технології вітчизняних виробників в сфері цифрових технологій. Зміст матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, є точкою зору авторів не обов'язково відображає офіційну позицію Уряду Канади.

Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP) фінансується Міністерством міжнародних справ Канади, реалізується та співфінансується Менонітською Асоціацією Економічного Розвитку (MEDA). MEDA співпрацює з Ізраїльським агентством міжнародного співробітництва (MASHAV) та міжнародними сервісними компаніями з метою надання технічної підтримки.

УДК 338.43:634/635:004(063)

ISBN 978-966-916-918-1

© ХДАУ, 2019

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ

міжнародної науково-практичної конференції

**СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЛОГІСТИКИ,  
МАРКЕТИНГУ, ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА В ЕПОХУ  
ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

присвяченої 35-річчю економічного факультету

20-21 вересня 2019 року

Підписано до друку 01.10.2019 р. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.  
Ум.-друк. арк. 19,53. Тираж 150. Замовлення № 0919-198.  
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видання та друк – Видавничий дім «Гельветика»  
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105  
Телефон: +38 0552 399580  
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.