

ISSN 1993-0259 (Print)
ISSN 2219-4649 (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний
університет

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

За редакцією В. А. Дерія
Збірник засновано в 2007 році
Виходить чотири рази на рік

Том 17
№ 3

Тернопіль
2014

Збірник входить до переліку наукових фахових видань Вищої атестаційної комісії України
у галузі економічних наук

(постанова ВАК України № 1-05/4 від 14.10.2009 р.)

Збірник індексується в міжнародних каталогах та наукометричних базах

Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible, Open Academic Journals Index, CiteFactor

Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій
(голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного
університету "Економічна думка", 2014. – Том 17. – № 3. – 88 с. – ISSN 1993-0259. – ISSN 2219-4649.

Збірник наукових праць „Економічний аналіз” містить статті теоретичного та прикладного характеру з актуальних
проблем економіки, фінансів, обліку, аналізу й аудиту тощо.

Головний редактор

Дерій В. А., д. е. н., доц., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Заступник головного редактора

Ярошук О. В., к. е. н., доц., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Почесний головний редактор

Шкарабан С. І., д. е. н., проф., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Редакційна колегія:

Абуселідзе Г. Д., д. е. н., проф., Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)

Длугопольський О. В., д. е. н., доц., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Гуцал І. С., д. е. н., проф., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Задорожний З. -М. В., д. е. н., проф., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Крупка Я. Д., д. е. н., проф., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Крик Барбара, д. габ., проф., Щецинський університет (Республіка Польща)

Крисоватий А. І., д. е. н., проф., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Лазаришина І. Д., д. е. н., проф., Національний університет водного господарства та природокористування
(Україна)

Мартинюк В. П., д. е. н., доц., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Мних Є. В., д. е. н., проф., Київський національний торговельно-економічний університет (Україна)

Монастирський Г. Л., д. е. н., проф., Тернопільський національний економічний університет (Україна)

Панков Д. О., д. е. н., проф., Білоруський державний економічний університет (Республіка Білорусь)

Предеус Н. В., д. е. н., доц., Саратовський державний соціально-економічний університет
(Російська Федерація)

Рудницький В. С., д. е. н., проф., Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи
Національного банку України (Україна)

Сковронська Агнешка, д. габ., проф., Вроцлавський економічний університет (Республіка Польща)

Чая Станіслав, д. габ., проф., Вроцлавський економічний університет (Республіка Польща)

Літературний редактор

Руденко М. І., к. філол. н., доц.

Матеріали випуску друкуються мовою оригіналу.

Редакція не завжди поділяє думку автора. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв,
цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових ідей та матеріалів цього випуску посилання
на авторів і видання є обов'язковим. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

URL: <http://econa.org.ua/>

http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecan/index.html

<http://www.library.tneu.edu.ua/>

ISSN 1993-0259 (Print)

ISSN 2219-4649 (Online)

© Тернопільський національний економічний університет, 2014

© «Економічний аналіз», 2014

© Різник О. І., дизайн обкладинки, 2007-2014

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації

КВ № 19228-9028ПР від 13 липня 2012 р.

ЗМІСТ

Абрамик Михайло Іванович Тенденції формування та розвитку вітчизняного ринку кукурудзи в умовах зростання експорту галузі	4
Безп'ята І. В. Регіональні особливості інвестування аграрного сектору економіки	10
Бугаєнко Станіслав Анатолійович Обґрунтування необхідності спеціалізації маркетингової діяльності в харчовій галузі	15
Герман Людмила Тарасівна Багатовимірна бідність як детермінанта глобального економічного розвитку	20
Губін Владислав Валерійович Удосконалення інженерно-технічного обслуговування виробництва в сільськогосподарських підприємствах	28
Корнієцький Олександр Владиславович Логістична система розподілу продукції в умовах транспортно-логістичного комплексу	35
Кравчук Алла Олексіївна Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку суб'єктів агробізнесу в регіонах України	42
Купчак Володимир Романович Методичний підхід до формування комплексної довгострокової програми енергозбереження та підвищення енергоефективності	49
Лагодієнко В. В. Вплив інтенсифікації діяльності з інноваційною основою на розвиток аграрного виробництва	54
Лагодієнко Н. В. Особливості бухгалтерського і податкового обліку підготовки та проведення весняно-польових робіт	58
Орел В. М. Методологічні основи формування нормативів та методів управління виробництвом продукції свинарства	64
Скабаль Валентина Іванівна Індикатори та основні напрями розвитку галузей тваринництва регіонів України	70
Шаповалова І. О. Органи місцевого самоврядування та місцеві державні адміністрації: взаємодія і проблеми розмежування повноважень	76
Штучка Т. В. Значення маркетингової діяльності для підприємств агропродовольчого сектору	81

Михайло Іванович АБРАМИК

кандидат сільськогосподарських наук,
директор Прикарпатської державної сільськогосподарської дослідної станції,
Інститут сільського господарства Карпатського регіону НААН
E-mail: instapv@i.ua

ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ КУКУРУДЗИ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ ЕКСПОРТУ ГАЛУЗІ

Абрамик, М. І. Тенденції формування та розвитку вітчизняного ринку кукурудзи в умовах зростання експорту галузі [Текст] / Михайло Іванович Абрамик // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 4-9. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Мета. Метою статті є аналіз тенденцій формування та розвитку вітчизняного ринку кукурудзи в умовах зростання експорту галузі.

Методика дослідження. При написанні статті було використано наступні методи: бібліографічний - для опрацювання і вивчення наукових праць щодо питання функціонування ринку кукурудзи; метод системного аналізу - для вивчення виробництва кукурудзи провідними виробниками у світі, динаміки балансу вітчизняного ринку кукурудзи, а також географічної структури експорту кукурудзи з України.

Результати дослідження. У статті проаналізовано динаміку виробництва кукурудзи провідними виробниками у світі. Охарактеризовано динаміку балансу вітчизняного ринку зерна кукурудзи в Україні. Вивчено географічну структуру експорту зерна кукурудзи вітчизняними зернотрейдерами. Сформульовано передумови збільшення ефективності вітчизняного ринку кукурудзи, що дозволить вітчизняним зернотрейдерам одержувати відповідний рівень доходу.

Наукова новизна результатів дослідження полягає у обґрунтуванні принципів розвитку вітчизняного ринку зерна кукурудзи в умовах зростання експорту галузі.

Практична значущість результатів дослідження. Основні результати нашого дослідження є важливою передумовою для вирішення питань, пов'язаних із збільшенням ефективності функціонування ринку зерна кукурудзи в умовах зростання експорту галузі.

Ключові слова: провідні виробники зерна кукурудзи у світі; баланс вітчизняного ринку кукурудзи; географічна структура експорту.

Mykhaylo Ivanovych ABRAMYK

PhD in Agricultural Sciences,
Director,
Carpathian State Agricultural Experiment Station,
Institute of Agriculture Carpathian region NAAS
E-mail: instapv@i.ua

TENDENCIES OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC CORN MARKET UNDER THE FIELD EXPORT GROWTH

Abstract

Purpose. The aim of the article is to analyze the trends of formation and development of the domestic corn market in terms of industry export growth.

Research Methodology. The following methods have been used in the study: bibliographical method (for studying the scientific papers as for the functioning of corn market); system analysis method (for analysis of maize production by world leading manufacturers as well as the dynamics of balance of domestic corn market and geographical structure of corn export from Ukraine).

Research results. The article analyzes the dynamics of corn leading manufacturers in the world. We have

characterized the dynamics of balance of domestic corn market in Ukraine. It has been analyzed the geographical structure of export of domestic grain traders. The conditions of the increasing the efficiency of domestic corn market are formulated. It will allow domestic grain traders to receive appropriate income.

Scientific novelty of research. The principles of the development of the domestic corn market in terms of industry export growth are grounded.

The practical significance of the study. The main results of this study have become the important precondition for resolving the issues which are associated with the increase of the efficiency of corn market in terms of industry export growth.

Keywords: corn leading manufacturers; the balance of the domestic market of maize; geographical structure of exports.

JEL classification: H82, O21

Вступ

Зростання попиту на світовому ринку на зерно кукурудзи стало поштовхом для національних виробників до зростання виробництва цієї продукції в нашій державі. Свідченням цього факту є зростання за десятирічний період посівних площ під культурою майже вдвічі, а також відповідне зростання її експорту за межі країни.

Україна, займаючи провідні позиції з виробництва зерна пшениці, поступово набуває статусу не основної "житниці Європи", а провідного виробника та експортера кукурудзи у світі, підтвердженням чого є низка економічних показників щодо основних аспектів вирощування цієї культури. Пристосовуючись до кон'юнктури світового ринку, вітчизняні товаровиробники отримали 23 % експортної виручки від реалізації даної продукції в структурі усієї агропродовольчої продукції АПК України.

Мета та завдання статті

Питання щодо розвитку та функціонування вітчизняного ринку кукурудзи знайшли своє відображення в працях вчених-аграрників, які займалися дослідженням еволюції генезису виникнення кукурудзи у світі та в Україні, розробками та впровадженням науково-дослідних тематик селекційної роботи щодо створення нових сортів та гібридів цієї культури з метою збільшення її потенційної врожайності, а також питаннями щодо основних тенденцій вирощування кукурудзи. Все це стало об'єктом вивчення і значних наукових пошуків у працях А. Андрієнко та І. Семеняка [1], К. Бороденка [2], П. Васільева [3], В. Воейкова [4], Р. Горбатовського [5], Я. Грушки [6], В. Засядько [7], І. Кириленка, В. Дем'янчука та Б. Андрющенко [8], М. Кулешова [9; 10], В. Дзюбецького [11], О. Пшеничного [12], П. Саблука [13], В. Черчелята та А. Черенкова [14], В. Сиченко та О. Сиченко [15], І. Стебут [16], Д. Томашевського [17], Л. Худолій [18], П. Фененка [19] та низки інших дослідників, які займалися вивченням подібних питань. Водночас глибшого вивчення потребують питання щодо функціонування й розвитку конкуренції на вітчизняному ринку кукурудзи.

Метою статті є дослідження основних аспектів функціонування й розвитку вітчизняного виробництва кукурудзи в умовах фінансово-економічної кризи.

Виклад основного матеріалу

Кукурудза - найбільш поширена на планеті зернова культура, яка йде на використання продовольчих потреб населення і з кормовою метою. Показники таблиці 1. свідчать про вирощування її в різних частинах нашої планети, а отже, використання її різновидів не викликає сумніву.

Так найбільшим виробником кукурудзи за досліджуваний період (2010-2014 роки) є США, частка їх у світовому масштабі охоплює понад 30 % і в динаміці у звітному році цей показник зростає. Китай, який у цьому ж вимірі займає більше 20 % і надалі його виробництво також зростає, є другим після США виробником кукурудзи, хоч географічне розташування дуже різномірне (різні півкулі).

Наступною країною-виробником кукурудзи є Бразилія, яка у світовому виробництві займає більше 7 %, після неї йдуть країни ЄС разом узяті з майже однаковим розміром виробництва (7,4 % виробництва світової частки).

Таблиця 1. Динаміка виробництва зерна кукурудзи провідними виробниками у світі у 2010-2014 роках

Країни-виробники	2010/2011м/р		Країни-виробники	2011/2012 м/р		Країни-виробники	2012/2013 м/р		Країни-виробники	2013/2014 м/р		Країни-виробники	2014/2015 м/р		2014 р. в % до 2010 р.
	всього	%		всього	%		всього	%		всього	%				
США	315,6	37,8	США	312,8	35,2	США	273,2	31,5	США	353,7	35,7	США	366,0	37,0	116,0
Китай	177,2	21,2	Китай	192,8	21,7	Китай	205,6	23,7	Китай	218,5	22,1	Китай	214,0	21,6	120,8
ЄС	57,4	7,0	Бразилія	73,0	8,2	Бразилія	81,5	9,4	Бразилія	79,3	8,0	Бразилія	75,0	7,6	130,7
Бразилія	58,3	6,9	ЄС	68,1	7,7	ЄС	58,9	6,8	ЄС	64,2	6,5	ЄС	73,1	7,4	125,4
Аргентина	25,2	3,0	Україна	22,8	2,6	Аргентина	27,0	3,1	Україна	30,0	3,0	Україна	27,0	2,7	107,1
Індія	21,7	2,6	Індія	21,8	2,5	Індія	22,3	2,6	Аргентина	25,0	2,5	Мексика	23,0	2,3	106,0
Мексика	21,1	2,5	Аргентина	21,0	2,4	Мексика	21,6	2,5	Індія	24,2	2,4	Аргентина	23,0	2,3	109,0
Україна	11,9	1,4	Мексика	18,7	2,1	Україна	20,9	2,4	Мексика	23,0	2,3	Індія	21,0	2,1	176,5
Пд. Африка	10,9	1,3	Пд. Африка	12,8	1,4	Пд. Африка	12,4	1,4	Пд. Африка	14,8	1,5	Пд. Африка	13,5	1,4	123,9
Росія	3,1	0,4	Росія	7,0	0,8	Росія	8,2	0,9	Росія	11,6	1,2	Росія	12,0	1,2	387,1
Інші країни	132,9	15,9	Інші країни	137,4	15,5	Інші країни	136,4	15,7	Інші країни	144,1	14,6	Інші країни	142,8	14,4	107,4
Разом	835,3	100,0	Разом	888,2	100,0	Разом	868,0	100,0	Разом	989,2	100,0	Разом	990,3	100,0	118,6

*Складено автором за даними Державного комітету статистики України

Україна займає п'яте місце після вищеназваних країн і у відсотковому вимірі складає 2,7 % частки світового рівня і третю частину від країн ЄС. Майже всі подані в таблиці країни за аналізований період продемонстрували повне зростання виробництва, крім Аргентини та Індії. Водночас зниження виробництва кукурудзи в цих країнах несуттєве, тому про серйозні зміни в структурі виробництва цих країн мова не йде, а от вплив кліматично-погодних умов може бути підставою.

Зростання виробництва кукурудзи в динаміці є очевидним і свідчить про те, що Україна значно підвищила виробництво зерна кукурудзи з 11,9 до 27,0 млн тонн або до 226,9 %.

Значно більшого зростання досягнуло виробництво кукурудзи в Росії, де показники в динаміці склали 357,1 %.

Отже, вирощуванням кукурудзи на зерно займаються у світі різні країни, розташовані в різних частинах світу. У зв'язку з цим, Україна мусить йти в ногу з країнами, які використовують передові технології вирощування, насінництва та інших інноваційних процесів, щоб продуктивність віддачі кожного гектара постійно підвищувалась при одночасному зменшенні матеріально-трудових витрат.

Таким чином, як видно з даних таблиці 1, виробництво продукції кукурудзи набирає поширення і потреба її вирощування є значною в масштабах усієї планети. Зважаючи на це, можна зробити висновок про потребу вирощування кукурудзи в Україні шляхом не тільки незначного розширення посівних площ, але і пошуку резервів зростання урожайності, яке дозволить значно підвищувати ефективність виробництва. Це вимагає у вітчизняних товаровиробників постійного нарощування виробництва цієї культури у зв'язку з її попитом.

За останні аналізовані роки вирощування кукурудзи на зерно займає значне місце в Україні. Зважаючи на те, що кукурудза належить до основної продовольчої продукції, яка йде на експорт, посівні площі за досліджуваний період в Україні зросли більш як на половину з 2647 тис. га до 4573 тис. га. (таблиця 2.)

Таблиця 2. Динаміка балансу вітчизняного ринку кукурудзи у 2010-2014 роках

Показники	Маркетингові роки					2014 р. в % до 2010 р.
	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	
Початкові запаси	632	672	1099	686	1431	226,4
Збиральні площі, тис. га	2647	3517	4372	4817	4573	172,8
Врожайність, тонн/га	4,5	6,5	4,8	6,4	5,8	128,9
Виробництво	11938	22686	20961	30862	26524	222,2
Імпорт	43	51	49	57	60	139,5
Загальна пропозиція	12613	23409	22109	31605	28016	222,1
Експорт	5091	14800	12999	20008	17500	343,7
Кормове споживання	5600	5800	6800	8000	7500	133,9
Продовольча переробка	210	220	220	165	160	76,2
Промислове споживання	400	500	500	800	750	187,5
Насіння	150	70	90	200	180	120,0
Втрати	490	920	700	1000	800	163,3
Внутрішній розподіл	6850	7510	8310	10165	9390	137,1
Кінцеві запаси	672	1099	800	1431	1126	167,6
Запаси, % до внутрішнього розподілу	9,8 %	14,6 %	9,6 %	14,1 %	12,0 %	+2,1 п.
Втрати, % до пропозиції	3,9 %	3,9 %	3,2 %	3,2 %	2,9%	-0,6 п.

** Складено автором на основі даних Державного комітету статистики України*

Так урожайність кукурудзи за 2010-2014 роки зросла із 45 до 58 ц/га. Водночас за даними інших країн і відповідно до науково-обґрунтованих основ вона може бути значно вищою. Тому Україна, маючи такі можливості щодо виробництва кукурудзи на зерно, є основним експортером своєї продукції в різні

країни світу, в тому числі - в країни ЄС. У результаті більше 50 % вирощеного зерна кукурудзи в Україні експортується в країни ЄС. Частина використовується на промислові цілі і продовольче споживання. Дані таблиці 2. свідчать про можливе використання кукурудзи в різних необхідних напрямках.

Таблиця 3. Географічна структура експорту зерна кукурудзи з України у 2013 - 2014 роках

№	Країни-імпортери	2013/2014 маркетинговий рік	№	Країни-імпортери	2013/2014 маркетинговий рік
		частка, %			частка, %
1.	Іспанія	15	1.	Єгипет	14
2.	Нідерланди	11	2.	Іспанія	13
3.	Єгипет	11	3.	Іран	10
4.	Італія	9	4.	Італія	9
5.	Іран	7	5.	Ізраїль	8
6.	Португалія	5	6.	Нідерланди	7
7.	Бельгія	4	7.	Туреччина	6
8.	Ізраїль	4	8.	Португалія	5
9.	Корея	4	9.	Ірландія	4
10.	Велика Британія	4	10.	Сирія	4
Інші країни		26	Інші країни		20

**Складено автором на основі даних Державного комітету статистики України*

Так у таблиці 3 наведено показники місця кожної країни, яка імпортує зерно кукурудзи з України. За два роки Україна збільшила не тільки експорт кукурудзи в деякі країни Ізраїль (4-8 %), Іран (7-10 %), Єгипет (11-14 %), а й почала торгові відносини з новими країнами, такими, як Ірландія, Велика Британія, Туреччина, Сирія та інші. На незмінному рівні залишаються торгівельні відносини з Італією (9 %), Португалією (5 %) та ін.

Така географічна структура експорту зерна кукурудзи в інші вищевказані країни свідчить про появу нових торгових зв'язків, потребу цих країн у вітчизняній продукції, певні якісні її показники та інші вигідні для обох сторін умови її реалізації.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Таким чином, Україна, розвиваючи всі ресурсні можливості по вирощуванні кукурудзи, стане провідним постачальником зерна на світовому ринку, а використовуючи всі наявні потенційні можливості, сприятиме зростанню ефективності на ринку експорту, що призведе до швидкого економічного зростання в галузі АПК і економіки загалом.

Список літератури

1. Андрієнко, А. Підбір гібрида – складова успіху / А. Андрієнко, І. Семеняка // *Агробізнес сьогодні*. – 2011. – № 9 (208). – С. 36–41.
2. Бороденко, К. С. Тенденції розвитку світового ринку зерна / К. С. Бороденко // *Агроінком*. – 2012. – № 10. – С. 10–15.
3. Васильєва, П. И. Документы о разведении кукурузы в России / П. И. Васильева // *Кукуруза*. – 1960. – № 6. – С. 23–25.
4. Воейков, А. Климатические условия возделывания кукурузы на зерно / А. Воейков // *Труды ВЗО, т. 1, 1884*. – С. 54–57.
5. Горбатовский, Р. Р. Руководство по возделыванию кукурузы / Р. Р. Горбатовский. – СПб., 1894. – 138 с.
6. Грушка, Я. Монография о кукурузе / Я. Грушка ; Перевод с чешского М. П. Умнова. – М. : Колос, 1965. – 751 с.
7. Засядько, В. С. Кукуруза / В. С. Засядько. – СПб. : изд. А. Ф. Девриева, 1883. – 156 с.
8. Кириленко, І. Г. Формування зернового ринку в Україні: стратегія розвитку / І. Г. Кириленко, В. В. Демянчук, Б. В. Андрющенко // *Економіка АПК*. — 2009. — № 9. — С. 79—84.
9. Кукурудза / За ред. М. М. Кулешова. – К. : Держ. видав. с.-г. літ. УРСР, 1958. – 286 с.
10. Кулешов, Н. Н. Путь к высоким устойчивым урожаям кукурузы / Н. Н. Кулешов. – Х. : Харьк. кн. из-во, 1961. – 135 с.
11. Програма розвитку насінництва кукурудзи в Україні до 2015 р. / А. В. Черенков, Б. В. Дзюбецький, В. Ю. Черчель [та ін.]. – Дніпропетровськ, 2013. – 80 с.
12. Пшеничный, О. Немного о кукурузе / О. Пшеничный // *Агро Перспектива*. – 2013. – № 9 (160). – С. 44–48.

13. Саблук, П. Т. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: практ. посіб. / П. Т. Саблук. — К.: ІАЕ, 2000. — 556 с.
14. Сатарова, Т. Н. Кукуруза: биотехнологические и селекционные аспекты гаплоидии: [монография] / Т. Н. Сатарова, В. Ю. Черчель, А. В. Черенков. — Днепропетровск: Новая идеология, 2013. — 552 с., с ил.
15. Сиченко, В. В. Державна підтримка та регулювання експорту зерна з України / В. В. Сиченко, О. О. Сиченко // Вісник Донецького Національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — 2011. — № 3. — С. 74–78.
16. Стебут, И. А. Основы полевой культуры : избр. соч. / И. А. Стебут. — т. 1. — М., 1956. — 347 с.
17. Томашевський, Д. П. Кукурудза / Д. П. Томашевський. — К. Урожай, 1970. — 364 с.
18. Худолій, Л. М. Економічний механізм формування та функціонування ринку зерна в Україні: монографія / Л. М. Худолій. — К. : ІАЕ УААН, 1998. — 204 с.
19. Фененко, П. О. Експорт зернових українськими аграріями: проблеми та нові підходи до регулювання їхньої зовнішньоекономічної діяльності / П. О. Фененко // Агросвіт. — 2012. — № 19. — С. 43–47.

References

1. Andriyenko, A. (2011). Selection of a hybrid - part of the success. *Ahrobiznes sohodni*, 9 (208), 36-41.
2. Borodenko, K. S. (2011). Trends in world grain market. *Ahroinkom*, 9-10, 10-15.
3. Vasilyeva, P. I. (2011). Documents on maize breeding in Russia. *Kukuruza*, 6., 23-25.
4. Voyeykov, A. K. (1884). The climatic conditions of cultivation of corn. *Trudy VZO*, 1, 54-57.
5. Horbatovskyy, R. R. (1894). *Rukovodstvo po vozdelevaniyu kukuruzy* [Guide cultivation of corn], Saint - Peterbkrgh, Russia, 138 p.
6. Grushka, Ya. (1965). *Monografiya o kukuruze* [Monograph of corn], Kolos, Moscow, Russia, 751p.
7. Zasyadko, V. S. (1883). *Kukuruza* [Corn], Izdatelstvo A. F. Devriyeva, Saint - Peterbkrgh, Russia, 156 p.
8. Kyrylenko, I. H., Demyanchuk, V. V., Andryushchenko, B. V. (2009). Formation grain market in Ukraine: development strategy. *Ekonomika APK*, 9, 79-84.
9. Kuleshov, M. M. (1958). *Kukurudza* [Corn]. Derzhavne vydavnytstvo silskohospodarskoyi literatury URSR, Kyiv, Ukraine, 286 p.
10. Kuleshov, N. N. (1961). Put k vysokim ustoychivym urozhayam kukuruzy [The path to sustainable high yields of corn], Kharkovskoye knizhnoye izdatelstvo, Kharkov, Ukraine, 135 p.
11. Cherenkov, A. V., Dzyubetsky, B. V., Cherchel, V. Yu. (2013). Prohrama rozvytku nasinnystva kukurudzy v Ukrayini do 2015 r. [The program of seed corn in Ukraine to 2015], Dnipropetrovsk, Ukraine, 80 p.
12. Pshenychnyy, O. (2013). A little bit of corn. *Ahroperspektyva*, 9 (160), 44-48.
13. Sabluk, P. T. (2000). *Formuvannya ta funktsionuvannya rynku ahropromyslovoyi produktsiyi* [Formation and functioning of agro products], Instytut ahrarnoyi ekonomiky, Kyiv, Ukraine, 556 p.
14. Satarova, T. N., Cherchel, V. Yu., Cherenkov, A. V. (2013). *Kukuruza: biotekhnologicheskiye i selektsionnyye aspekty gaploidi I* [Corn: biotechnology and selection aspects haploidy], Novaya ideologiya, Dnepropetrovsk, Ukraine, 552 p.
15. Sychenko, V. V. and Sychenko, O. O. (2011). State support and regulation of grain export from Ukraine. *Visnyk Donetskoho Natsionalnoho universytetu ekonomiky i torhivli im. M. Tugan-Baranovskoho*, 3., 74–78.
16. Stebut, Y. A. (1956). *Osnovy polevoy kultury: izbrannyye sochineniya* [Based on field crops: selected works], vol.1, Moscow, Russia, 356 p.
17. Tomashevskyy, D. P. (1970). *Kukurudza* [Corn]. Urozhay, Kyiv, Ukraine, 364 p.
18. Khudoliy, L. M. (1998). *Ekonomichnyy mekhanizm formuvannya ta funktsionuvannya rynku zerna v Ukrayini* [Economic mechanism of formation and functioning of the grain market in Ukraine:]. Instytut ahrarnoyi ekonomiky, Kyiv, Ukraine, 204 p.
19. Fenenko, P. O. (2012). Export of Ukrainian grain farmers: problems and new approaches to the regulation of their foreign economic activity. *Ahrosvit*, 19, 43- 47.

Стаття надійшла до редакції 16.11.2014 р.

І. В БЕЗП'ЯТА

докторант,
Миколаївський національний аграрний університет

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Безп'ята, І. В. Регіональні особливості інвестування аграрного сектору економіки [Текст] / І. В. Безп'ята // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка", 2014. – Том 17. – № 3. – С. 10-14. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті проаналізовано сучасний стан залучення інвестицій в аграрний сектор економіки і визначено основні напрями поліпшення інвестиційного клімату України і в її регіонах.

Ключові слова: *інвестиції; інвестиційний клімат; аграрний сектор; регіональні особливості.*

I. V. BEZPYATA

Doctoral Student,
Mykolayiv National Agrarian University

REGIONAL FEATURES OF THE AGRICULTURAL SECTOR INVESTMENT

Abstract

The article analyzes the current state of attracting investments in the agricultural sector. The main directions of improving the investment climate in Ukraine and its regions are determined.

Keywords: *investments; investment climate; agriculture; regional peculiarities.*

JEL classification: R230

Вступ

У сучасних умовах інвестиції є найважливішим засобом забезпечення умов розвитку ринкової економіки, структурних зрушень у народному господарстві, підвищення якісних показників господарської діяльності загалом і аграрного сектору економіки зокрема. Проте нині власні, залучені та позикові інвестиційні джерела сільськогосподарських товаровиробників недостатні для задоволення їх інвестиційних потреб. Процес покращення інвестиційного клімату та нарощування інвестицій стримує низка чинників, найважливішими серед яких є: непослідовна і недосконала інвестиційна політика держави в аграрній сфері, в якій переважають принципи залишкового виділення бюджетних коштів; недосконалі механізми та схеми їх використання; нерозвиненість інноваційної інфраструктури, надмірне зношення і відсутність умов не лише розширеного, а й простого відтворення основних засобів; несприятливі умови для розвитку малого бізнесу на селі; низька ліквідність інвестицій; невирішеність проблеми іпотеки; недостатнє фінансування заходів щодо розвитку шляхової мережі на селі; недосконалий механізм економічних відносин між галузями, що призводить до низької рентабельності капіталу та недостатньої інвестиційної привабливості аграрного сектору економіки [6, с. 76]. І тому проблема ефективного інвестиційного процесу в аграрному секторі є однією з найбільш актуальних на сучасному етапі розвитку економіки нашої держави.

Проблемі залучення інвестицій в аграрний сектор присвячені праці багатьох вітчизняних спеціалістів, серед яких Бланк І. О., Гайдуцький П. І., Губський Б. В., Іваницька Г. Б., Кісіль М. І., Месель-Веселяк В. Я., Пересада А. А., Руснак П. П. та ін. Проте багато аспектів, пов'язаних із необхідністю фінансового забезпечення розвитку цієї галузі в окремих регіонах нашої країни, залишається ще поза увагою.

Мета та завдання статті

Метою нашої статті є аналіз сучасного стану залучення інвестицій в аграрний сектор економіки і визначення основних напрямів поліпшення інвестиційного клімату України і в її регіонах.

Виклад основного матеріалу дослідження

Аграрний є одним із найвагоміших секторів народного господарства України. Різкий спад інвестиційної діяльності в сільському господарстві останніми роками призвів до послаблення матеріально-виробничої бази суб'єктів господарювання, зменшення його прибутковості і рентабельності, низького рівня концентрації і спеціалізації виробництва, слабкого розвитку інфраструктури аграрного ринку. Пошук шляхів виходу з тієї кризової ситуації, що склалася в аграрному секторі України, неможливий без залучення додаткових інвестицій. Тому треба звернути увагу на те, як впливає інвестиційна діяльність на функціонування вітчизняного аграрного сектору [1, с. 244].

Виняткового значення для розширення аграрного виробництва набуває проблема інвестиційного забезпечення сільського господарства на регіональному рівні.

Регіональні особливості інвестиційної діяльності в сільському господарстві формуються під впливом природно-кліматичних умов, рівня економічного розвитку регіонів, зональної спеціалізації аграрного виробництва та інших факторів. Аналіз обсягів, динаміки, структури вкладень у розвиток сільського господарства регіонів України за тривалий проміжок часу свідчить, що активність інвестиційних процесів, як правило, вища в областях зі сприятливими природно-кліматичними умовами, вищою родючістю ґрунтів, розвинутою виробничою та соціальною інфраструктурою, тісною співпрацею інвесторів з органами місцевого самоврядування [2, с. 208].

Склад та структура капітальних інвестицій у сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги за регіонами України наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Склад та структура капітальних інвестицій у сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги за регіонами України*

Регіон	2008		2010 р.		2012 р.	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Україна	16682081	100,00	12105852	100,00	19089695	100,00
АР Крим	571186	3,42	484030	4,00	503658	2,64
Вінницька	711479	4,26	960152	7,93	1437907	7,53
Волинська	237607	1,42	108564	0,90	228254	1,20
Дніпропетровська	972647	5,83	925681	7,65	1226349	6,42
Донецька	973293	5,83	639939	5,29	596328	3,12
Житомирська	304674	1,83	177586	1,47	452675	2,37
Закарпатська	39403	0,24	42899	0,35	43680	0,23
Запорізька	639638	3,83	582001	4,81	584952	3,06
Івано-Франківська	212347	1,27	133134	1,10	331080	1,73
Київська	1449790	8,69	950833	7,85	1441040	7,55
Кіровоградська	597581	3,58	884992	7,31	1284700	6,73
Луганська	677236	4,06	277274	2,29	480259	2,52
Львівська	549794	3,30	430957	3,56	354843	1,86
Миколаївська	496082	2,97	457551	3,78	486080	2,55
Одеська	697212	4,18	497929	4,11	569775	2,98
Полтавська	769280	4,61	628701	5,19	1574464	8,25
Рівненська	283407	1,70	170974	1,41	188334	0,99
Сумська	526330	3,16	279954	2,31	556980	2,92
Тернопільська	658770	3,95	516528	4,27	715612	3,75
Харківська	819078	4,91	407274	3,36	968794	5,07
Херсонська	1185621	7,11	614600	5,08	666707	3,49
Хмельницька	1217790	7,30	471806	3,90	1153174	6,04
Черкаська	1133132	6,79	872247	7,21	1034940	5,42
Чернівецька	262199	1,57	137655	1,14	177909	0,93
Чернігівська	546559	3,28	365445	3,02	918745	4,81

*За даними Державної служби статистики України [3]

Розраховані показники свідчать про те, що за останні п'ять років загальна сума капітальних вкладень у сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги збільшилася на 14,43 %, або 2407,61

млн грн. Зростання обсягів вкладень у 2012 році спостерігалось у Вінницькій (у 2 рази), Дніпропетровській (26,08 %), Житомирській (48,58 %), Івано-Франківській (55,91 %), Кіровоградській (у 2 рази), Полтавській (у 2 рази), Чернігівській (68,10 %) областях. Але при цьому зменшуються вкладення в Донецьку (38,73 %), Луганську (29,09 %), Львівську (35,46 %), Рівненську (33,55 %), Херсонську (43,77 %), Чернівецьку (32,15 %) області.

Також слід зазначити, що найбільшу питому вагу в структурі капітальних інвестицій у сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги займають Вінницька (7,53 %), Дніпропетровська (6,42 %), Київська (7,55 %), Кіровоградська (6,73 %), Полтавська (8,25 %) області. Найменшу питому вагу займають Волинська, Закарпатська, Рівненська, Чернівецька області – близько 1 %.

Рівень інвестиційної активності в аграрному секторі, що характеризується обсягами вкладень на одиницю площі [2, с. 208], у окремих областях України істотно відрізняється. Розрахунки наведено в таблиці 2.

Так у середньому по Україні у 2012 році в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь було вкладено 523,28 грн, що на 14,82 % більше, ніж порівняно з 2008 роком. У окремих областях України видно, що найбільші вкладення були в Київській (952,00 грн), Полтавській (844,99 грн) та Вінницькій, Кіровоградській, Тернопільській, Хмельницькій, Черкаській областях – більше 700 грн. Найменші вкладення на 1 га сільськогосподарських угідь в Закарпатській області – близько 100 грн.

Таблиця 2. Розрахунок рівня інвестиційної активності в аграрному секторі економіки у окремих регіонах України*

Регіон	2008 р.			2012 р.		
	Обсяг вкладень, тис. грн	Площа сільсько- господарських угідь, тис. га	Рівень інвестиційної активності, грн /га	Обсяг вкладень, тис. грн	Площа сільсько- господарських угідь, тис. га	Рівень інвестиційної активності, грн /га
Україна	16682081	36603,8	455,75	19089695	36480,6	523,28
АР Крим	571186	1496,1	381,78	503658	1498,9	336,02
Вінницька	711479	1813,1	392,41	1437907	1828,8	786,26
Волинська	237607	841,1	282,50	228254	831	274,67
Дніпропетровська	972647	2211,6	439,79	1226349	2194,8	558,75
Донецька	973293	1762,2	552,32	596328	1780,4	334,94
Житомирська	304674	1324,1	230,10	452675	1290,2	350,86
Закарпатська	39403	408,2	96,53	43680	401,3	108,85
Запорізька	639638	2129,2	300,41	584952	2133	274,24
Івано-Франківська	212347	489,7	433,63	331080	493,3	671,15
Київська	1449790	1525,3	950,49	1441040	1513,7	952,00
Кіровоградська	597581	1763,2	338,92	1284700	1785,7	719,44
Луганська	677236	1733,8	390,61	480259	1704,3	281,79
Львівська	549794	1039,2	529,06	354843	1025,1	346,15
Миколаївська	496082	1788	277,45	486080	1785,9	272,18
Одеська	697212	2258,1	308,76	569775	2206,9	258,18
Полтавська	769280	1889,4	407,16	1574464	1863,3	844,99
Рівненська	283407	837,5	338,40	188334	822	229,12
Сумська	526330	1449,4	363,14	556980	1449,5	384,26
Тернопільська	658770	958,5	687,29	715612	959,9	745,51
Харківська	819078	2170	377,46	968794	2189,2	442,53
Херсонська	1185621	1753,8	676,03	666707	1765	377,74
Хмельницька	1217790	1454,7	837,14	1153174	1469,9	784,53
Черкаська	1133132	1310,9	864,39	1034940	1312,1	788,77
Чернівецька	262199	449,6	583,18	177909	450,1	395,27
Чернігівська	546559	1747,1	312,84	918745	1726,3	532,20

*За даними Державної служби статистики України [3]

Значна різниця в рівнях інвестиційного забезпечення в аграрному секторі економіки України є наслідком передусім відмінностей у рівнях економічного розвитку областей.

В останні роки відбувається поступове економічне піднесення в усіх регіонах України. Але проблеми все одно існують. Наприклад, основною перешкодою для залучення інвестицій в Одеську та Запорізьку області є нестача сировини, для Тернопільської та Вінницької – відсутність налагодженої системи збуту продукції. Існують і спільні для всіх регіонів фактори, які стримують залучення інвестицій. До найбільш вагомих відносяться: низький рівень платоспроможності споживачів, високий рівень податків, нестача оборотних коштів, труднощі з отриманням довгострокових кредитів [4, с. 21].

Для інвесторів особливе значення має вибір пріоритетів інвестиційної діяльності та вибір її найбільш ефективного спрямування. Практика світового досвіду показує, що іноземні інвестиції надходять насамперед у ті країни, де створена стабільна й ефективна законодавча база щодо режиму їх залучення та використання.

Останніми роками поліпшення інвестиційного клімату у вітчизняному аграрному секторі, за оцінками більшості інвесторів, не відбулося. Це зумовлено, з одного боку, проблемами макrorівня (відсутністю сталої законодавчої бази, стратегії розвитку економіки, інфляційними процесами, високими банківськими відсотками), а з іншого боку, внутрішніми проблемами підприємств, які займаються виробництвом та наданням послуг у сільському господарстві (низький рівень ефективності їх бізнесу, відсутність належної інфраструктури у сільській місцевості та достатнього рівня менеджменту їх керівників) [4, с. 26].

Щоб забезпечити стабільну економічну ситуацію в аграрному секторі, необхідно провести в сільському господарстві низку заходів, які передбачали б забезпечення суб'єктам господарювання захисту прав власності на землю, майно та результати своєї праці; створення умов для забезпечення кредитами товаровиробників з урахуванням сезонності виробництва; проведення цінової політики та підтримки доходів сільськогосподарських товаровиробників для забезпечення відтворення виробництва сільськогосподарської продукції на основі запровадження заставних цін, регулювання доходів через систему державних дотацій та субсидій; сприяння розвитку мережі дорадчих сільськогосподарських служб і системи моніторингу аграрного ринку.

Створення вільних економічних зон, спільних підприємств дало б можливість більш інтенсивно залучати іноземний капітал, а валютні надходження від агропромислової діяльності значно зміцнили б регіональну економіку. Вільні економічні зони потрібно створювати насамперед на тих територіях, де складаються сприятливі гідрометеорологічні, фінансово-кредитні, природно-кліматичні, митні умови.

Необхідно підвищувати рівень кваліфікації працівників аграрного сектору, зокрема підготовку менеджерів для сільськогосподарського виробництва, які змогли б організувати роботу так, щоб отримати максимум доходів за мінімальних витрат.

Іноземні інвестори незадоволені складністю судового захисту своїх прав, часто рішення затягуються або ж взагалі не виконуються, тому потрібно сприяти судовій реформі щодо питань агропромислового комплексу.

Стимулюючи розвиток експортно-імпортного потенціалу галузі, можна забезпечити конкурентоспроможність аграрного сектору. Присутність іноземних інвестицій є доцільною у тих сферах, які є джерелом конкурентоспроможного експорту сільськогосподарської продукції.

Найбільш пріоритетними і прибутковими сферами для інвестування в аграрний сектор є: оновлення і модернізація на базі нових технологій підприємств, зокрема тих, що займаються заготівлею та зберіганням зерна; впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур; створення потужностей та сировинної бази для виробництва обладнання для олійно-жирової, м'ясо-молочної, борошномельно-круп'яної та хлібопекарської промисловості; налагодження випуску ефективних хімічних засобів захисту сільськогосподарських рослин і тварин; сільськогосподарська інфраструктура [5, с. 74].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Таким чином, можна сказати, що причинами порівняно невеликих обсягів інвестицій в аграрному секторі економіки є відсутність сприятливого середовища та обґрунтованої концепції економічного розвитку регіонів, з урахуванням їх особливостей. Інвестиційний клімат України не є сприятливим, ризики для інвесторів залишаються високими. Поліпшити ситуацію в аграрному секторі можна лише за виваженої політики держави у сфері підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, дотримання економічних законів, вдосконалення законодавства з питань аграрної політики, регулювання кредитних операцій, раціонального розподілу коштів, їх ефективного використання і вчасного повернення боргу.

Список літератури

1. Баєв, О. І. Інвестиційна діяльність в аграрному секторі / О. І. Баєв // Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету. – Луганськ: ЛНАУ, 2006. – № 62(85). – С. 243-246.
2. Баян, А. В. Регіональні особливості інвестиційної діяльності в сільському господарстві / А. В. Баян //

Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. – 2014. – № 84(2). – С. 207-213.

3. Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Інвестиційна політика в аграрному секторі України: проблеми та заходи щодо їх вирішення. Проект «Аграрна політика для людського розвитку» [Електронний ресурс] / Під редакцією Б. Супіханова. – Режим доступу: http://www.undp.org.ua/agro/pub/ua/P2003_01_043_03.pdf.
5. Назарова, Л. В. Розвиток інвестиційних процесів в АПК України: стан, проблеми, перспективи / Л. В. Назарова // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2011. – № 1. – С. 71-75.
6. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ "ІАЕ", 2012. – 182 с.
7. Язлюк, Б. О. Стратегія інноваційної безпеки як подолання асиметрії конкурентоспроможності підприємств у міжрегіональному розвитку / Б. О. Язлюк // Наука молода. – 2012. – Вип. 18. – С. 178-184.

References

1. Bayev, O. I. (2006). Investment activity in the agricultural sector. Scientific works of Lugansk National Agrarian University. Lugansk: LNAU, 2006. – № 62 (85). – P. 243-246.
2. Balyan, A. V. (2014). Regional features of investment in agriculture. Scientific Papers Uman National University of Horticulture, 84 (2), 207-213.
3. State Statistics Service of Ukraine. (2014). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Supihanova, B. (2003). Investment policy in agrarian sector of Ukraine: problems and measures to address them. Agrarian Policy for Human Development. Retrieved from: http://www.undp.org.ua/agro/pub/ua/P2003_01_043_03.pdf
5. Nazarova, L. V. (2011). The development of investment processes in Ukraine AIC: state, problems, prospects / L. V. Nazarova. Scientific Herald: Finance, banks, investment, 1, 71-75.
6. Lupenko, J. O. & Mesel-Veselyaka, V. J. Strategic directions of development of agriculture of Ukraine till 2020. Kyiv: NSC "IAE".
7. Yazliuk, B. O. (2012). Stratehiia innovatsiinoi bezpeky yak podolannia asymetrii konkurentospromozhnosti pidpriemstv u mizhrehionalnomu rozvytku. Nauka moloda, 18, 178-184.

Стаття надійшла до редакції 11.11.2014 р.

Станіслав Анатолійович БУГАЄНКО

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і логістики,
Одеська національна академія харчових технологій

**ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В
ХАРЧОВІЙ ГАЛУЗІ**

Бугаєнко, С. А. Обґрунтування необхідності спеціалізації маркетингової діяльності в харчовій галузі / Станіслав Анатолійович Бугаєнко // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 15-19. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті ретельно розглянуто концепції маркетингу – отримання інформації за запитами носіїв платоспроможного попиту і пропозиція товарів адекватно запитам – і маркетингу соціально-етичного спрямування – не нашкодити здоров'ю і життю споживача. Перераховано громадські та державні організації, які регулюють якість і характеристики продукції в різних країнах світу і Європи зокрема. Розкрито причини необхідності спеціалізації маркетингової діяльності в харчовій галузі.

Ключові слова: маркетинг; продукти харчового призначення; якість; попит; пропозиція; ринок; концепція.

Stanislav Anatoliyovych BUHAYENKO

PhD in Economics,
Assistant Professor,
Department of Management and Logistics
Odessa National Academy of Food Technologies

**THE GROUNDING OF NECESSITY OF SPECIALISATION OF MARKETING ACTIVITY IN THE
FOOD INDUSTRY**

Abstract

The article carefully considers the concepts of marketing. They are as the following: the obtaining of the information at the request of the carriers of solvent demand, the supply of goods according to the request, the marketing of social-ethical direction (not to harm the health and lives of consumers). Lists of the community and government organizations that regulate the quality and characteristics of the products around the world and Europe are disclosed. The reasons of the necessity of the specialization of marketing activities in the food industry are determined.

Keywords: marketing; food industries purposes products; quality; demand; supply; market; concept.

JEL classification: M210

Вступ

Маркетинг товарів продовольчого призначення відіграє найважливішу роль у процесі виробничо-комерційної діяльності та задоволення запитів носіїв платоспроможного попиту по товарах продовольчого призначення, тому розробка механізму формування комплексу маркетингу зазначених товарів є стратегічною задачею як для підприємств харчової галузі, так і держави загалом.

Мета статті

Метою дослідження є розробка теоретико-методичних і практичних аспектів формування маркетингово-логістичних стратегій і комплексу маркетингово-логістичної діяльності.

Проблематика розробки маркетингово-логістичної стратегії і комплексу маркетингово-логістичної діяльності підприємств харчової галузі досліджується в наукових працях зарубіжних і вітчизняних вчених: І. М. Герчикова, Є. П. Голубкова, Д. Голубцова, Ч. Діва, П. Дойля, Дж. Каллітона, Р. Ключітта, Ф. Котлера, а також Л.В. Балабанової, А. В. Березина, Б. В. Буркинського, В. С. Загорського, С.П. Запотоцького, М. І. Маліка, Х. З. Махмудова, А. С. Мохненко, П.І. Осторовського, В. В. Прядка, В. А. Рибінцева, В. В. Рябенко, І. В. Рябчик, І. І. Савенко, М. П. Сахацького, Л. В. Страшинська, І. А. Соловійова, І. М. Топіха та інших.

На сайті Інституту маркетингу продовольчих товарів зазначено, що відбувається постійне ускладнення маркетингу товарів харчового призначення під дією безлічі факторів (розвиток ринку продовольства і суміжного ринків, зміна переваг і вимог споживачів до їжі, зростання масштабів продажу і споживання) і критичних причин (криза продовольчого забезпечення; зменшення обсягів енергетичних і ресурсів продовольчого призначення) [2; 7].

Комплексно теорія маркетингу товарів продовольчого призначення описує особливі маркетингові характеристики товарів галузі харчового виробництва, однак остання недостатньо досліджена і розроблена в Україні та ближньому зарубіжжі. Серед учених, що спеціалізуються на маркетингу товарів продовольчого призначення, – Г. Астратова, М. Галеев, В. Гончаров, М. Давиденко, І. Дубровін, А. Сьомін. Проводяться різні науково-практичні семінари, виставки і форуми, з'являються нові друковані та інтернет-журнали. Тобто існує потреба в спеціалізованому маркетингу товарів продовольчого призначення у практиків (фахівців-маркетологів, підприємців, працівників підприємств харчової галузі).

Результати наших досліджень свідчать, що в Україні науковий аспект зазначеного питання розвинений слабо. І це чинить негативний вплив на практику застосування маркетингових заходів на підприємствах харчової промисловості. Тому ми вважаємо, що основним принципом маркетингу є необхідність формування наукового обґрунтування для всіх заходів у цій сфері, його порушення призводить до зниження рівня ефективності маркетингового забезпечення діяльності підприємств харчової галузі. Наукові напрацювання щодо застосування маркетингового забезпечення діяльності підприємств харчової сфери харчової промисловості представлені досить мало, їх питома вага становить до 3 %. Причому комплексні дослідження маркетингової діяльності взагалі не здійснювалися. В інших галузях є наукові напрацювання на теми: "Маркетинг знань", "Маркетинг у туристичній сфері", "Маркетинг у банківській справі" та ін. Аналіз змісту дисертаційних робіт з використання маркетингу в окремих галузях харчової сфери показав, що питома вага дослідницьких проектів маркетингового спрямування у загальній кількості робіт з економіки харчового виробництва становить майже 50 %.

В Україні в останні роки зростає зацікавленість підприємств продовольчої галузі різноплановими маркетинговими дослідженнями ринків і харчових продуктів. Об'єктом у багатьох випадках є товари продовольчого призначення, в тому числі тютюнова, алкогольна продукція, послуги з торгівлі продуктами харчового призначення в роздріб.

Одна з причин потреби в маркетингу товарів продовольчого призначення полягає в негативній ситуації розвитку – невиправдана багаторівневість посередництва на продовольчому ринку. Така ситуація обумовлена дефіцитом маркетингових знань і навичок у персоналу підприємств-виробників продуктів харчового призначення, їх делегуванням посередницьким ланкам. Наслідком чого є зростання кількості рівнів каналів розподілу і ціни на продукти харчового призначення. В. Гончаров зазначає: "Специфіці маркетингової діяльності в харчовій сфері притаманні принципи відмінності та особливості проти аналогічних систем іншої галузевої приналежності, які, в першу чергу, обумовлюються специфікою аграрного виробництва та особливостями продукції продовольчого призначення" [4].

У розвинених країнах теорія і практика маркетингу товарів продовольчого призначення мають неухильний розвиток. Наприклад, робота Р. Л. Колза і Дж.Н. Ула "Маркетинг аграрної продукції" була видана 8 разів. Останнє видання є переробленим і доповненим, з урахуванням новітніх змін в американському аграрному бізнесі та маркетингу товарів продовольчого призначення. У роботі окреслено основні поняття і принципи маркетингової діяльності, наведено опис складових системи маркетингу в їх реальній практичній реалізації, методи роботи аграрних підприємств та підприємств переробної галузі, оптової та роздрібною торгівлі для ринкового просування товарів, організації виробництва з урахуванням його вимог, менеджментом якості продукції та ризиками фінансового характеру тощо. Детально висвітлено історію та методи державного регулюючого впливу на продовольчий комплекс. У розділах, присвячених окремим галузям аграрного бізнесу, проаналізовано особливості ринків зернових, м'ясних, молочних та інших продуктів харчового призначення [5]. У США функціонує низка громадських і державних організацій, через які здійснюється систематизація досвіду в області маркетингового забезпечення діяльності харчових підприємств: Сільськогосподарська маркетингова служба при Міністерстві сільського господарства США, GMA (Американська асоціація виробників і продавців продуктів харчування), FMI (Інститут маркетингу харчової галузі), Американська асоціація виробників харчових продуктів та інші. 9 країн Азії мають членство в AFMA – Асоціації агентств

по маркетингу продовольчих товарів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, штаб-квартира якої розташована в Бангкоку. У Європі функціонує CIES – Продовольчий бізнес-форум. Ці організації мають представництва в усьому світі. У Росії функціонує Інститут ринку аграрної продукції (ІКАР) – агентство інформаційно-аналітичного обслуговування, здійснює теоретичні та прикладні дослідження в галузі розвитку світової і російської агропродовольчої системи. Російський Інститут аграрного маркетингу (ІАМ) функціонує в якості незалежного аналітичного центру, головна мета діяльності якого полягає у здійсненні маркетингових досліджень щодо реального стану та перспектив розвитку ринку продовольства в Росії [3].

Г. Астратова вважає, що "маркетинг продовольчих товарів є комплексною соціально-економічною дисципліною, системним чином вивчає закономірності в прояві, розвитку, формуванні та задоволенні сукупності індивідуальних потреб у продовольчих товарах у процесах суспільного відтворення з метою забезпечення добробуту окремих осіб і суспільства загалом.

Об'єкт вивчення маркетингу товарів продовольчого призначення становить сукупність потреб у продуктах харчового призначення індивідуального характеру, а також обумовлює його засоби виробництва, розподілу, обміну та споживання" [1].

Скориставшись загальною термінологією маркетингових концепцій, маємо можливість простежити еволюцію маркетингу продуктів харчового призначення в Україні, а також довести, що лише концепції маркетингу та соціально-етичного маркетингу є прийнятними в маркетинговій діяльності підприємств харчової галузі.

Концепція вдосконалення виробництва харчових продуктів довгий час домінувала в СРСР. Дефіцит основної маси товарів, у тому числі і багатьох харчових продуктів, зумовив формування виробничої маркетингової концепції. Так в офіційному документі, який повинен демонструвати прогрес у харчовій і переробній галузі, "Продовольча програма СРСР до 1990 року та заходи щодо її реалізації", прийнятому в 1982 році [6], увага акцентується не на споживанні товарів продовольчого призначення, а на процесі їх виробництва і безпосередньо на виробництві аграрної продукції – сировини для галузей харчової сфери.

Передмовою Продовольчої програми окреслювалося, що в процесі її розробки брали участь керівники офіційних організацій і відомств, аграрних підприємств, науковці. Винятковим джерелом запитів і вимог носіїв платоспроможного попиту харчових продуктів зазначені "звернення трудящих". Незважаючи на правильні цілі: "У найкоротші терміни здійснити надійне забезпечення населення країни продуктами харчового призначення. Це не тільки першочергове, але і актуальне соціальне і політичне завдання", шляхи досягнення цих цілей є пов'язаними з отриманням певного обсягу товарів продовольчого призначення взагалі, попри переваги різних носіїв платоспроможного попиту. Безпосередньо для всіх Радянських республік було визначено нормативну продуктивність однієї корови на рівні 600-700 кг, хоча в країнах Азії (колишніх республіках СРСР) традиційно перевага віддавалася НЕ коров'ячому молоку. Результати досліджень свідчать, що саме в країнах, що розвиваються, мета національної продовольчої політики полягає в досягненні зростання рівня споживання, а в розвинених країнах представлена ринкова потреба в товарах продовольчого призначення і еволюціонує адекватно рівню структури споживання та рівню якості харчових продуктів, а також їх впливу на здоров'я споживачів. Для товарів продовольчого призначення і досі у багатьох підручниках маркетингового напрямку рекомендується розраховувати місткість ринку на основі рекомендованих медиками норм споживання конкретного товару продовольчого призначення без урахування факторів, що впливають на реальні потреби носіїв платоспроможного попиту.

Концепції вдосконалення виробництва, товару та інтенсифікації маркетингових зусиль неефективні в процесі маркетингового забезпечення діяльності підприємств харчової сфери і можуть завдати шкоди бізнес-діяльності в цій галузі, оскільки будь-які заходи з просування продуктів харчового призначення без маркетингового обґрунтування необхідності їх виробництва є ризикованими: високий рівень ймовірності псування і втрати нереалізованих товарів продовольчого призначення, що зберігаються на складі магазину в процесі "вмовляння" носія попиту їх придбати. Рівень ефективності продажів інших товарів, що відносяться до групи товарів народного споживання, цією особливістю обумовлений набагато меншим чином. Виробникам продуктів харчового призначення не варто покладатися тільки на інтенсифікацію процесів просування товарів, вироблених зі стратегічної сировини, рівень вартості якої іноді досягає 80 % вартості товару. Товар продовольчого призначення – якісний з точки зору виробника, але не підкріплений враженням носія попиту до початку виробництва – через вищезазначені особливості може призвести до збитковості підприємства комерційної спрямованості і завдати збитків суспільству загалом, тобто соціальній спрямованості.

Концепції маркетингу (одержання інформації за запитом носіїв платоспроможного попиту і пропозиція товарів адекватно запиту) і маркетингу соціально-етичного спрямування (не нашкодити здоров'ю і життю споживача) дуже актуальні саме в маркетинговому забезпеченні товарів харчового призначення. Концепція маркетингу передбачає здійснення виробництва продукту під замовлення носія попиту, тільки такий процес сприяє мінімізації втрат товарів продовольчого призначення в

сьогоднішній ситуації глобальної продовольчої кризи.

Концепція маркетингу соціально-етичного спрямування стосується галузей, що виробляють товари харчового призначення, оскільки, на нашу думку, неякісний товар непродовольчого призначення шкодить насамперед бізнесу та іміджу виробника, а неякісне продовольство – здоров'ю та життю споживача. Тобто неякісний одяг або меблі максимум здатні зіпсувати настрій носію платоспроможного попиту, неякісне обладнання призведе до додаткових витрат, пов'язаних з його налаштуванням. У таких випадках загальним є прогнозований розрив довгострокової взаємодії носіїв платоспроможного попиту з носіями пропозиції. Крім того, варто зауважити, що надмірне споживання деяких груп харчових продуктів призводить до звикання і шкодить здоров'ю людей, тому використання концепції маркетингу соціально-етичного спрямування в харчовій галузі є необхідним.

Результати виробництва в лікєро-горілчаній та тютюновій промисловості здатні завдати негативних наслідків від споживання виробленого продукту для споживача і економіки держави, що виявляється у високих статистичних показниках захворювань і смертності споживачів цієї продукції, підвищенні рівня витрат на їх лікування і відновлення рівня працездатності, втратах суспільства від можливої передчасної смерті. На нашу думку, таке ж важливе значення постулатів зазначеної концепції є також для фармацевтичної галузі.

Спеціалізація маркетингової діяльності в харчовій галузі є необхідною з низки причин:

- товари продовольчого призначення спрямовані на задоволення базової фізіологічної потреби людини забезпечення життєдіяльності;
- зменшення обсягів стратегічної сировини – аграрної продукції;
- залежність обсягів аграрної продукції від впливу природно-географічних та інших факторів;
- продовольча криза – дефіцит товарів продовольчого призначення на світовому рівні;
- неадекватність рівня забезпечення виробничими потужностями підприємств харчової галузі ємності цільового ринку споживчих товарів;
- тимчасова затримка між отриманням сировини для підприємств харчової сфери (продукції аграрної сфери) і періодом виробництва і споживання товарів продовольчого призначення з цієї сировини;
- підвищення рівня собівартості товарів продовольчого призначення під дією факторів маркетингового мікро- і макросередовища;
- відносно невисокий рівень рентабельності виробництва товарів продовольчого призначення;
- зростання рівня цін на товари продовольчого призначення, обумовленого підвищенням рівня собівартості, багаторівневістю каналів збуту, недосконалістю законодавства;
- непрямий негативний вплив підвищення рівня цін на продукти харчового призначення на рівень попиту на товари непродовольчого призначення;
- неузгодженість дій між виробниками сировини, товарів продовольчого призначення і реалізаторами продукції харчової галузі;
- потреба в підвищенні рівня продовольчої безпеки держави;
- зростання питомої ваги товарів продовольчого призначення імпортного походження, виробники якої не піддаються впливу перерахованих вище факторів і мають цінові переваги;
- високий рівень відходів харчового виробництва;
- мінливість запитів споживачів, підвищення суспільного інтересу до проблем здійснення виробництва товарів продовольчого призначення, вмісту в них шкідливих домішок і ГМО, гігієни їх переробки, до проблеми усунення масштабів поширення захворювань через продукти харчового призначення.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Використання знань про особливості товарів продовольчого призначення та ринків у діяльності харчових підприємств на маркетинговій основі нівелює вказані проблеми і зумовить підвищення рівня ефективності виробничо-ринкової діяльності цих підприємств загалом. Продовольчі товари є найважливішою складовою системи життєзабезпечення людини, населення держави, дефіцит яких сприймається як нещастя, що вимагає оперативного державного втручання і швидкої реакції. Ринок продовольства впливає на стан економіки і визначає рівень соціальної стабільності суспільства, тому його стан повинен постійно відстежуватись на всіх стадіях – від наукових розробок до прийняття рішень державними структурами. Внутрішній зміст економічного характеру ринку продовольчих товарів відображається через взаємопов'язаність функціонування галузевих структур, які об'єднані спільною метою – виробництвом високоякісних товарів продовольчого призначення, забезпеченням ними споживачів та досягненням їх доступності, оптимального рівня їх споживання, формуванням державних фондів продовольства. Основу ринку продовольчих товарів складають виробничі, технологічні, соціальні, економічні та екологічні зв'язки між аграрною сферою, харчовою галуззю і торгівлею товарами продовольчого призначення, що мають основою послідовну переробку сировини і доставку товарів продовольчого призначення споживачеві [1].

Список літератури

1. Астратова, Г. В. Маркетинг продовольственного рынка: концептуальный подход / Г. В. Астратова. – Шадринск : Исетъ, 1996. – 324 с.
2. Галеев, М. М. Совершенствование маркетинговых подходов при реализации продовольственных товаров в розничной сети / М. М. Галеев. – М. : ПГУ, 2007. – 152 с.
3. Звягінцева, О. Особливості дослідження маркетингу товарів продовольчого призначення / О. Звягінцева // Економіка АПК. – 2010. – №3. – С. 25-30.
4. Звягінцева, О. Б. Збірка законодавчих актів, регулюючих процеси реєстрації, володіння і управління товарними знаками на товари і послуги / О. Б. Звягінцева. – Одеса : Фотосинтетика, 2006. – 255 с.
5. Колз, Р. Л. Маркетинг сельскохозяйственной продукции / Р. Л. Колз, Д. Н. Ул. – 8-е изд. ; пер. с англ. В. Г. Долгополова. – М. : Колос, 2000. – 512 с.
6. Продовольственная программа СССР на период до 1990 года и меры по ее реализации : материалы майского Пленума ЦК КПСС 1982 г. – М. : Политиздат, 1984. – 111 с.
7. Сайт Інституту продовольчого маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fmi.org/>.
8. Язлюк, Б. О. Формування та реалізація інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємств / Б. О. Язлюк // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. – № 20. – 2006. – С. 149-152.

References

1. Astratova, G. V. (1996). Marketing prodovol'stvennogo rynka: konceptual'nyj podhod. Shadrinsk : Iset'.
2. Galeev, M. M. (2007). Sovershenstvovanie marketingovyh podhodov pri realizacii prodovol'stvennyh tovarov v roznichnoj seti. Moscow : PGU.
3. Zviahintseva, O. (2010). Osoblyvosti doslidzhennia marketynhu tovariv prodovolchoho pryznachennia. Ekonomika APK, 3, 25-30.
4. Zviahintseva, O. B. (2006). Zbirka zakonodavchykh aktiv, rehuliuuiuchykh protsesy reiestratsii, volodinnia i upravlinnia tovarnymy znakamy na tovary i posluhy. Odesa : Fotosyntetyka.
5. Kolz, R. L. & Ul, D. N. (2000). Marketing sel'skoho zjajstvennoj produkcii. Moscow: Kolos.
6. Prodovol'stvennaja programma SSSR na period do 1990 goda i mery po ee realizacii : materialy majs'kogo Plenuma CK KPSS 1982 g. (1984). Moscow : Politizdat.
7. Sait Instytutu prodovolchoho marketynhu. (2014). Retrieved from: <http://www.fmi.org/>.
8. Yazliuk, B. O. (2006). Formuvannia ta realizatsiia investytsiino-innovatsiinoho potentsialu pidpriemstv. Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Serii: ekonomika, 20, 149-152.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2014 р.

Людмила Тарасівна ГЕРМАН

аспірантка кафедри міжнародних фінансів,
Тернопільський національний економічний університет
E-mail: laly_07@mail.ru

БАГАТОВИМІРНА БІДНІСТЬ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Герман, Л. Т. Багатовимірна бідність як детермінанта глобального економічного розвитку [Текст] / Людмила Тарасівна Герман // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 20-27. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. Глобальний економічний розвиток відбувається під впливом низки чинників, серед яких виокремлюють саме соціального спрямування. Соціальна нерівність та стратифікація країн стали негативними наслідками процесів інтернаціоналізації та глобалізації, а світ умовно поділився на багатих та бідних. Предметом дослідження є багатовимірна бідність як соціальна детермінанта глобального економічного розвитку.

Мета. Метою статті є обґрунтування ролі багатовимірної бідності як детермінанти глобального економічного розвитку та ідентифікація позицій країн у глобальному просторі за рівнем бідності. Сформульовано наступні завдання: з'ясувати роль соціальних факторів у глобальному економічному розвитку; розкрити розуміння бідності та основних її індикаторів; визначити позиції країн за рівнем бідності; запропонувати заходи задля його зменшення у світі.

Методи (методологія). У процесі дослідження використано загальнонаукові та специфічні методи, серед яких найсуттєвішими є: системний підхід, методи аналізу та синтезу, узагальнення та порівняння.

Результати. У результаті проведеного дослідження встановлено фактори та соціальні детермінанти глобального економічного розвитку. Визначено необхідність системного розгляду бідності через багатовимірну бідність. Проаналізовано роль країн, що розвиваються, у забезпеченні глобального економічного зростання. Проведено оцінку стану бідності та нерівності доходів у світі. Обґрунтовано необхідність зміни підходів глобальної стратегії подолання бідності.

Ключові слова: багатовимірна бідність; бідність; глобальний економічний розвиток; добробут; людський розвиток; розподіл доходів; соціалізація.

Liudmyla Tarasivna HERMAN

PhD Student,
Department of International Finance,
Ternopil National Economic University
E-mail: laly_07@mail.ru

MULTIDIMENSIONAL POVERTY AS A DETERMINANT OF GLOBAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract

Introduction. Global economic growth is influenced by several factors, including factor of the social sphere. Social inequality and stratification of the countries have become the negative effects of the processes of internationalization and globalization. The world was divided into rich and poor parts. The subject of the study is multidimensional poverty as a social determinant of global economic development.

Purpose. The article aims to study the role of poverty as a multidimensional determinant of global economic development and identification of the position in the global environment in terms of poverty. The following objectives are formulated: clarification of the role of social factors in global economic development; disclosure and understanding of poverty and its key indicators; determination of the position of countries in terms of poverty; offering the measures of its reduction in the world.

Methods (methodology). The study have used the general scientific and specific methods. The most significant are as the following: method of systematic approach, methods of analysis and synthesis, method of synthesis and comparison.

Results. The factors and social determinants of global economic development are determined. The necessity of systematic consideration of poverty through multidimensional poverty is proved. The role of developing countries in ensuring global economic growth is analysed. An assessment of poverty and of income inequality in the world is carried out. The necessity of changing attitudes of global poverty reduction strategy is grounded.

Keywords: multidimensional poverty; poverty; global economic growth; well-being; human development; distribution of income; socialization.

JEL classification: F390

Вступ

Економічний розвиток упродовж останніх десятиліть перестав бути винятково національною проблемою, і навіть регіональною (маємо на увазі інтеграційні об'єднання), а поступово набув ознак глобальності. Причин такої тенденції декілька. Передусім це об'єктивні процеси інтернаціоналізації, які спричинили активне переміщення як людських, так і фінансових ресурсів між країнами, що полегшило доступ не лише до факторів виробництва, а й до знань, культури, звичаїв, у тому числі й економічних традицій. По-друге, впровадження інформаційних технологій усунуло просторово-часові бар'єри між країнами, наблизило їх одна до одної, але водночас поглибило диференціацію у їх доступі до ресурсів. І третя, найважливіша на наш погляд, детермінанта актуалізації питання глобального економічного розвитку – це поява та загострення глобальних проблем, адже світова економіка нині нагадує тісно переплетений інтересами, потребами та можливостями конгломерат, де інтереси одного учасника неодмінно позначаються на іншому. Відповідно такі проблеми потребують колективного вирішення, адже інтернаціоналізація економічних процесів стала своєрідним каталізатором збільшення розривів в економічному розвитку країн. Серед детермінант, які окреслюють соціальний вимір глобального економічного розвитку, є бідність, яка поглиблюється на фоні ескалації інших глобальних проблем. Питання бідності, у тому числі й глобальної, не знаходять свого вирішення з огляду на появу нових викликів та загроз для країн, тому й потребують пошуку ефективних заходів подолання негативних тенденцій із забезпеченням соціальної справедливості.

Об'єкт дослідження – процеси соціалізації глобального економічного розвитку.

Предметом дослідження є багатовимірна бідність як соціальна детермінанта глобального економічного розвитку.

Мета та завдання статті

Мета роботи – обґрунтувати роль багатовимірної бідності як детермінанти глобального економічного розвитку та ідентифікувати позиції країн у глобальному просторі за рівнем бідності.

Для досягнення мети дослідження окреслено наступні завдання: 1) з'ясувати роль соціальних факторів у глобальному економічному розвитку; 2) подати розуміння бідності та основних її індикаторів; 3) визначити позиції країн за рівнем бідності у світі; 4) запропонувати можливі заходи зменшення рівня бідності у світі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Початок XXI ст. став новим етапом розвитку міжнародних економічних відносин та світового господарства. Принципи Вестфальської системи, яка зберігала за державами право юридичного суверенітету, а відповідно й рівність у відносинах з іншими країнами, на практиці показали свою неідеальність. Світове господарство перетворилося на ієрархічну систему відносин досягнення інтересів, доступу до світових ресурсів та нерівних можливостей. Таким чином, штучно (не еволюційним шляхом) сформувався світовий порядок, у якому визначилися країни-лідери, а світ поділився на багаті та бідні країни. Професор Аллен Р. у праці «Глобальна економічна історія» підтверджує глибоке історичне коріння проблеми «багаті-бідні» країни [1]. Відомий дослідник проблем геополітики Дугін О. пропонує наступну світобудову:

- зона ядра («багата» Північ, центр);
- зона світової периферії («бідний» Південь, периферія);
- проміжна зона або напівпериферія, куди входять країни, які мають можливості нарощувати свій вплив на глобальний економічний розвиток, зокрема Китай, Індія, Бразилія [2, с. 22].

Глобальний економічний розвиток пропонуємо розглядати як глобальний процес, спрямований на забезпечення економічного зростання та якісного розвитку, який формується під впливом низки чинників, основними з яких виокремлюємо: історико-цивілізаційні, соціальні, економічні, геополітичні,

екологічні, відповідно соціальна складова є невід'ємною для забезпечення глобального розвитку. До основних соціальних детермінант глобального розвитку, що визначають його тенденції, пропонуємо зарахувати такі: бідність, людський розвиток (разом із освітою та охороною здоров'я), демографічні процеси, гендерну рівність, продовольчу проблему та ін.

Водночас світове господарство розвивається за умов поглиблення глобальної нестабільності, основні вияви якої полягають у наступному: загострення геополітичних ризиків, неефективне реформування фінансових систем розвинених країн, волатильність цін на ринках, низька інвестиційна та ділова активність, зміна клімату та загострення екологічних проблем. Так причинами загострення протиріч та нерівності професори Бредшоу Й. та Уоллес М. називають гомогенізацію світової економіки, збільшення чисельності населення та зростання поляризації багатих й бідних, актуалізацію проблем забруднення навколишнього середовища, багатокультурність та етнічно-расові проблеми [3]. Глобальний розвиток є нелінійним процесом, тому його достовірне прогнозування на довготривалий період є неможливим. Тим більше, що зберігаються актуальними існуючі раніше фактори вразливості та ризики для більшості країн, на світовій арені з'являються нові гравці, зокрема Китай, який може кардинально змінити світовий економічний порядок. У майбутньому ці тенденції суттєво поглиблюють наявні дисбаланси глобального економічного розвитку, тим більше, якщо врахувати, що потенціал розвинених країн до зростання вичерпується після кризи 2008-2009 рр. Так динаміка зростання ВВП останніми роками демонструє наступну тенденцію (рис. 1): темпи щорічного зростання ВВП у країнах, що розвиваються, перевищують аналогічний показник для розвинених країн, і саме вони найменш болісно пережили світову економічну кризу. Саме темпи економічного зростання можуть частково вирішити питання бідності, адже сприятимуть зростанню добробуту населення. Водночас, дотримуємося думки, що ВВП або ВВП на одну особу є лише кількісним показником економічного розвитку. Економічне зростання не завжди призводить до вирішення проблем бідності, важливими є його темпи та джерела [4].

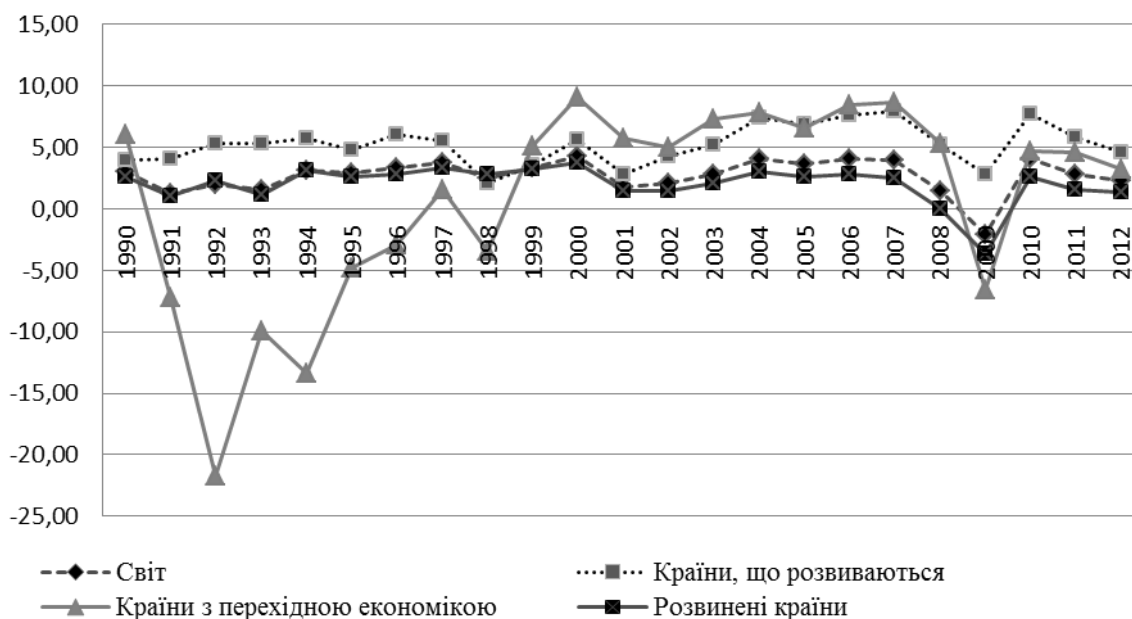


Рис. 1. Динаміка середньорічних темпів зростання ВВП, % [5]

Традиційне розуміння бідності дозволяє виокремити абсолютну (стан, коли рівень доходів індивідуума чи сім'ї є нижчим від визначеного прожиткового мінімуму) та відносну бідність [6, с.82; 7]. Вважаємо, що показники абсолютної та відносної бідності не можуть об'єктивно відображати роль бідності як детермінант глобального розвитку. Тому у практиці ООН використовується поняття «багатовимірна бідність».[8]. Багатовимірна бідність полягає в обмеженості доступу до послуг охорони здоров'я та освітніх, питної води та інших послуг. До основних характеристик бідності належать: глибина бідності (відхилення величини доходів або витрат бідних від визначеної межі бідності); межа бідності (рівень доходу, з яким неможливо задовольнити основні потреби); крайня бідність (яка порівняно із стандартами розвинених країн вважається межею виживання); рівень бідності (питома вага сімей (домогосподарств), у яких рівень споживання (доходів) на одну особу є нижчим від визначеної межі бідності) [8].

Але встановлені стандарти життя розвинених країн далекі від тих, у яких проживає бідне населення світу і яке стало периферією, іноді через об'єктивні обставини. У європейських країнах рівень бідності встановлено у значенні 5 дол. США в день, тоді, як для країн, що розвиваються, – 1,25 дол. США. Завдяки

заходам по досягненню Цілей розвитку тисячоліття вдалося суттєво скоротити рівень бідності у світі – майже вдвічі (багато в чому завдяки зменшенню рівня бідності у країнах Східної Азії та Тихоокеанського регіону, зокрема в Китаї), що підтверджено даними рис. 2 щодо розподілу населення, що проживає на менше ніж 1,25 дол. США в день у різних регіонах. Проте, незважаючи на позитивну динаміку, ситуація продовжує залишатися проблемною. За даними Світового банку, майже 1,2 млрд людей у світі проживає в умовах крайньої бідності – це близько 21 % населення країн, що розвиваються [9]. Щодо країн Африки, то за останні 20 років лише на 10 % вдалося скоротити частку населення, що проживає на менш ніж 1,25 дол. США в день, проте досягнуто значних успіхів у сфері освіти і охорони здоров'я.

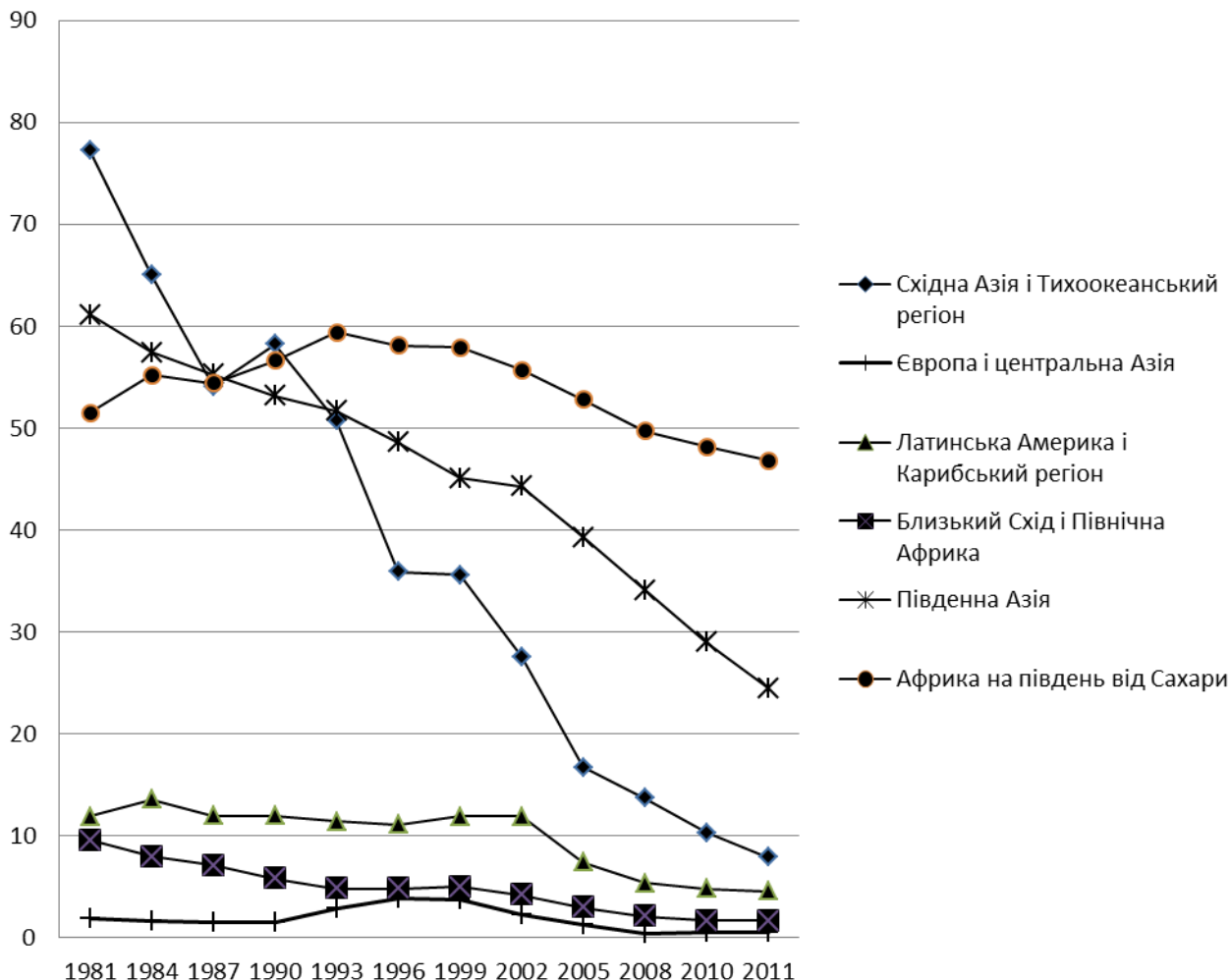


Рис. 2. Динаміка розподілу бідного населення за регіонами світу (% від загальної чисельності населення) [10]

Соціальна поляризація розвитку проявляється не лише в рівнях бідності, а й нерівномірності розподілу доходів у світі, яка впродовж років залишається невирішеною проблемою, адже збагачення одних країн або верств населення відбувається за рахунок зубожіння інших. За дослідженнями лауреата Нобелівської премії миру М. Юнуса, близько 94 % світових багатств отримує 40 % населення планети, тоді як решта 60 % володіють лише 6 % багатств [11, с. 17].

Водночас, за розрахунками експертів ОЕСР, у межах організації, куди входить 34 країни, які здебільшого мають високий рівень економічного та людського розвитку, за останні десятиліття середнє значення децильного коефіцієнта диференціації доходів (відношення доходів 10 % найбагатшого населення до 10 % найбіднішого) досягло максимального рівня: у 80-х рр. XX ст. він становив 9 %, у 90-х рр. – 8 %, у 2012 р. – 9,6 %. Такий рівень розподілу доходів наближається до критичного – 10 % (оптимальним є його значення в межах 5–7 %), тому під загрозою стоїть не лише питання соціальної захищеності населення країн, але й довгострокового економічного зростання. Диференціація спостерігається і за країнами (рис. 3), наприклад, найнижче значення має Данія – 5,2 %, тоді як для Чилі та Мексики коефіцієнт становить відповідно 26,5 % та 20,5 % [12].

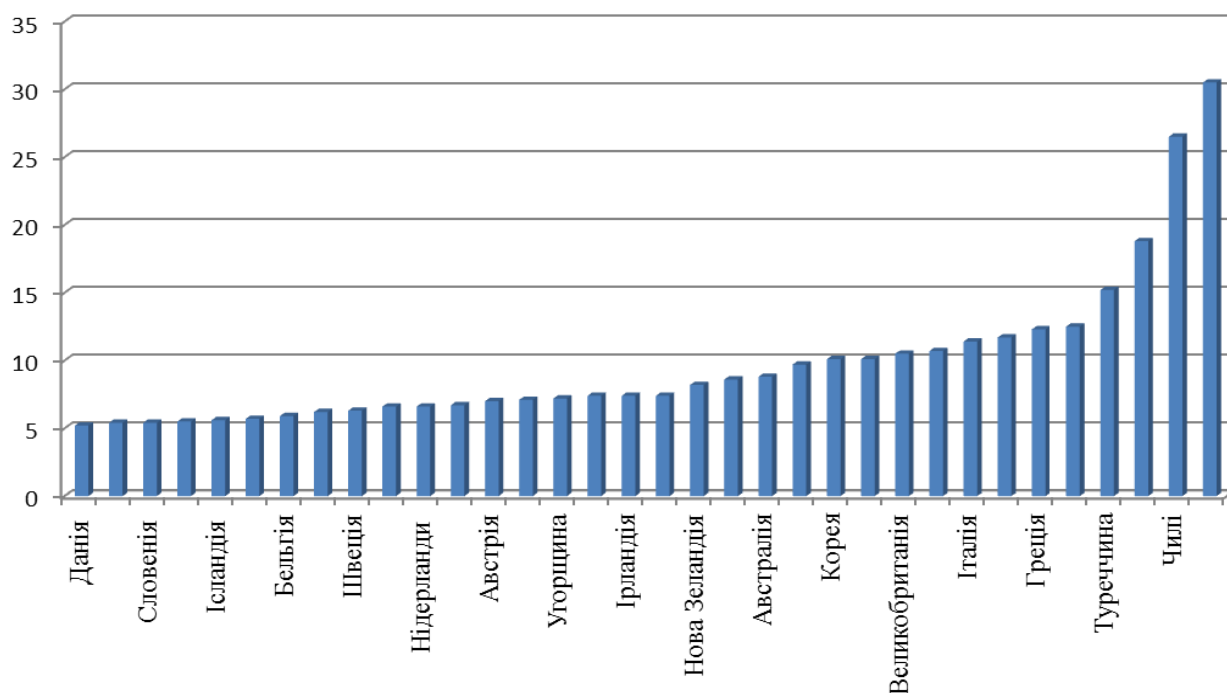


Рис. 3. Розподіл країн ОЕСР за значенням децильного коефіцієнта, % [12]

До показників, які характеризують диференціацію доходів, належать також коефіцієнт Джині (якщо він рівний нулю, то доходи в суспільстві розподілені справедливо) та квінтільний коефіцієнт (усе суспільство поділяється на 5 груп і обчислюється співвідношення середнього рівня доходів 20 % найбільш забезпеченого населення до середнього рівня доходів 20 % найменш забезпеченого). Для окремих країн названі показники наведено у табл. 1. Аналіз підтверджує нерівномірність розподілу доходів у світі, незалежно від коефіцієнтів, за якими їх визначають. Водночас у дослідженнях не враховано обсяги тіньового сектору, фінансовий потенціал якого є доволі значним. Рівень життя населення у розвинених, у тому числі європейських, країнах є значно вищим від інших, тому існує диференціація у рівнях бідності та критеріях відносної бідності. А більшість бідного населення планети (близько 70 %) проживає у країнах з низьким рівнем доходу.

Для оцінки соціальної стратифікації країн світу було використано індекс людського розвитку, який щорічно визначається ООН як інтегральний показник, який відображає рівень життя населення. Індекс розвитку людського потенціалу розраховується також із коригування нерівності, що дає змогу визначити втрати через відмінності в доходах, доступі до освіти та охорони здоров'я. Україна за даними 2012 р. перебувала на рівні країн із високим рівнем людського розвитку, проте для неї характерною була значна нерівномірність у розподілі доходів [13]. За рівнем людського розвитку вона увійшла до групи країн із високим рівнем, демонструючи зростання значення показника. Однак такий рейтинг (а це 78 місце у 2012 р. серед 186 країн світу) [13] є маловтішним, бо Україна є аутсайдером серед країн Європи, незважаючи на вагомий рівень освіченості, втрачає щороку науковий потенціал, який через низький рівень життя мігрує з країни; негативно позначаються і деструктивні процеси в економіці; низька конкурентоспроможність національної економіки через відсутність інноваційних підходів не забезпечує розвитку; відсутність пріоритетів розвитку, коли першочерговим визнається економічна складова, а не соціальна (такий підхід є заздалегідь згубним, адже в основі суспільства є людина як індивідуум, що має потреби, інтереси); не розроблена система підтримки відтворення населення та ін.

Інститутом Legatum розраховується комбінований показник – індекс добробуту країн (The Legatum Prosperity Index), який відображає добробут та процвітання країни за 79 індикаторами для 8 напрямів, в тому числі й оцінюється соціальний капітал. Країнами-лідерами у 2013 р. Були Норвегія, Швейцарія. Канада, Швеція, Нова Зеландія. До країн, які показали найнижчі показники, віднесено Бурунді, Афганістан, ДР Конго, ЦАР, Чад. Україна посіла 64 місце серед 142 досліджуваних країн, причому її позиції не змінилися, незважаючи на реформи (у 2009 р. вона займала 63 місце, у 2011 р. – 74) [14].

Таблиця 1. Індикатори людського розвитку країн світу та нерівномірності розподілу доходів [13]

Країни	Показники		
	Індекс людського розвитку (2012 р.)	Квінтильний коефіцієнт доходів (2000-2012 рр.)	Коефіцієнт Джині (2000-2010 рр.)
Країни з дуже високим рівнем людського розвитку			
Норвегія	0,955	3,9	25,8
США	0,937	8,4	40,8
Німеччина	0,920	4,3	28,3
Ірландія	0,916	5,7	34,3
Швеція	0,916	4,0	25,0
Канада	0,911	5,5	32,6
Австрія	0,895	4,4	29,2
Польща	0,821	5,5	34,1
Країни з високим рівнем людського розвитку			
Білорусь	0,793	4,0	27,2
Росія	0,788	7,3	40,1
Україна	0,740	3,8	26,4
Країни з середнім рівнем людського розвитку			
Китай	0,699	9,6	47,5
Єгипет	0,662	4,4	30,8
Індія	0,554	4,9	33,4
Країни низьким рівнем людського розвитку			
Конго	0,534	10,7	47,3
Ангола	0,508	30,9	58,6
Уганда	0,456	8,7	44,3
Чад	0,340	7,4	39,8

Проведене дослідження показує, що подолання багатовимірної бідності за ініціативи міжнародних організацій та розвинених країн є заходами, які лише спроможні зменшити її глибину, але не сприяють розв'язанню проблеми. Основними тенденціями десоціалізації глобального економічного розвитку встановлено наступні: диференціація країн за рівнем бідності, антагонізація країн за рівнем розподілу доходів, стратифікація глобального простору за рівнем людського розвитку країн, зростання соціальної відчуженості. Не лише прошарки населення, але й країни та навіть регіони є соціально відчуженими під впливом глобалізаційних процесів, адже не можуть користуватися тими можливостями, які задекларовані та входять у соціальні пакети в розвинених країнах. Обмежений доступ до соціальних благ унеможливорює економічний розвиток таких країн, незважаючи на фінансові та інвестиційні проекти. Міжнародні організації, передусім ООН, Світовий банк, Міжнародний валютний фонд, ФАО та ін. є інституційним базисом подолання бідності та досягнення інших цілей розвитку тисячоліття. Але на думку зарубіжних дослідників допомога розвинених країн урядам тих, що розвиваються, надається здебільшого з метою маніпулювання ними [3, с. 88], використання їх як джерела сировинних ресурсів та дешевої робочої сили. Тому механізми подолання бідності слід шукати не лише в матеріальній складовій, а й в соціокультурній та освітній сферах. Периферійний прошарок є у кожному суспільстві, але якщо він перевищує гранично допустимий рівень й відсутні результати його подолання, то країна стає маргіналом, а відтак, зростання чисельності таких країн порушує глобальний економічний розвиток. Д. Белл вбачає два варіанти розподілу ресурсів – або вони залишаться механізмом швидкого реагування на потреби, або ж перетворяться на системні зусилля по реалізації координованих програм [15]. За таких умов потребує перегляду сама глобальна стратегія подолання бідності, реформування національних економік, спрямоване на зростання, адже за інших умов країни, що розвиваються, та найменш розвинені не зможуть інтегруватися у глобальний економічний простір на правах партнерства.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Людський фактор вважаємо одним із визначальних для забезпечення глобального економічного розвитку, адже, як показує практика африканських країн, його ігнорування може призвести до катастрофічних соціально-демографічних наслідків. Для прикладу, окремі країни Африки до кінця XX ст. розвивалися як колонії, водночас природно-ресурсний потенціал цих територій теоретично дає можливість розвитку, зокрема із наявними родовищами мінеральних ресурсів, землями сільськогосподарського призначення. Але на практиці ці країни, не без участі світової спільноти, стали осередком бідності, куди спрямовується донорська допомога розвинених країн, але водночас запроваджуються проти них заходи протекціоністського характеру у фінансовій та торговельній сферах.

Так у цих країнах проживає 17,6 % населення планети (за даними 2011 р.), тоді як їх частка у світовому експорті товарів та послуг становила лише 8,6 %. Такі подвійні стандарти розвинених країн не дають бідним країнам перспектив розвитку. Тому вбачаємо поєднання двох заходів зменшення бідності: зменшення соціальної стратифікації та викорінення «культури» бідності, коли населення звикає до свого злиденного становища і приймає його як належне. За інших умов жодна фінансова допомога, яка буде розподілена між прошарками суспільства, не подолає цей стереотип, без фінансування освіти, охорони здоров'я, підвищення кваліфікації. Світовим банком у 2011 р. уже була започаткована ініціатива «Освіта для всіх», у межах якої у 2013 р. було вкладено в освітні програми близько 2,9 млрд дол. США, з яких 1,3 млрд дол. США виділено на цілі фінансування базової освіти; профінансовано більше 2,4 млрд дол. США в програми у сфері охорони здоров'я, харчування та народонаселення [9], але цих ресурсів недостатньо. Окрім того, об'єктивно має відбутися перерозподіл сил при формуванні світового економічного порядку, бо нинішня ситуація вказує на існування групи країн (розвинених), котрі насаджують власну політику розвитку іншим. З цього приводу дослідник Дугін О. зазначає, що «будь-які спроби ієрархізувати людські суспільства призводить до «расизму»; і якщо біологічний расизм сьогодні вийшов з моди, то культурний, економічний, соціальний, технологічний расизм залишається вісью західного погляду на світ» [2, с. 236].

Зважаючи на багатоаспектність піднятої проблематики, соціальні детермінанти не обмежуються лише бідністю, але нині вона є тією відправною точкою, без врахування якої не може бути ні розвитку, ні економічного зростання. Таким чином формування соціально орієнтованих держав та підтримка такого процесу – це пріоритет світової спільноти при розробці заходів зниження багатомірної бідності та соціальної нерівності. Реалізація соціальної функції держави має стати підґрунтям майбутнього глобального економічного розвитку із освіченим, здоровим та забезпеченим населенням,

Список літератури

1. Аллен, Р. Глобальная экономическая история : Краткое введение / Р. Аллен; пер. с англ. Ю. Кантуревского. – М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2013. – 224 с.
2. Дугин, А. Г. Теория многополярного мира / А. Г. Дугин. – М. : Евразийское движение, 2013. – 532 с.
3. Bradshaw, Y. W. *Global Inequalities* / Y. W. Bradshaw, M. Wallace. – Thousand Oaks (Cal.); London; New Delhi: Pine Forge Press, 1996. – 223 p.
4. Ianchovichina, E. (2012). What is Inclusive Growth? [Electronic Resource] / Elena Ianchovichina, Susanna Lundstrom Gable. – Mode of access: <http://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-1218567884549/WhatIsInclusiveGrowth20081230.pdf>.
5. About UNCTAD Statistics [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.
6. Красун, А. Бідність в Україні та шляхи її подолання / А. Красун, Я. Турчин // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2008. – № 20. – С. 81–85.
7. Бабак, І. М. Бідність як соціальний феномен: специфіка українського суспільства [Електронний ресурс] / І. М. Бабак // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2012. – Вип. 56. – С. 61–68. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/staptp_2012_56_7.pdf.
8. ЦРТ – словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.undp.org.ua/files/ua_46666MDGs_glossary_ukr.pdf
9. Annual Report 2013. End extreme poverty. Promote shared prosperity. [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/WB-goals2013.pdf>
10. World DataBan. Poverty and Inequality [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://databank.worldbank.org/data/views/variableselection/selectvariables.aspx?source=poverty-and-inequality-database>
11. Юнус, М. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма / Мухаммад Юнус, Алан Жолу. — М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 307 с.
12. OECD Statistics. Social Protection and Well-being [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://stats.oecd.org/>
13. Human Development Report 2013. The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://hdr.undp.org/en/2013-report>
14. The Legatum Prosperity Index. October 2013. [Electronic Resource]. – Mode of access: http://media.prosperity.com/2013/pdf/press_releases/FINAL_2013_US_Legatum_Institute_Release_FINAL.pdf.
15. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл / Перевод с английского. Изд. 2-ое, испр. и доп. – М.: Academia, 2004. – 788 с.

References

1. Allen, R. (2013). *Global'naja jekonomicheskaja istorija : Kratkoe vvedenie*. Moscow. : Izd-vo In-ta Gajdara.
2. Dugin, A. G. (2013). *Teorija mnogopoljarnogo mira*. Moscow. : Evrazijskoe dvizhenie.
3. Bradshaw, Y. W. & Wallase, M. (1996). *Global Inequalities*. Thousand Oaks (Cal.); London; New Delhi: Pine Forge Press.
4. Ianchovichina, E. & Gable, S. L. (2012). *What is Inclusive Growth?* Retrieved from: <http://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-218567884549/WhatIsInclusiveGrowth20081230.pdf>.
5. About UNCTAD Statistics (n.d.). Retrieved from: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.
6. Krasun, A. & Turchyn, Ya. (2008). *Bidnist v Ukraini ta shliakhy yii podolannia. Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku*, 20, 81–85.
7. Babak, I. M. (2012). *Bidnist yak sotsialnyi fenomen: spetsyfika ukrainskoho suspilstva. Sotsialni tekhnolohii: aktualni problemy teorii ta praktyky*, 56, 61–68. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/stapttp_2012_56_7.pdf.
8. CRT – slovník. (2013). *Rezhim dostupu: www.undp.org.ua/files/ua_46666MDGs_glossary_ukr.pdf*.
9. *Annual Report 2013. (2013). End extreme poverty. Promote shared prosperity*. Retrieved from: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/WB-goals2013.pdf>.
10. World DataBan. Poverty and Inequality. (2014). Retrieved from: <http://databank.worldbank.org/data/views/variableselection/selectvariables.aspx?source=poverty-and-inequality-database>.
11. Junus, Muhammad & Zholi, Alan. (2009). *Sozdavaja mir bez bednosti: Social'nyj biznes i budushhee kapitalizma*. Moscow: Al'pina Pablisherz.
12. OECD Statistics. *Social Protection and Well-being*. (2013). Retrieved from: <http://stats.oecd.org/>.
13. *Human Development Report 2013. The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World*. (2013). Retrieved from: <http://hdr.undp.org/en/2013-report>.
14. *The Legatum Prosperity Index*. (2013). Retrieved from: http://media.prosperity.com/2013/pdf/press_releases/FINAL_2013_US_Legatum_Institute_Release_FINAL.pdf.
15. Bell, D. (2004). *Grjadushhee postindustrial'noe obshchestvo. Opyt social'nogo prognozirovaniya*. Moscow: Academia.

Стаття надійшла до редакції 11.11.2014 р.

Владислав Валерійович ГУБІН

старший лаборант,
Центр економічних досліджень,
Одеська національна академія харчових технологій

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Губін, В. В. Удосконалення інженерно-технічного обслуговування виробництва в сільськогосподарських підприємствах / Владислав Валерійович Губін // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 28-34. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті розглянуто інженерно-технічну службу як систему в складі організаційної структури сільськогосподарського підприємства, її значення та основні завдання. Запропоновано напрямки бюджетної підтримки, які можуть бути використані для стимулювання проведення технічного та технологічного переозброєння сільськогосподарських підприємств. Схематично представлено послідовність розробки організаційної структури інженерно-технічної служби.

Ключові слова: агропродовольчий ринок; інженерно-технічні служби; інвестиції; лізинг; інноваційність; капіталоемність.

Vladyslav Valeriyovych GUBIN

Senior Laboratorian,
Center of Economic Researches,
Odessa National Academy of Food Technologies

IMPROVEMENT OF ENGINEERING AND TECHNICAL MAINTENANCE OF PRODUCTION IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

Abstract

The article defines the engineering and technical service as a system. It is a as part of the organizational structure of the agricultural enterprise. Its importance and basic tasks are determined. The directions of budgetary support, which can be used to stimulate the technical and technological re-equipment of agricultural enterprises, are considered in the article. It is schematically presented the sequence of organizational structure of the engineering and technical service.

Keywords: agri-food market; engineering and technical services; investments; leasing; innovation; capital intensity.

JEL classification: Q120

Вступ

Досягнення порогових значень продовольчої безпеки нерозривно пов'язане з процесами модернізації та переходу агропромислового комплексу до інноваційного розвитку, що дозволить знизити залежність нашої країни від світового агропродовольчого ринку. Модернізація галузей сільського господарства може відбутися лише на основі техніко-технологічного оновлення виробництва, що передбачає не тільки удосконалення технічної оснащеності сільськогосподарського виробництва, а й ефективне використання і відтворення інженерно-технічних кадрів для найбільш повної реалізації людського капіталу на селі [7].

Мета статті

Метою дослідження є удосконалення та розробка теоретико-методичних і практичних аспектів формування організаційно-економічного механізму інженерно-технічного забезпечення аграрних підприємств.

© Владислав Валерійович Губін, 2014

Попри наявність досліджень, пов'язаних із вивченням різних питань інженерно-технічного забезпечення аграрних підприємств, залишаються деякі теоретичні та практичні аспекти цієї проблеми на державному рівні в ринкових умовах господарювання, які вивчені ще не достатньо. Висока актуальність проблеми і дискусійність багатьох питань створення сучасної ефективної системи інженерно-технічного забезпечення аграрних підприємств визначають необхідність теоретичних і практичних розробок, спрямованих на поліпшення її організаційно-економічного механізму в умовах становлення ринкових відносин.

Розробкою наукових основ створення ефективної системи матеріально-технічного забезпечення аграрних підприємств займалося велика кількість вчених і практичних працівників. Окремі аспекти проблеми становлення та розвитку системи інженерно-технічного забезпечення аграрних підприємств розглядалися в працях багатьох фахівців, таких, як: Аверчева Н. О., Васильчак С. В., Войт С. М., Діброва Т. Г., Гулей А. І., Звягінцева О. Б., Лагодієнко В. В., Топіха І. Н., Ципкін Ю. А та ін.

Під впливом технічного прогресу відбувається істотна якісна зміна техніки, яка надходить у господарства, значно зростає потужність і продуктивність машин, у конструкціях яких застосовуються комп'ютерні технології, складні електронні, гідравлічні і пневматичні системи. Це сприяє підвищенню експлуатаційних якостей машин, але водночас обумовлює нові вимоги до системи інженерно-технічного обслуговування виробництва в сільськогосподарських підприємствах.

Як відомо, потенційні можливості сільськогосподарської техніки перетворюються в реальні при високому організаційному рівні її використання, так 80-90 % всього економічного ефекту від створення нової техніки реалізується у сфері її експлуатації. Однак, незважаючи на гострий дефіцит технічних засобів в аграрному секторі, потенційні можливості машин у сільськогосподарських підприємствах використовуються нерідко лише на 40-50 %. Причинами цього є недоліки у сформованій системі інженерно-технічного обслуговування виробництва [8].

Необхідна злагоджена робота підрозділів інженерно-технічного обслуговування виробництва, покликаних підтримувати справний стан і високопродуктивне використання сільськогосподарської техніки, навіть в інноваційно-активних підприємствах не забезпечується.

На сучасному етапі перед інженерно-технічними службами в якості специфічних підрозділів господарств стоять принципово нові завдання. Вони покликані доповнювати діяльність основних виробництв, сприяти реалізації інноваційного потенціалу і технологій, розробки та впровадження в реальних умовах виробництва нових методів управління ресурсозбереженням, підвищенню ефективності праці механізаторів, водіїв та ремонтних робітників.

На сучасному етапі перед сільським господарством стоїть дуже складне завдання – підвищити ефективність виробництва на основі стимулювання освоєння технологічних інновацій і поліпшення використання його технічного потенціалу. Матеріальну базу індустріалізації села завжди визначав рівень технічних і енергетичних засобів, що випускаються промисловістю, а також обсяги їх надходження в сільськогосподарські підприємства. Однак, з переходом до ринкових відносин, через низьку платоспроможність сільськогосподарських товаровиробників відбулося різке скорочення обсягів придбання техніки, одночасно була зруйнована складена система інженерно-технічного обслуговування виробництва на всіх рівнях управління: рівні господарств, адміністративного району, регіону [10].

Відтворювальні умови функціонування агропромислового комплексу (АПК) України визначалися несприятливими факторами ринкового середовища і недостатнім рівнем державної підтримки виробництва, що обумовлювало нестійкість темпів зростання сільськогосподарської продукції, скорочення кількості функціонуючих господарств, площі сільськогосподарських угідь і поголів'я худоби.

В умовах ринкових відносин потрібні альтернативні способи задоволення потреб виробників сільськогосподарських товарів у довгострокових кредитах на придбання дорогих машин, механізмів і технологічного устаткування. Одним з таких способів є залучення інвестицій та лізинг, які ведуть до накопичення основних виробничих фондів підприємства, особливо їх активної частини. При цьому слід вважати, що грошові кошти, вкладені в розширення або модернізацію виробничих потужностей, як правило, на початковому етапі суттєво не впливають на фінансові показники сільськогосподарських підприємств, а створюють (беруть участь у формуванні) матеріально-технічну базу для подальшого економічного зростання [11].

Оновлення сільськогосподарської техніки завдяки інвестиціям призначене вирішити завдання щодо стимулювання придбання товаровиробниками високотехнологічних машин для рослинництва і тваринництва.

Для стимулювання проведення технічного та технологічного переозброєння сільськогосподарських підприємств можуть бути використані різні напрямки бюджетної підтримки, зокрема:

- відшкодування частини витрат на сплату відсотків за інвестиційними позиками, отриманими в українських кредитних організаціях на придбання сільськогосподарської техніки вітчизняного та зарубіжного виробництва;

-
- використання коштів державного лізингового фонду;
 - використання коштів обласного лізингового фонду;
 - реалізація цільових державних і обласних програм розвитку сільського господарства [12].

Як відомо, згідно з положеннями економічної теорії, операційна ефективність пов'язується не тільки з використанням найбільш ефективних факторів виробництва, а й факторів продуктивності, серед яких: інновації, застосування передових методів управління, знання, наявність необхідної інформації та ін.

Отже, наявність необхідної бази кваліфікації кадрів у сільськогосподарській організації, разом із персоналом, який відноситься до інженерно-технічного забезпечення виробництва, дозволить більш ефективно реалізувати потенціал освоєваних нововведень. При вирішенні зазначених завдань керівники та фахівці інженерних підрозділів сільськогосподарських підприємств керуються здебільшого знаннями, досвідом, інтуїцією, здоровим глуздом і набором стереотипних рішень, створених практикою [14].

При невисокому рівні механізації та автоматизації виробництва недостатня компетенція інженерних працівників не призводила до серйозних економічних втрат. Імовірність неправильних рішень і можливий збиток через хиби управління зростає з підвищенням рівня механізації та автоматизації виробництва, енерго- і електрооснащеності праці, ускладненням завдань, що вирішуються інженерами і техніками. У цих випадках особистий досвід, здоровий глузд і інтуїція стають недостатнім аргументом при прийнятті рішень.

Сформулюємо тезово власне бачення проблеми.

1. Із зростанням інноваційності та капіталоємності в сільському господарстві ефективність використання виробничого потенціалу на селі значною мірою визначається інженерно-технічним обслуговуванням виробництва. Основним призначенням інженерної діяльності в умовах конкретного підприємства є створення необхідних організаційно-технічних та економічних передумов для успішної реалізації ресурсного потенціалу підрозділів основного виробництва, спрямованих на поліпшення якісних показників роботи, насамперед на підвищення продуктивності праці, зниження витрат, випуск високоякісної продукції, оптимального завантаження сільськогосподарської техніки та забезпечення технологічної дисципліни.

2. Під впливом науково-технічного прогресу відбувається формування якісно нової продуктивної сили, що об'єднує не тільки безпосередніх виробників, але і працівників, зайнятих технологічною підготовкою механізованого виробництва, експлуатацією машин та обладнання, технічним обслуговуванням і ремонтом, управлінням всією масою техніки. Ці функції виконують фахівці підрозділів інженерно-технічного обслуговування виробництва, якісний склад яких зазнає істотних змін, що є об'єктивною необхідністю і результатом активізації інноваційних процесів на селі.

У ринковій економіці потребує принципових змін система економічних відносин, а також координація цілей інженерно-технічного обслуговування, з огляду на інтереси і економічні вигоди виробників машин, підприємств технічного сервісу та їх сільськогосподарських споживачів. У цих умовах істотно змінюються завдання інженерно-технічних підрозділів на рівні господарств. Тому формування системи інженерно-технічного обслуговування виробництва за змістом та ієрархічністю повинно впливати з логіки ринкових перетворень, мати системний характер і визначати величину попиту на технічні послуги (рис. 1) [13].

Діяльність інженерно-технічних працівників полягає в управлінні механізованим виробництвом. При цьому управлінський вплив передбачає створення і прийняття техніко-технологічних, організаційних і соціально-економічних рішень, спрямованих на забезпечення узгоджених дій інженерів і техніків стосовно ланки, бригади, механізованого загону або інженерної служби загалом [9].

Механізм управління інженерно-технічним обслуговуванням виробництва в сільськогосподарських підприємствах становить сукупність функцій, форм, методів і стимулів, спрямованих на досягнення результативної роботи інженерних підрозділів, удосконалення організаційних форм і структур управління, розвиток самоврядування і творчої активності в колективах механізаторів, водіїв та ремонтних робітників.

Під впливом технічного прогресу і глобалізації економіки, наприклад, у такій капіталомісткій галузі АПК як птахівництво, відбувається формування якісно нових вимог до забезпечення виробництва у складі не тільки безпосередніх виробників, але і працівників, зайнятих технологічною підготовкою та обслуговуванням виробництва, його організацією і управлінням [6].



Рис. 1. Основні завдання інженерно-технічного обслуговування виробництва в сільськогосподарських підприємствах

Ці функції в більшості випадків виконують кваліфіковані фахівці, що викликало зростання їх чисельності. Крім того, технічний прогрес зумовлює значні зміни в професійно-кваліфікаційній структурі фахівців.

У змінах, що відбувалися в структурі інженерно-технічних кадрів, можна виокремити три основні напрямки, які мають не тільки професійний, а й соціальний характер. По-перше, сюди слід віднести зміни в розподілі технічних фахівців між різними галузями АПК, пов'язані з неоднаковими темпами розвитку в них технічного прогресу. По-друге, зміни в наборі спеціальностей, які з'являються під впливом їх диференціації та інтеграції в результаті формування нових галузей виробництва та їх структурних підрозділів. По-третє, якісні зміни в професійній підготовці інженерних кадрів, що спричинені характером і умовами сучасного виробництва (посилення, наприклад, технологічної, економічної та екологічної підготовки).

Інженерно-технічна служба (ІТС) є складовою частиною організаційної структури сільськогосподарського підприємства. По структурному складу вона представляє систему, що містить низку спеціалізованих підрозділів, кожен з яких вирішує певне коло завдань. Значення інженерно-технічної служби та їх завдання визначаються вимогами виробництва. Особливість і складність їх встановлення полягає в тому, що в механізованому виробництві вони пов'язані з функціями, які виконують інші технологічні служби (агрономічна, зоотехнічна та ін.). В економічній літературі існують різні визначення інженерно-технічної служби і, відповідно, неоднозначні поняття її ролі в системі управління виробництвом [5].

Інженерно-технічна служба сільськогосподарських підприємств є основною ланкою системи інженерно-технічного обслуговування виробництва і безпосередньо бере участь у виробництві та переробці сільськогосподарської продукції.

Фахівці інженерно-технічної служби відповідають за впровадження інноваційних процесів, комплексну механізацію та автоматизацію виробництва, а також ефективне використання машин, стан

ремонтно-експлуатаційної бази, готовність і збереження машинно-тракторного та автомобільного парків, енергосилового та іншого обладнання, організацію технічного обслуговування і ремонту, комплектування підприємств механізаторами і технічними фахівцями, підвищення їх кваліфікації, охорону праці та техніку безпеки, раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів та економне витрачання коштів на утримання машин і механізмів [4].

В агропромисловому комплексі діяльність інженерно-технічної служби здійснюється на трьох рівнях: безпосередньо в підприємствах, що виготовляють і частково переробляють сільськогосподарську продукцію, в спеціалізованих підприємствах районного рівня, які обслуговують сільське господарство, обласних органах управління сільським господарством. Ефективність діяльності інженерно-технічної служби в сільськогосподарських підприємствах багато в чому залежить від раціональної системи праці її фахівців [3].

У більшості сільськогосподарських підприємств інженерно-технічна служба залишається організаційно незавершеною і при оптимізації складу та чисельності її підрозділів, побудові організаційної структури та структури управління, впровадженні досконалих систем праці механізаторів, водіїв та ремонтних робітників, а також розробці напрямів підвищення ефективності праці сільських інженерів існує низка невирішених питань [1].

У результаті економічної оцінки ефективності роботи підрозділів інженерно-технічної служби необхідно відповісти на наступні питання:

- чи відповідає структура служби завданням, що стоять перед нею; чи дозволяє розмір і значущість структурних підрозділів керувати кожним з них окремо;
- чи є передумови для оперативного вирішення поточних питань у підрозділах служби;
- чи передбачається чітке розмежування обов'язків між інженерно-технічними працівниками.

Проектування структур є найбільш відповідальним і трудомістким розділом щодо формування інженерно-технічної служби, оскільки на цьому етапі визначається склад підрозділів і чисельність фахівців, встановлюється характер взаємин між ділянками (відділами) і посадовими особами.

При проектуванні організаційної структури (рис. 2) слід виходити з призначення служби, виділення і формулювання завдань кожному з її підрозділів, визначення їх функцій.

Оцінка ефективності удосконалення управління вимагає аналізу як загальногосподарської (збільшення обсягів виробництва валової і товарної продукції, скорочення витрат праці та зниження собівартості виробництва одиниці продукції, підвищення рентабельності), так і приватної ефективності, що стосується, наприклад, тільки інженерно-технічної служби. Сюди можна віднести такі показники, як річне і денне виготовлення на фізичний і еталонний фактор, економія ПММ і коштів на ремонт, коефіцієнти технічної готовності і використання машин, приріст обсягу механізованих робіт, витрата палива, електроенергії та запасних частин на одиницю виконаної роботи, рівень комплексної механізації робочих процесів та інші.

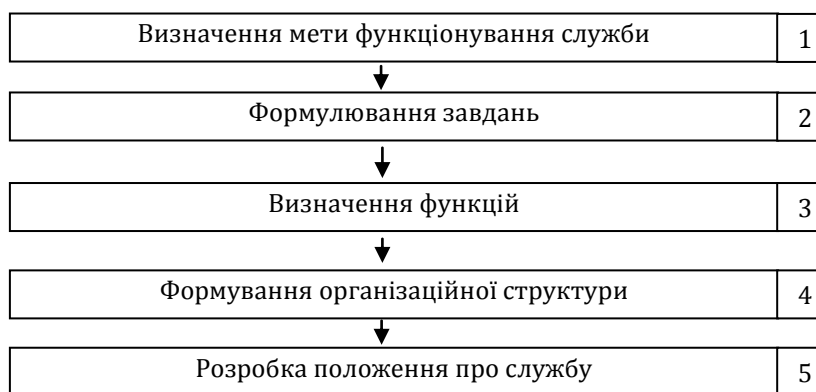


Рис. 2. Послідовність розробки організаційної структури інженерно-технічної служби

Організаційна структура визначає структуру управління інженерно-технічної служби, яка повинна забезпечувати єдиначальність, встановлення співвідпорядкованості між керівниками підрозділів і фахівцями, чітке розмежування їх обов'язків та усунення елементів дублювання в роботі, простоту і економічність управління.

Удосконалення інженерно-технічного обслуговування виробництва передбачає створення таких систем, форм, методів і структур, які сприяють найбільш повному виявленню резервів виробництва, підвищенню його ефективності, скороченню чисельності управлінського персоналу та витрат на його утримання.

При розробці структури управління інженерно-технічною службою необхідно дотримуватися таких вимог: вона повинна відповідати умовам і завданням конкретного сільськогосподарського підприємства, а також постійно коригуватися у зв'язку з безперервною зміною умов і завдань виробництва, тобто оперативно «підлаштовуватися» під них [2].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Відсутність на регіональному рівні єдиного органу, що координує діяльність інженерних підрозділів в аграрному секторі, є серйозним недоліком у формуванні системи управління інженерно-технічним обслуговуванням виробництва. Зроблені останніми роками спроби створення на районному та обласному рівнях різних інженерних формувань у вигляді кооперативів, агрофірм, асоціацій та центрів привели до перерозподілу функцій інженерів, техніків, механізаторів, водіїв та ремонтних робітників. Це погіршило забезпеченість сільськогосподарських підприємств технічними кадрами і порушило виробничі зв'язки з інженерно-технічними службами господарств, особливо тих, що не увійшли в ці формування. Необхідні різні варіанти організаційної структури інженерно-технічного обслуговування сільськогосподарського виробництва для різних рівнів, основні функції дилерського підприємства, багатопільового регіонального центру технічного сервісу. Реалізація комплексу заходів щодо удосконалення інженерно-технічного обслуговування виробництва сприятиме забезпеченню його відповідності тим вимогам, які висуваються в умовах освоєння інновацій у сільськогосподарському виробництві.

Список літератури

1. Державне регулювання економіки: підручник / І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залога. – К.: Атіка; Ельга-Н, 2000. – 592 с.
2. Джупина, Ю. І. Матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств України: значення, стан та перспективи розвитку / Ю. І. Джупина // Агроінком. – 2006. – №3/4. – С. 5 – 7.
3. Доповідь Кабінету Міністрів України про підсумки соціально-економічного розвитку України у 2006 р. – К., 2007. – 41 с.
4. Льошенко, В. О. Матеріально-технічне забезпечення аграрного сектору економіки / В. О. Льошенко // Ринкова трансформація економіки АПК / за ред. П. Т. Саблука, В. Я. Амбросова, Г. Є. Мазнева. – К., 2002. – С. 422-424.
5. Мельник, Ю. Основні напрямки і завдання державної технічної політики в АПК / Ю. Мельник // Техніка АПК. – 2007. – №6. – С. 6–7.
6. Про затвердження Державної цільової економічної програми «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009-2013 роки : постанова Кабінету Міністрів України // Урядовий кур'єр. – 2008. – № 106 – 11 червня.
7. Соломко, Д. О. Розвиток аграрного сектору регіону на основі кластерного підходу / Д. О. Соломко // Економіка АПК. – 2008. – №3. – С. 60-66.
8. Статистичний щорічник Держкомстату України за 2005 р. – К.: Консультант, 2006 р. – 575 с.
9. Статистичний щорічник «Селянські (фермерські) господарства». – К.: Держкомстат України, 2010. – 272 с.
10. Топіха, І. Н. Економіка аграрних підприємств курс лекцій / І. Н. Топіха // Миколаїв: Видавничий відділ МДАУ, 2005. – 317 с.
11. Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку : указ Президента України // Голос України. – 2002. – 8 серпня.
12. Фролова, А. В. Моніторинг екологічної безпеки в системі управління забезпеченням економічної безпеки держави [Текст] / А. В. Фролова // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції: Збірник наукових праць. – Херсон: ПП Вишеморський В.С., 2011 – С. 232- 233.
13. «Укразролізінг»: перші підсумки року» Прес-служба НАК «Укразролізінг»/ журнал для працівників агропромислового комплексу «Механізація сільського господарства» – №6 (35) – 2011. – С. 4.
14. Яковенко, В. П. Розвиток матеріально-технічної бази АПК / В. П. Яковенко // Вісник аграрної науки. – 2004. – №4. – С. 45-49.
15. Язлюк, Б. О. Економічний зміст інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств та напрямки її трансформації / Б. О. Язлюк // Наука молода. – Вип. 6. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – С. 47-51.

References

1. Mykhasiuk, I., Melnyk, A., Krupka, M., Zaloha, Z. (2000). Derzhavne rehuliuivannia ekonomiky. Kyiv: Atika; Elha-N.
2. Dzhupyna, Yu. I. (2006). Materialno-tekhnichna baza silskohospodarskykh pidpriemstv Ukrainy: znachennia, stan ta perspektyvy rozvytku. Ahroinkom, 3/4, 5-7.

-
3. *Dopovid Kabinetu Ministriv Ukrainy pro pidsumky sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy u 2006 r. (2007).* Kyiv.
 4. *Loshenko, V. O. (2002). Materialno-tekhnichne zabezpechennia ahrarnoho sektoru ekonomiky. Rynkova transformatsiia ekonomiky APK, 422-424.*
 5. *Melnyk, Yu. (2007). Osnovni napriamky i zavdannia derzhavnoi tekhnichnoi polityky v APK. Tekhnika APK, 6, 6-7.*
 6. *Pro zatverdzhennia Derzhavnoi tsilovoi ekonomichnoi prohramy «Stvorennia v Ukraini innovatsiinoi infrastruktury» na 2009-2013 roky : postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy. (2008). Uriadovyi kurier, 106.*
 7. *Solomko, D. O. (2008). Rozvytok ahrarnoho sektoru rehionu na osnovi klasternoho podkhodu. Ekonomika APK, 3, 60-66.*
 8. *Statystychnyi shchorichnyk Derzhkomstatu Ukrainy za 2005 r. (2006). Kyiv: Konsultant.*
 9. *Statystychnyi shchorichnyk «Selianski (fermerski) hospodarstva». (2010). Kyiv: Derzhkomstat Ukrainy.*
 10. *Topikha, I. N. (2005). Ekonomika ahrarnykh pidpriemstv kurs lektsii. Mykolaiv: Vydavnychi viddil MDAU.*
 11. *Pro zakhody shchodo pryskorennia rozvytku ahrarnoho rynku : ukaz Prezydenta Ukrainy (2002). Holos Ukrainy, 8 serpnia.*
 12. *Frolova, A. V. (2011). Monitorynh ekolohichnoi bezpeky v systemi upravlinnia zabezpechenniam ekonomichnoi bezpeky derzhavy. Sotsialno-ekonomichnyi rozvytok rehioniv v konteksti mizhnarodnoi intehtatsii: Zbirnyk naukovykh prats. – Kherson: PP Vyshemyrskyi V.S, 232- 233.*
 13. *«Ukrahrolizynh»: pershi pidsumky roku» Pres-sluzhba NAK «Ukrahrolizynh» (2011). Zhurnal dlia pratsivnykiv ahropromyslovoho kompleksu «Mekhanizatsiia silskoho hospodarstva», 6 (35), 4.*
 14. *Yakovenko, V. P. (2004). Rozvytok materialno-tekhnichnoi bazy APK. Visnyk ahrarnoi nauky, 4, 45-49.*
 15. *Yazliuk, B. O. (2006). Ekonomichnyi zmist investytsiino-innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv ta napriamky yii transformatsii. Nauka moloda, 6, 47-51.*

Стаття надійшла до редакції 03.11.2014 р.

Олександр Владиславович КОРНІЄЦЬКИЙ

декан Миколаївського факультету Морського та річкового транспорту,
Київська державна академія водного транспорту
імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного, м. Миколаїв

**ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ТРАНСПОРТНО-
ЛОГІСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ**

Корнієцький, О. В. Логістична система розподілу продукції в умовах транспортно-логістичного комплексу / Олександр Владиславович Корнієцький// Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 35-41. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Стратегічною метою ефективності системи є доставка готової продукції у встановлений термін з мінімальними витратами. Як критерії ефективності функціонування системи пропонується оцінка ступеня обслуговування споживачів (виконання замовлень) і питомої ваги логістичних витрат у загальних витратах на виробництво й реалізацію продукції. Логістична система розподілу продукції містить: наукові підходи, принципи й методи розподілу продукції; матеріально-технічні, трудові й фінансові ресурси; законодавчі й нормативно-правові акти, що регулюють комерційну діяльність підприємства.

Ключові слова: логістична система розподілу продукції; ЛСПП; логістичні технології; логістична інфраструктура; структурно-логістична схема; параметри ефективності ЛСПП; математична модель.

Oleksandr Vladyslavovych KORNIYETSKYI

Dean,
Department of Sea and River Transport,
Kyiv State Academy of Water Transport named after Hetman Petro Konashevych-Sahaydachnyi, Mykolaiv

**LOGISTICS SYSTEM OF PRODUCT DISTRIBUTION IN CONDITIONS OF TRANSPORT AND
LOGISTIC COMPLEX**

Abstract

The strategic goal of the efficiency of the system is the delivery of finished products with minimal costs according to the deadline. As the criteria of the efficiency of the functioning of the system we propose to use the estimation of the degree of customer service (order fulfillment) and the share of logistics costs in total costs of production and sales. Logistic system product distribution system includes: scientific approaches, principles and methods of distribution of products; logistical, human and financial resources; legislative and regulatory acts that manage the enterprise activity.

Keywords: logistics system of distribution products; LSDP; logistic technologies; logistics infrastructure; structural and logistical schemes; LSDP efficiency parameters; mathematical model.

JEL classification: P120

Вступ

Для розрахунку основних параметрів оптимального функціонування ЛСПП варто вирішити низку аналітичних завдань, серед яких: аналіз і оцінка покупців, що дозволяє розставити пріоритети при розподілі ресурсів компанії й визначити характер відносин з окремими з них; дослідження ефективності мотивації учасників ЛСПП-супервайзера, групи торговельних представників і торговельних точок; аналіз якості обслуговування споживачів (торговельних точок) проводиться, з огляду на те, що з економічної точки зору призначенням ЛСПП можна вважати створення в логістичному ланцюжку істотних вигід (завдяки якісному обслуговуванню клієнтів), що містять додану вартість при підтримці витрат на

оптимальному рівні. Для цього необхідно: виявити істотні для торговельної точки потреби; визначити витрати на задоволення цих потреб; визначити вигоди від підвищення якості обслуговування; співвіднести витрати, пов'язані з певним рівнем якості обслуговування клієнта і упущеною вигодою від зниження лояльності або втрати клієнта; аналіз ефективності виконання функцій учасниками системи розподілу продукції. На цьому етапі здійснюється облік і аналіз усіх витрат, пов'язаних з певним бізнес-процесом у ЛСРП. Це дозволить виявити рентабельність окремих функцій у системі розподілу й визначити потоки, що збільшують витрати, розглянути можливість їх зниження. Використовувати методику оптимізації логістичних витрат на основі концепції ланцюжка цінності.

На питання логістичного розподілу продукції звертали увагу такі вчені, як: А. У. Альбеков, А. Бузгаліна, А. М. Гаджинський, А. Калганова, Є. В. Крикавський, Л. Б. Миротин, О. А. Митько, Ю. М. Неруш, В. Радаєва, В. І. Сергєєв, К. Хубієва та інші. Аналіз фахових джерел, присвячених цієї темі, дозволяє виявити широкий спектр проблем, що залишаються поза увагою дослідників.

Мета статті

Метою статті є вивчення логістичної системи розподілу продукції та правильне впровадження і формування технологічних процедур для переміщення продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження

Логістична система розподілу продукції (ЛСРП) – це система управління переміщенням кінцевої продукції від джерела до споживача, що об'єднує логістичні технології, інформаційні системи й логістичну інфраструктуру.

При цьому під логістичними технологіями розуміється раціональне виконання таких технологічних процедур і операцій, як вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування й складування продукції, зберігання її запасів, комплектування замовлень, формування транспортних партій і вантажних одиниць. Інформаційне забезпечення складається з інформаційних систем і технологій. Логістична інфраструктура складається із транспортного господарства (транспортні засоби, їх ремонт, обслуговування й профілактика), складського господарства (термінали різного призначення, підйомно-транспортне, ваговимірне й складське устаткування), торговельної мережі (супермаркети, гіпермаркети, універсальні й спеціалізовані магазини, торговельне устаткування) [1].

У ЛСРП визначаємо центральну ланку – суб'єкт управління, що здійснює прийняття управлінських рішень у вигляді вибору найбільш оптимального варіанту функціонування системи. Як об'єкт управління, розглядаємо матеріальні, фінансові й сервісні потоки. До елементів ЛСРП відносимо наступні основні – на прикладі системи розподілу, прийнятої джерелом кінцевої готової продукції (рис. 1). Фрагментарно представимо ці елементи.

Організаційна структура розподілу є раціональним вибором схеми розподілу продукції (орієнтація на товар, споживача або територію) і способом її реалізації, а також визначення місця розташування розподільних центрів (кількість і ємність).

Процес і технології розподілу продукції складаються з послідовно виконуваних функцій, процедур і операцій руху товарів, до основних з яких відносимо такі, як: раціональна організація потоків готової продукції, вибір економічно доцільних засобів доставки продукції на оптові склади, побудова оптимальних варіантів збутової мережі в частині використовуваних посередників [2].

Елементи ЛСРП прямо або побічно пов'язані між собою та із зовнішнім середовищем. Внутрішні зв'язки здійснюються на основі законів, кодексів, статуту підприємства, положень, інструкцій та інших нормативно-правових і організаційно-методичних документів і визначаються організаційною структурою розподілу. Зовнішні зв'язки регламентуються на основі чинного законодавства й договорів (угод) між суб'єктами господарювання [3].

Алгоритм розроблений нами по двох напрямках функціонування ЛСРП.

При формуванні системи: вивчення кон'юнктури ринку (аналіз обсягів виробництва й споживання, визначення платоспроможності, вивчення інфраструктури регіону), постановка цілей ЛСРП (цілі й обмеження зовнішнього середовища, декомпозиція цілей), виявлення потреб у ресурсах (оцінка стану ресурсів і наявних можливостей системи розподілу, прогноз обсягів запасів, складських площ і транспортної мережі), розробка й відбір варіантів функціонування ЛСРП (розробка варіантів системи, їх оцінка, поєднання взаємозалежних варіантів, вибір оптимального варіанта).

При розвитку системи (рис. 2) повинен здійснюватися постійний моніторинг її стану й при необхідності проводитися відповідне коректування.

Контроль і аналіз проміжних і остаточних результатів реалізації рекомендації з розвитку ЛСРП варто здійснювати на основі досягнення певних позитивних показників функціонування системи.

Нами розроблений комплекс якісних і кількісних параметрів, що відображають ефективність ланцюжків поставок, за допомогою яких діагностується розвиток системи розподілу продукції (табл. 1). На основі запропонованих параметрів розроблено перелік першочергових рекомендацій.

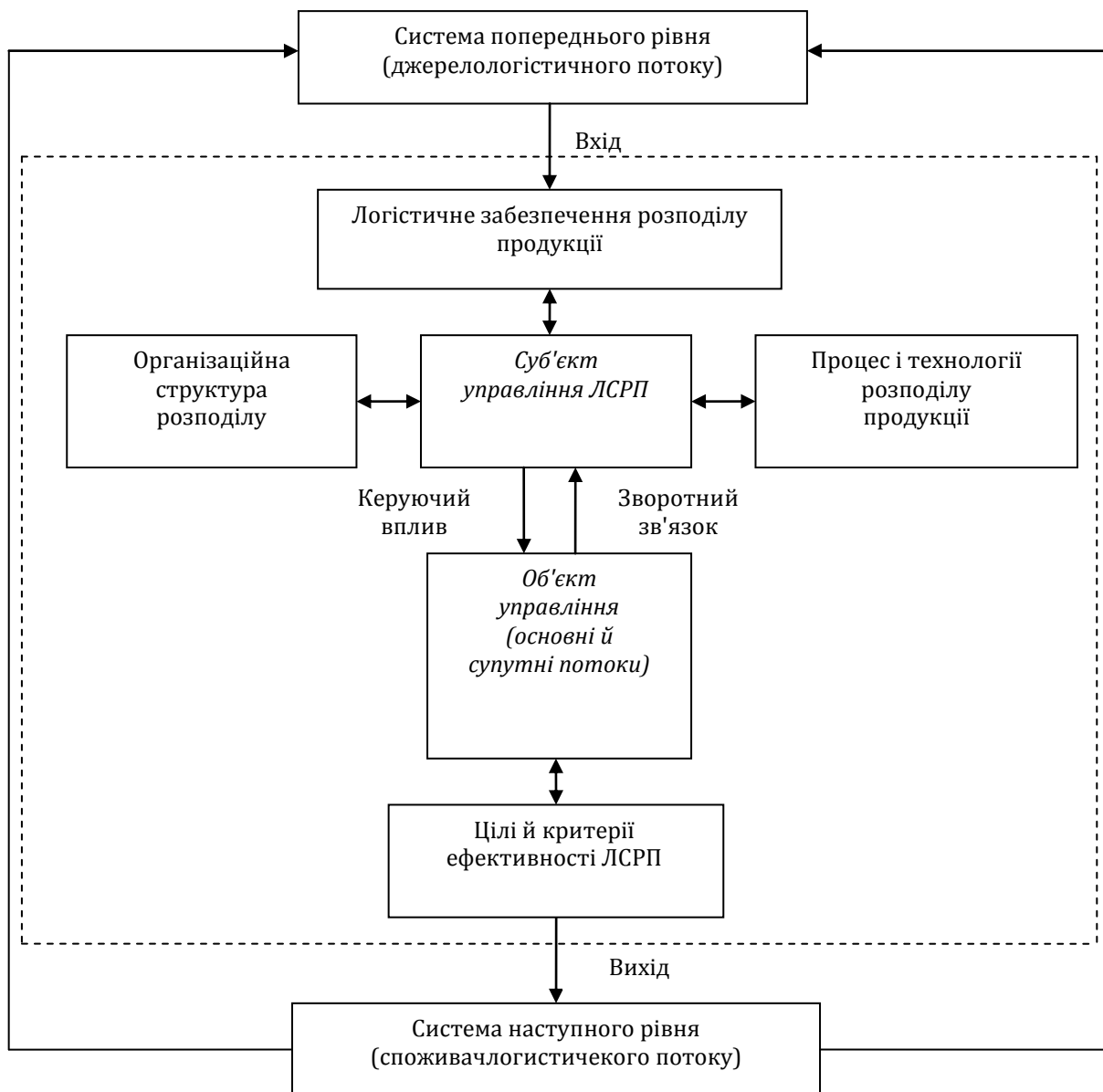


Рис. 1. Основні елементи ЛСРП і взаємозв'язки між ними



Рис. 2. Структурно-логічна схема процесу розвитку логістичної системи розподілу продукції

Таблиця 1. Параметри ефективності логістичної системи розподілу продукції

Група показників	Показники
1. Економічні показники (по збутовому підрозділу)	1.1. Товарообіг, грн. 1.2. Прибуток від реалізації, грн. 1.3. Чистий прибуток, грн. 1.4. Рентабельність активів, % 1.5. Рентабельність інвестованого капіталу, % 1.6. Рентабельність продажів, % 1.7. Витратоємність (орендоємність, зарплатоємність, витратоємність збутових операцій, частка загальнофірмових і логістичних витрат), грн. 1.8. Реалізація продукції на одного працівника, грн./чол. 1.9. Прибуток на одного працівника, грн./чол. 1.10. Ресурсоємність продукції (фондоємність, трудомісткість і т.д.), грн./грн. 1.11. Оборотноість активів, кількість оборотів у заданий період (днів)
2. Показники для визначення фінансової й стратегічної привабливості покупців	2.1. Платоспроможність і фінансова стабільність (для великих клієнтів) 2.2. Тривалість господарських зв'язків, місяців (років) 2.3. Частка виторгу, забезпечувана кожним покупцем у доході від поточної діяльності підприємства, % 2.4. Частка чистого прибутку, одержуваного від покупця, % 2.5. Обсяг і частота закупівель, грн, і кількість замовлень на тиждень (місяць, рік) 2.6. Перевищення розміру встановленого товарного кредиту, грн або %
3. Показники ефективності мотивації учасників ЛСРП	супервайзерів (девелоперів): 3.1. Кількість освоєних нових територій 3.2. Виконання щомісячного плану й бонусних цілей командою, % 3.3. Лідерські позиції команди в певному регіоні, ранг торговельних представників: 3.4. Показник плинності кадрів, % 3.5. Ступінь задоволеності (по бальній шкалі) 3.6. Виконання середньоденного / місячного плану й бонусних цілей, % 3.7. Відношення зміни обсягу реалізованої продукції до зміни розміру заробітної плати, грн /грн. 3.8. Відсутність простроченої дебіторської заборгованості або відношення її до загальної величини дебіторської заборгованості, % торговельних точок: 3.9. «Лояльність» торговельних точок (частка торговельних точок, що беруть участь в акціях), кількість або % 3.10. Кількість позитивних (негативних) відзивів клієнтів і їх частка до числа замовлень, % 3.11. Стабільні довгострокові замовлення (абсолютне й відносне відхилення від середньої частоти замовлень)
4. Показники якості обслуговування споживачів (торговельних точок)	4.1. Готовність до задоволення замовлень споживача (відношення числа виконаних замовлень до числа замовлень, що надійшли) 4.2. Абсолютна або відносна величина випадків невиконання замовлення (частота ушкодження продуктів, число претензій (повернення), вартість повернутих товарів) 4.3. Виконання зобов'язань по строках (кількість замовлень, не виконаних у строк, до загальної величини замовлень) 4.4. Точність виконання замовлень (відношення кількості замовлень, виконаних відповідно до вимог покупців, до загальної величини замовлень)
5. Показники ефективності елементів ланцюжка цінностей (бізнес-процесів у ЛСРП)	5.1. Частка витрат елементів ланцюжка цінностей у загальній величині витрат, % 5.2. Частка виторгу від реалізації в загальній величині товарообігу, % 5.3. Частка прибутку по елементах ланцюжка цінностей у загальній величині прибутку, % 5.4. Витратоємність елементів ланцюжка цінностей, грн /грн. 5.5. Коефіцієнт внеску в дохід

По-перше, вишукування можливості зниження витрат і ціни готової продукції за рахунок оптимізації логістичних каналів розподілу продукції. По-друге, забезпечення технологічної готовності підприємства до оперативного реагування на зміни кон'юнктури ринкового середовища. Рекомендації й заходи для їх реалізації повинні зводитися до оптимізаційного завдання, розв'язуваного за допомогою економіко-математичного моделювання діяльності комерційної організації: потрібно мінімізувати витрати комерційної організації на доведення a номенклатури продукції й послуг до споживачів в обсязі b одиниць за рахунок перетворення маркетингових сегментів ринку в логістичні сегменти.

При цьому додаткові витрати на маркетингові дослідження повинні бути компенсовані за рахунок зниження витрат на логістичні функції й операції. Для цього може використовуватися математична модель наступного виду:

$$F = \sum_{i=1}^n (\tau_i \times z_i \times p_i + f_i) + \sum_{j=1}^m \sum_{k=1}^l (s_{jk} \times x_{jk} + c_{jk} \times t_{jk} + v_{jk}) \rightarrow \min, \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^n x_k = a, k = \overline{1, l}, \quad (2)$$

$$\sum_{j=1}^m \sum_{k=1}^l x_{jk} = b, j = \overline{1, m}, k = \overline{1, l}, \quad (3)$$

$$\tau_i \geq 0, i = \overline{1, n}, \quad (4)$$

$$x_k \geq 0, k = \overline{1, l} \quad (5)$$

$$t_j \geq 0, j = \overline{1, m}, \quad (6)$$

де τ_i – час на виконання i -ї роботи в межах маркетингових досліджень;

p_i – кількість співробітників організації, що виконує i -у роботу в межах маркетингових досліджень;

z_i – умовно-змінні витрати на одну людину-годину проведення маркетингових досліджень;

f_i – умовно-постійні витрати на виконання i -ї роботи в межах маркетингових досліджень;

n – кількість робіт у межах маркетингових досліджень;

s_{jk} – знижка, надавана j -му споживачеві в межах логістичних заходів на k -й товар;

x_{jk} – кількість k -го товару в партії, що доставляється j -му споживачеві;

c_{jk} – вартість транспортування партії k -го товару j -му споживачеві;

t_{jk} – відстань транспортування партії k -го товару j -му споживачеві;

v_{jk} – умовно-постійні витрати на транспортування партії k -го товару j -му споживачеві;

m – номенклатура товару, що доставляється споживачам (логістичному сегменту ринку);

l – кількість споживачів j -го товару, що входить у логістичний сегмент ринку [4].

Висновки і перспективи подальших розвідок

Заходами для реалізації вищезазначених рекомендацій повинні бути: зміна організаційної структури управління; удосконалювання системи методів мотивації учасників логістичної системи розподілу продукції; інтеграція маркетингу й логістики в процесі розподілу продукції.

Звідси випливає висновок: немає іншого шляху до вирішення життєво важливих проблем транспорту й логістики, як активізувати внутрішні ресурси й упроваджувати нові інноваційні підходи для їх реалізації.

Оскільки функціонування транспортного комплексу в силу своєї специфіки взаємозалежно з усіма галузями економіки і є присутнім на всіх стадіях господарювання, то виникає необхідність формування нових організаційно-фінансових структур управління. Для вирішення цих питань необхідні нові інструменти багатоцільової оптимізаційної моделі логістичного управління підприємствами транспортного комплексу регіону. Синергетичний ефект ланцюгів забезпечується наявністю зв'язків, які при спільних діях незалежних елементів системи забезпечують збільшення загального ефекту. Для управління ланками ланцюжка поставок необхідно організувати такий цілеспрямований вплив на об'єкт, у результаті якого досягається визначена мета – одержання максимального зниження транспортно-логістичних видатків у процесі руху вантажопотоку.

Список літератури

1. Крикавський, Є. В. Логістика. Для економістів: підручник / Є. В. Крикавський – Львів: Вид-во Нац. ун-ту „Львівська політехніка”, 2004. – 448 с.
2. Тушканова, И. По заданному маршруту: [маршрутны́е перевозки в Украине] / И. Тушканова // Дистрибуция и логистика. – 2007. – № 5. – С. 39-43.
3. Ларіна, Р. Р. Оптимізація логістичної діяльності на засаді визначення потенціалу регіонального ринку збуту / Р.Р. Ларіна // Проблеми науки. – 2006. – № 8. – С. 40-43.

-
4. Змієв, Е. І. Транспортная логистика на предприятии: мнения экспертов по ключевым вопросам / Е. И. Змієв // Логистика: проблемы и решения. – 2008. – № 1. – С. 16-19.
 5. Язлюк, Б. О. Застосування диверсифікації при реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії підприємства / Б. О. Язлюк // Наука молода. – Тернопіль: Економічна думка, Вип. 14. 2010. – С. 198-202.

References

1. Krykavskiy, Ye. V. (2004). Lohistyka. Lviv: Vyd-vo Nats. un-tu „Lvivska politekhnika”.
2. Tushkanova, I. (2007). Po zadannomu marshrutu: [marshrutnye perevozki v Ukraine]. Distribucija i logistika, 5, 39-43.
3. Larina, R. R. (2006). Optyimizatsiia lohistychnoi diialnosti na zasadi vyznachennia potentsialu rehionalnoho rynku zbutu. Problemy nauky, 8, 40-43.
4. Zmiev, E. I. (2008). Transportnaja logistika na predpriyatii: mnenija jekspertov po ključevym voprosam. Logistika: problemy i reshenija, 1, 16-19.
5. Yazliuk, B. O. (2010). Zastosuvannia dyversyfikatsii pry realizatsii investytsiino-innovatsiinoi stratehii pidpriemstva. Nauka moloda, 14, 198-202.

Стаття надійшла до редакції 16.11.2014 р.

Алла Олексіївна КРАВЧУК

асистент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Одеський державний аграрний університет
E-mail: alla_capital@ukr.net

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Кравчук, А. О. Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку суб'єктів агробізнесу в регіонах України / Алла Олексіївна Кравчук // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 42-48. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. Вирішення стратегічних завдань відродження вітчизняного села та створення потужного конкурентоспроможного аграрного сектору в сучасних умовах неможливе без використання інноваційних і креативних підходів до процесу управління господарською діяльністю. Одним з таких неортодоксальних підходів є диференціація господарської діяльності суб'єктів аграрного сектору в напрямку створення нових ініціативних видів діяльності, зокрема, розвиток сільського зеленого туризму.

Мета. Метою дослідження є проведення комплексної оцінки потенціалу сільських територій до становлення та розвитку сільського зеленого туризму як перспективного альтернативного напрямку диференціації основного виду господарської діяльності суб'єктів аграрної сфери.

Метод (методологія). Конкретну методологію наукового дослідження становить сукупність методів і прийомів систематизації і узагальнення існуючих наукових поглядів на обрану проблематику, дослідження специфічних особливостей вирішення поставлених завдань та обґрунтування концептуальних засад досягнення поставленої мети дослідження.

Результати. Систематизація мотиваційних інтересів активізації сільського зеленого туризму в регіонах України показала, що домінуючими мотивами диференціації основного виду діяльності суб'єктів аграрного сектору в сучасних умовах розвитку сільських територій є: збільшення доходів сільського населення та зростання рівня зайнятості, можливості диференціації джерел доходів селян, відсутність потреби у значних інвестиціях та додатковому навчанні, можливості самореалізації мешканців сільських територій. Пріоритетними напрямками розвитку зеленого туризму в цих регіонах у найближчій перспективі мають стати: прийом та проживання туристів; прокат туристичного обладнання; виробництво і реалізація туристичних товарів народного промислу; надання туристичних послуг (велосипедний, гастрономічний, агротуризм, культурно-історичний туризм, організація рекреаційного відпочинку, гірський та екологічний туризм); організація дегустаційних та кулінарних екскурсій; активний розвиток готельного бізнесу, кемпінг (будівництво агрокотеджів, рибальських будинків, агросадиб, кінні ферми); організація історико-етнографічних заходів; поширення релігійних турів; надання комплексу широко розповсюджених послуг (рибальство, полювання, збирання ягід і грибів, лікарських рослин тощо); розвиток та популяризація водних видів спорту (кайтинг, віндсерфінг).

Ключові слова: сільський зелений туризм; турпродукт; регіональний розвиток; суб'єкти аграрного бізнесу; диференціація діяльності; сільські території; соціальна сфера села.

RURAL GREEN TOURISM AS A PROMISING DIRECTION OF DEVELOPMENT OF SUBJECTS OF AGRIBUSINESS IN REGIONS OF UKRAINE

Abstract

Introduction. The strategic objectives of the revival of the village and creation of a powerful competitive agricultural sector in modern conditions are impossible without the use of innovative and creative approaches in the management of economic activities. One of such unorthodox approaches is differentiation of economic activity of the agricultural sector towards a new initiative activities, including rural development.

Purpose. The aim of the study is a comprehensive assessment of the capacity of rural areas to the establishment and development of green tourism as a promising alternative direction of differentiation of the main kind of economic activity of the agricultural sector.

The method (methodology). Specifics of research methodology is composed of a set of methods and techniques of systematization and synthesis of existing scientific views on selected issues, and research of specific features of solving of the tasks and grounding of conceptual foundations for achieving the objectives of the study.

Results. Systematization of the motivational interests of intensification of green tourism in the regions of Ukraine has shown that the dominant motives of differentiation of principal activity of the agricultural sector in the current conditions of rural development are: the increase of incomes of the rural population and the growth of employment, the opportunities of differentiation of sources of income of the peasants, absence of necessity of significant investment and additional training, opportunities for self-realization in rural areas. Priority directions of development of green tourism in these regions in the near future should become the following ones: reception and accommodation of tourists; rental of tourist equipment; production and sale of travel products crafts; tourist services (cycling, culinary, agrotourism, cultural and historical tourism, organization of recreational holiday, mountain and eco-tourism); organization of tasting and culinary tours; active development of the hotel business, camping (construction of agro cottages, fishing houses, agro houses, horse farms); organization of historical and ethnographic events; distribution of religious tours; widespread provision of services (fishing, hunting, picking berries and mushrooms, medicinal plants, etc.); development and promotion of water sports (kiting, windsurfing).

Keywords: rural green tourism; tourism product; regional development; subjects of agrarian business; differentiation of activity; rural areas; social sphere of village.

JEL classification: L830

Вступ

Перманентна криза, яка склалась у сфері вирішення соціально-економічних питань на селі, вимагає опрацювання новітніх нестандартних підходів до розв'язання проблем зайнятості сільського населення, активізації підприємницького потенціалу сільської місцевості, підвищення рівня доходів і якості життя населення сільських територій. Одним з таких інноваційних підходів у теорії і практиці регіонального управління постає активізація зеленого туризму як стратегічного інструменту вирішення проблем зайнятості сільського населення, нарощування і повного використання трудового потенціалу та підвищення життєвого рівня села.

Зелений туризм як перспективний напрям наукових досліджень за останні роки помітно актуалізується та постає в центрі уваги значного кола вчених. Науково-теоретичні та прикладні аспекти поширення останнього досліджували у своїх працях В. Біркович, О. Виноградова, В. Гловацька, Ю. Зінько, В. Кифяк, Н. Кудла, Н. Липчук, М. Рутинський, А. Сердюк, Я. Сікора, Н. Скрипник та ін. Поряд з цим, незважаючи на значну популяризацію такого виду діяльності у світі та в національній економіці, використання зеленого туризму як інструменту вирішення соціальних проблем українського села залишається неопрацьованим як у методичній, так і в практичній площині, що вимагає проведення подальших наукових досліджень.

Мета статті

Метою статті є аналіз потенційних можливостей становлення та розвитку зеленого туризму за регіонами України в контексті диференціації аграрного бізнесу та вирішення соціально-економічних проблем сільських територій.

Подальша системна трансформація ринкових відносин у сфері АПВ України формує каркас організаційно-економічних передумов становлення та розвитку зеленого туризму як специфічного виду аграрного бізнесу. Залучення сільського населення до підприємницької діяльності та активізація форм індивідуального господарювання на постійній основі створює стратегічні передумови перетворення несистемної участі мешканців села в організації туристичних заходів на консолідований та прибутковий вид аграрного бізнесу.

Наукові дослідження багатовимірного спектру відносин, які супроводжують процес становлення та здійснення зеленого туризму, показали, що вчені й досі не мають спільного методичного підходу щодо визначення сутності та прикладної площини його здійснення. Державне агентство України з туризму та курортів ототожнює поняття «сільський» і «зелений туризм» і виокремлює три його різновиди: агротуризм, відпочинковий туризм, екотуризм [1].

Гловацька В. В. розглядає зелений туризм як спільну об'єднуючу підсистему одночасно туристичної і сільськогосподарської галузей [2, с. 6]. Рутинський М. Й. і Зянько Ю. В. категорію «зелений туризм» ототожнюють з поняттям «агротуризм» [3, с. 44]. З точки зору переміщення туристів у сільську місцевість з метою відпочинку характеризує зелений туризм Кіфяк В., Кравченко Н. [4, с. 123; 5, с. 76]. Біркович В., Скрипник Н., Сердюк А. синтезують поняття «зелений» та «сільський туризм» в одне ціле і визначають з позицій специфічної форми відпочинку, ознайомлення з природно-рекреаційними, культурним, історичними особливостями сільської місцевості [6, с. 141; 7, с. 129], зарубіжні вчені – з точки зору активної участі у діяльності фермерських господарств [8, с. 26; 9, с. 14].

Досить вдалим, на наш погляд, є трактування сутності зеленого туризму, запропоноване Л. А. Лизогубом, В. А. Перовим, які визнають його як синтетичну категорію, що об'єднує всі види організації туризму, які відбуваються на базі села, що своїм наслідком має значний соціально-економічний ефект і дозволяє забезпечити оптимальне використання трудових, рекреаційних, екологічних ресурсів. В українських реаліях селянин повинен виступати не тільки учасником суспільного виробництва як виробник сільськогосподарської продукції, а й як суб'єкт, здатний на трудовий дрейф. Саме на це спрямований сільський туризм, з одного боку, пропонуючи альтернативну можливість зайнятості, дозволяючи накопичити кошти, які в подальшому можна інвестувати зі зміною кон'юнктури, а з іншого боку, — даючи можливість виробити навички праці у сфері обслуговування, які надалі можуть бути застосовані для зміни типу діяльності [10, с. 66].

Представники Всесвітньої туристичної організації відокремлюють площину сільськогосподарської діяльності від безпосередньо туристичного бізнесу і досліджують зміст і специфіку розвитку останнього в комплексі діяльності з надання послуг альпіністського, спортивного, оздоровчого характеру, організації полювання, рибальства, гірських походів, культурно-оздоровчих подорожей. Суто з економічної точки зору трактують зміст зеленого туризму зарубіжні науковці: «це одна з альтернатив для підвищення доходів і потенційної життєздатності малих фермерських господарств і сільських громад» [9, с. 20].

Ми поділяємо методичний підхід, у якому домінує концепція когнітивного зв'язку між аграрною сферою та туристичною індустрією. Зелений туризм як один з можливих різновидів аграрного бізнесу передбачає використання сільських територій та спрямований на надання специфічних послуг, характер і набір яких визначають історичні, культурні, рекреаційні, побутові та екологічні ресурси регіону з метою отримання відповідного доходу.

Зелений туризм розглядається нами як широкий спектр послуг, що є супутніми для підприємницької діяльності в аграрній сфері, сконцентровані на сільських територіях і спрямовані на задоволення попиту споживачів у специфічних туристичних формах відпочинку. У такому випадку зелений туризм як системна компонента буде складовою концепції становлення сільського туризму, який, крім зеленого, органічно поєднує в єдину систему туристичних послуг екологічний туризм, історично-культурний, агротуризм і реалізується в межах сільської місцевості.

Як перспективний напрям туристичної індустрії, зелений туризм пропонує на ринку новітній продукт – сільські туристичні послуги, широкі можливості пропозиції яких зумовлені національними історичними, культурними, природними, побутовими, економічними та соціальними чинниками.

Як показують проведені наукові дослідження, за останні роки рівень соціально-економічного добробуту сільського населення України залишається значно нижчим порівняно з середньостатистичними показниками по країні. Традиційно актуальною та гострою залишається проблема забезпечення зайнятості та зниження безробіття на селі. Так рівень зареєстрованого безробіття і сільській місцевості за 2013р. склав 3,1 % (до чисельності економічно активного населення) та 2,3 (до всього населення працездатного віку). Відповідні показники в середньому по країні склали 2,1 % та 1,8 %. Традиційно найнижчим рівнем визначається й розмір заробітної плати, нарахованої найманим працівникам у сільській місцевості, – 2270 грн порівняно з 3265 грн в середньому за видами економічної діяльності (у промисловості – 3763 грн, торгівлі – 3010 грн, фінансовій діяльності – 6274

грн, транспорті – 3589 грн.) [11]. За розрахунками експертів, близько 75 % населення села знаходяться за межею бідності та не мають можливостей забезпечувати задоволення своїх матеріальних і духовних потреб. За таких умов сільські мешканці змушені шукати альтернативні джерела отримання доходів та об'єкти прикладання своєї праці. Одним з перспективних напрямів диверсифікації вітчизняного аграрного бізнесу, який набув досить широкого розповсюдження у зарубіжній практиці, є розвиток регіонального зеленого туризму. Домінантними мотивами становлення та розвитку зеленого туризму у сільській місцевості України постають наступні (рис. 1).

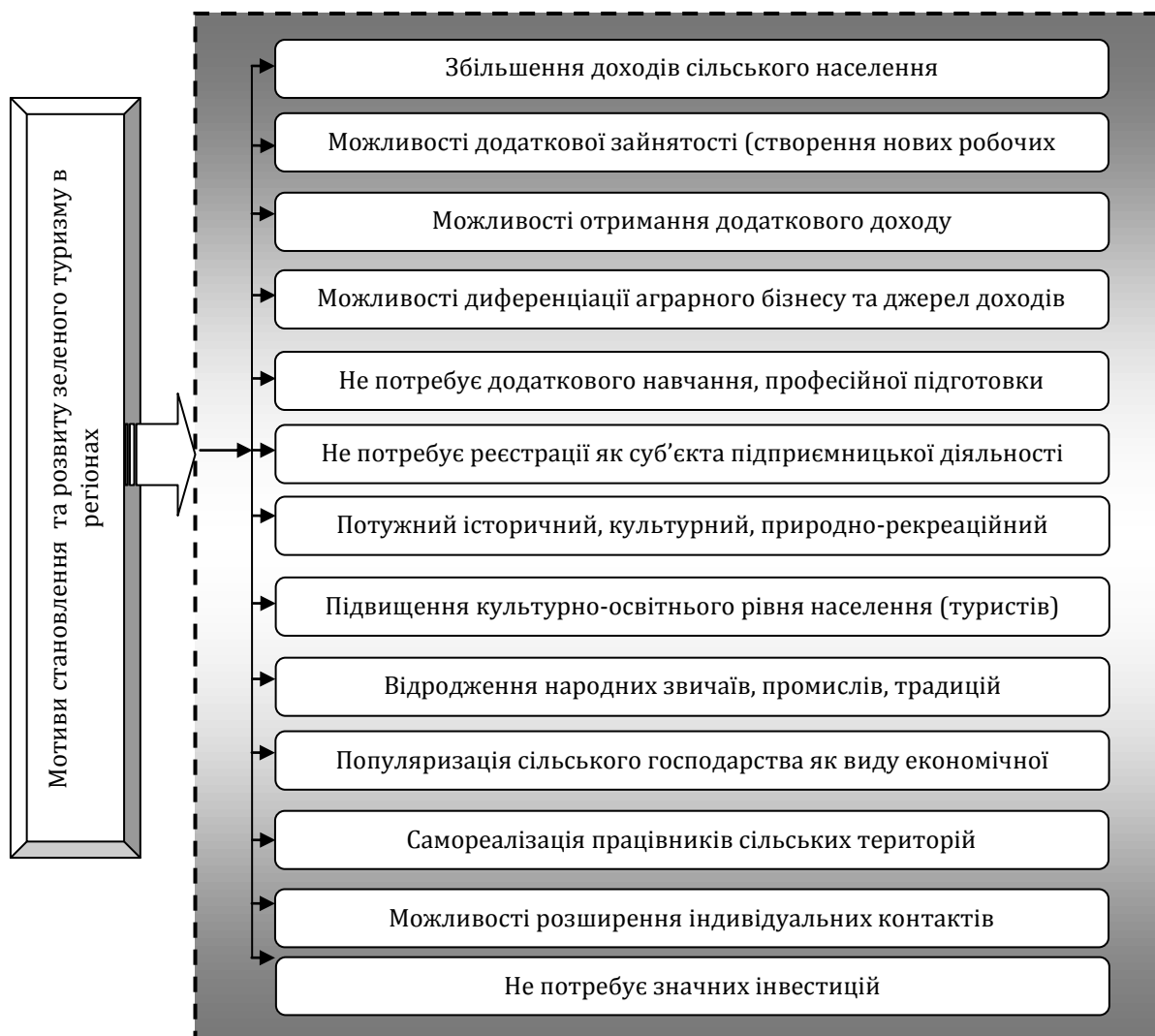


Рис. 1. Мотиви становлення та розвитку зеленого туризму в регіонах України

Спонукальні мотиви активізації зеленого туризму в регіонах України формують практичну площину вирішення стратегічних соціально-економічних завдань подальшого динамічного та сталого розвитку агропромислового виробництва:

- сприяння зайнятості трудового населення села, скорочення рівня безробіття;
- підвищення рівня доходів, якості життя та добробуту сільського населення до рівня середньоекономічних показників по регіонах, країні та економіці загалом;
- реалізація трудового потенціалу сільських територій;
- формування потенційного та стимулювання фактичного попиту на послуги зеленого туризму;
- нарощування туристичного потенціалу регіонів країни;
- диверсифікація аграрного бізнесу;
- диверсифікація структури зайнятості сільського населення, джерел доходів, видів економічної діяльності;
- формування цілісного культурно-туристичного, економічного та соціально простору для подальшої активної інтеграції України до Європейського співтовариства, консолідація системи цінностей і пріоритетів в рамках спільних програм розвитку аграрної та соціальної політики європейських держав.

Поряд із виконанням економічних функцій забезпечення відповідного рівня доходів суб'єктам зеленого туризму, останній виконує важливу функцію консолідації українського суспільства, ознайомлення населення із культурними, історичними звичаями української нації, сприяє підвищенню культурного, освітнього, побутового рівня населення, формує стратегічні орієнтири у майбутніх поколіннях щодо єдності, популяризації національних цінностей, збереження і примноження історично-культурної спадщини українського села.

З точки зору регіональних соціально-економічних, культурно-історичних, екологічних та рекреаційних можливостей, найбільш перспективними регіонами України для успішного розвитку зеленого туризму є: західний економічний район (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька, Тернопільська області), південний економічний район – Причорномор'я (Одеська, Миколаївська, Запорізька області, АР Крим), центральний економічний район (Київська, Полтавська, Чернігівська області) [5, с. 14].

Поряд з цим, значний регіональний потенціал зеленого туризму стримується дією негативних факторів скорочення чисельності сільського населення та кількості сільських населених пунктів. За даними Державної служби статистики України, загальна чисельність сільського населення України за 2013р. складала 14164 тис. осіб. В регіональному розрізі найвищим рівнем сільського населення визначаються Західний економічний регіон (7 областей за даними Інституту регіональних досліджень) – в середньому 51,5%, і Центральний економічний регіон (6 областей) – 42,7%. (табл. 1). Ці регіони із питомою вагою сільського населення близько 50% мають найвищий потенціал розвитку туристичного зеленого аграрного бізнесу та найбільш сприятливі культурно-історичні, природно-рекреаційні та культурні передумови.

Таблиця 1. Розподіл сільського населення за регіонами України

Назва регіону	Центр	Області, що входять до складу регіону	Чисельність сільського населення, тис. осіб	Рівень сільського населення, %
Центральний	Київ	Вінницька, Житомирська, Київська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська	3507	42,7
Донеччина	Донецьк	Донецька, Луганська	704,7	10,7
Західний	Львів	Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька	4806,4	51,5
Причорномор'я	Одеса	Миколаївська, Одеська, Херсонська, АР Крим	2334,7	35,5
Харківщина	Харків	Харківська, Полтавська, Сумська	1465,1	27,6
Придніпров'я	Дніпропетровськ	Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська	1322,7	21,9

**Складено за даними Державного комітету статистики України*

Деталізуючи проведені дослідження, можна чітко диференціювати територію України за цим показником: області, де сільського населення більше 50 % (Закарпатська, Івано-Франківська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька, Вінницька), що мають найбільш потужний потенціал розвитку зеленого туризму; області із рівнем сільського населення від 40 до 50 % (Волинська, Львівська, Хмельницька, Черкаська), які мають високий потенціал і темпи розвитку зеленого туризму; області із рівнем сільського населення 20-40 % (Полтавська, Харківська, Сумська, Одеська, Миколаївська) із середнім потенціалом та всі інші області, де частка сільського населення становить менше 20 %, характеризуються високим рівнем урбанізації і чітко вираженим промисловим напрямом економічної діяльності та найнижчим потенціалом розвитку зеленого туризму.

Розвиток сільського зеленого туризму об'єктивно потребує створення відповідної інфраструктури,

яка забезпечує виконання головних його функцій та вирішення поставлених завдань. Серед об'єктів такої інфраструктури ключове значення мають: інформаційно-консультаційні центри, екскурсійні агентства, громадські організації, історичні, навчально-дослідні установи, «зелені» садиби. Створення таких організаційних установ формує комплекс сприятливих чинників для становлення та активізації зеленого туризму в Україні. Як свідчать дослідження, найбільша кількість зареєстрованих садиб знаходиться у таких областях: Закарпатська (21), Київська (18), Вінницька (11), Полтавська (8), Чернігівська (8), Івано-Франківська (7), Хмельницька (7) і АР Крим (7). Усього в Україні налічується 109 сільських зелених садиб, це дуже низький показник у зіставленні з іншими європейськими країнами і з урахуванням кількості сіл, сільських мешканців і великого потенціалу з розвитку. Офіційно зареєстровані садиби відсутні у таких областях, як Волинська, Житомирська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська і адміністративних центрах – у Києві і Севастополі [12, с. 206].

Пріоритетними напрямками розвитку зеленого туризму з урахуванням специфічних умов сільських територій регіонів України в найближчій перспективі мають стати: прийом та проживання туристів; прокат туристичного обладнання; виробництво і реалізація туристичних товарів народного промислу; надання туристичних послуг (велосипедний, гастрономічний, агротуризм, культурно-історичний туризм, організація рекреаційного відпочинку, гірський та екологічний туризм); організація дегустаційних та кулінарних екскурсій; активний розвиток готельного бізнесу, кемпінг (будівництво агрокотеджів, рибальських будинків, агросадиб, кінні ферми); організація історико-етнографічних заходів; поширення релігійних турів; надання комплексу широко розповсюджених послуг (рибальство, полювання, збирання ягід і грибів, лікарських рослин тощо); розвиток та популяризація водних видів спорту (кайтинг, віндсерфінг).

Сучасний досвід активного розвитку зеленого туризму в зарубіжних країнах (Угорщина, Чехія, Польща, Словенія, Чорногорія, Австрія, Німеччина, Іспанія) свідчить, що для його активізації в Україні необхідним є формування відповідної нормативно-правової бази та створення сприятливих організаційно-економічних умов. Правові засади становлення й розвитку зеленого туризму в Україні регламентуються Законом України «Про туризм» № 324 від 15 вересня 1995р., де він визначений як пріоритетний вид туристичної діяльності. Поряд з цим, реалізація Закону вимагає конкретизації ключових положень на регіональному рівні управління, що, в свою чергу, потребує розробки стратегічних програм розвитку зеленого туризму на рівні регіонів та окремих областей, реалізації ініціатив за допомогою створення інформаційно-консультаційних центрів, регіональних агенцій, кластерних об'єднань, головним завданням яких є створення дієвої інфраструктури, необхідної для популяризації зеленого туризму в межах сільських територій.

Дослідження сучасних умов становлення зеленого туризму в регіонах України дозволили окреслити площину ключових проблемних аспектів, які стримують активний розвиток даного виду діяльності:

- невпорядкованість чинного законодавства стосовно ключових аспектів регулювання туристичного бізнесу у сільській місцевості, відсутність «профільного закону», який регламентував би цей вид діяльності;
- відсутність експертної оцінки жилого фонду сільських територій, що є необхідним для визначення потенціальних можливостей та обсягів надання туристичних послуг;
- низький рівень розвитку інфраструктури ринку послуг зеленого туризму та соціальної інфраструктури села;
- застарілість стереотипів мешканців сільських територій, що заважають активно розвивати новітні види туристичної індустрії, яскраво виражений несистемний та нерегулярний характер послуг;
- відсутність державних програм підтримки розвитку зеленого туризму та обмежений обсяг їх фінансового, консалтингового та інформаційно-маркетингового забезпечення;
- низький рівень інформатизації і популяризації зеленого туризму в регіонах України серед населення європейських країн;
- відсутність політичної стабільності та соціальна напруга у суспільстві, погіршення світового іміджу України.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Проведені наукові дослідження показали, що Україна має досить потужний потенціал розвитку зеленого туризму як альтернативного диференційованого виду аграрного бізнесу в регіонах України. В контексті сучасних умов функціонування національного АПВ, розв'язання ключових проблем розвитку зеленого туризму формує фундаментальний каркас вирішення найважливіших соціально-економічних питань сільських територій: подолання безробіття, сприяння зайнятості населення, підвищення рівня доходів і якості життя мешканців села. Пріоритетними напрямками подальших досліджень в такому випадку постають обґрунтування інноваційних концепцій становлення зеленого туризму, пошук ефективних інструментів і механізмів зростання його доходності та підвищення соціального захисту населення сільських територій.

Список літератури

1. Матеріали Державного агентства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourism.gov.ua/ua>.
2. Гловацька, В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму: автореф. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / В. В. Гловацька. – Житомир, 2008. – 20 с.
3. Рутинський, М. Й. Сільський туризм / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінко. – К.: Знання, 2008. – 271 с.
4. Кифяк, В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книга ЧЧІ. 2003. – 300 с.
5. Кравченко, Н. Роль сільського туризму в розвитку регіонів Полісся / Н. Кравченко. – Ніжин, 2007. – 250 с.
6. Биркович, В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети / В. І. Биркович // Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008. – №1 (6). – С. 138-143.
7. Скрипник, Н. Я. Рекреаційна географія / Н. Я. Скрипник, А. М. Сердюк. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 296 с.
8. Lobo, R. Helpful agricultural Tourism (Agri-tourism) Definitions. – 2001. № 5. – P. 25 – 26.
9. Nilsson, P. Staying on farms; an ideological background. *Annals of Tourism Research*. – 2002. № 29. P. 7-24.
10. Лизогуб, В. А. Можливості впливу сільського зеленого туризму на функціонування соціальної інфраструктури агропромислового комплексу / В. А. Лизогуб, О. В. Перов // Вісник юридичної академії України ім. Я. Мудрого. – 2010. – № 3. – С. 64-68.
11. Статистичний щорічник України за 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/head.html>.
12. Дарчук, В. Г. Рекламні маршрути по точках садив як один з чинників розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні / В. Г. Дарчук // Бізнес-Інформ. – 2013. – № 8. – С. 204-210.

References

1. Materialy Derzhavnoho ahentstva Ukrainy z turyzmu i kurortiv. (2014). Retrieved from: <http://tourism.gov.ua/ua/>
2. Hlovatska, V. V. (2008). Rozvytok pidpriemnytstva v systemi stanovlennia silskoho (zelenoho) turyzmu: avtoref. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekonom. nauk za spets. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)». Zhytomyr.
3. Rutynskyi, M. Y. & Zinko, Yu. V. (2008). Silskyi turyzm. Kyiv: Znannia.
4. Kyfiak, V. F. (2003). Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini. Chernivtsi: Knyha ChChI.
5. Kravchenko, N. (2007). Rol silskoho turyzmu v rozvytku rehioniv Polissia. Nizhyn.
6. Byrkovich, V. I. (2008). Silskyi zelenyi turyzm – priorytet rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy. Stratehichni priorytety. Naukovo-analitychnyi shchokvartalnyi zbirnyk, 1 (6), 138-143.
7. Skrypnyk, N. Ya. & Serdiuk, A. M. (2013). Rekreatsiina heohrafiia. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury.
8. Lobo, R. (2001). Helpful agricultural Tourism (Agri-tourism) Definitions, 5, 25-26.
9. Nilsson, P. (2002). Staying on farms; an ideological background. *Annals of Tourism Research*, 29, 7-24.
10. Lyzohub, V. A. & Perov, O. V. (2010). Mozhlyvosti vplyvu silskoho zelenoho turyzmu na funktsionuvannia sotsialnoi infrastruktury ahropromyslovoho kompleksu. Visnyk yurydychnoi akademii Ukrainy im. Ya. Mudroho, 3, 64-68.
11. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2013 r. (2014). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/head.html>.
12. Darchuk, V. H. (2013). Reklamni marshruty po tochkakh sadyv yak odyin z chynnykiv rozvytku silskoho (zelenoho) turyzmu v Ukraini. Biznes-Inform, 8, 204-210.

Стаття надійшла до редакції 16.11.2014 р.

Володимир Романович КУПЧАК

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту,
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту,
Тернопільський національний економічний університет

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ДОВГОСТРОКОВОЇ ПРОГРАМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Купчак, В. Р. Методичний підхід до формування комплексної довгострокової програми енергозбереження та підвищення енергоефективності / Володимир Романович Купчак // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 49-53. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті досліджено особливості розвитку регіональних програм енергозбереження та підвищення енергоефективності. Запропоновано методичний підхід, заснований на детальному структуруванні та взаємоперевірці інформації про економіку і енергоспоживання.

Ключові слова: енергоефективність; енергетична безпека; програма енергозбереження.

Volodymyr Romanovych KUPCHAK

PhD in Economics,
Associate Professor,
Department of International Economics, Marketing, and Management,
Ivano-Frankivsk Training and Research Institute of Management,
Ternopil National Economic University

METHODICAL APPROACH TO THE FORMATION OF A COMPREHENSIVE LONG-TERM PROGRAM OF ENERGY SAVING AND ENERGY EFFICIENCY

Abstract

The features of development of regional programs of energy saving and energy efficiency are considered in the article. It has been proposed the methodological approach which is based on the detailed structuring and checking of the information about the economy and energy consumption.

Keywords: innovative enterprise development; implementation strategies; institutional tools; widespread adoption of innovations; regional socio-economic systems.

JEL classification: H190

Вступ

Споживання паливно-енергетичних ресурсів є необхідною складовою як життєдіяльності людини, так і економіки країни. Однак щораз більші обсяги потреб у суспільстві призводять до виснаження запасів цих ресурсів, і водночас їх споживання здійснює руйнівний вплив на довкілля. Зазначені обставини визначають надзвичайну актуальність питань підвищення енергоефективності на різних рівнях управління.

Мета та завдання статті

Метою статті є розробка та дослідження концептуальних підходів, методологічних основ і організаційно-економічних методів формування регіональної системи стратегічного управління енергоефективністю.

Комплексність проблеми підвищення енергоефективності визначає широке коло досліджень у цьому напрямі. Різні аспекти підвищення енергоефективності вивчали такі фахівці, як Башмаков І. О., Безруких П. П., Гнідий М. В., Кулик М. М., Лапко О. О., Лір В. Е., Маляренко В. А., Микитенко В. В., Огурцов А. П., Суходоля О. М., Черепанова В. О., Шидловський А. К. та ін. Питаннями формування стратегії сталого розвитку окремих регіонів та національної економіки загалом займалися Александров І. О., Буркинський Б. В., Геєць В. М., Заблудська І. В., Кизим М. О., Коваленко М. А., Масловська Л. Ц., Сенчагов В. К., Пила В. І., Тищенко О. М., Топіха В. І., Шаститко А. Є. та ін.

Незважаючи на суттєвий прогрес у підвищенні енергоефективності останніми роками, Україна все ще належить до групи країн з дуже високою енергоємністю ВВП. Ризики її збереження дуже великі: зниження енергетичної безпеки держави та її регіонів через неможливість покрити потреби зростаючої економіки в енергії та потужності; зниження економічної безпеки при скороченні потенціалу експорту енергоносіїв і загроза репутації надійного постачальника енергетичних ресурсів на зовнішні ринки; зниження конкурентоспроможності енергоємної української промисловості та інших секторів економіки; зростання навантаження з оплати енергоносіїв на сімейні бюджети, збереження високого рівня бідності та падіння збирання комунальних платежів; відволікання значної частини інвестиційних ресурсів на масштабні інвестиції в ПЕК і відповідне зростання тарифів, яке розганяє інфляцію; високе навантаження комунальних платежів на міські, регіональні та державний бюджети; високий рівень забруднення довкілля, зростання небезпеки і частоти техногенних катастроф та складності виконання міжнародних зобов'язань по контролю за емісією парникових газів, відставання від світових лідерів у переході до «зеленої» економіки, що забезпечує сталий розвиток [5].

Актуальність кардинального підвищення енергоефективності усвідомлена керівництвом країни, і тому зниження енергоємності ВВП стало одним з п'яти пріоритетів політики модернізації української економіки. Сформульовано задачу зниження енергоємності ВВП України до 2020 р. не менше ніж на 40 %, порівняно з 2007 р. Підвищення енергоефективності стає найважливішим ресурсом економічного зростання, здатним забезпечити 80-85 % приросту потреби України в енергетичних послугах до 2020 р. [6]

Методичний підхід до формування комплексної довгострокової програми енергозбереження та підвищення енергоефективності має п'ять базових елементів (рис. 1):

1. Основою методичного підходу до прогнозування динаміки попиту на енергію є застосування моделі, яка використовується для оцінки динаміки інтегральних параметрів енергоефективності, оцінки масштабів економії енергії за рахунок внеску різних факторів, а також як засіб узгодження прогнозів споживання енергії на моделях для окремих секторів. Ця модель дозволяє оцінити ефекти від використання цінових і податкових інструментів стимулювання підвищення енергоефективності.

2. На стадії формування сценаріїв проводиться перевірка несуперечності сценарних припущень на основі агрегованої макроекономічної моделі. Це дозволяє відсіяти внутрішньо суперечливі і тому такі, що реалізуються, сценарії і, таким чином, скоротити діапазон невизначеності майбутньої динаміки попиту на енергію та економії енергії.

3. За допомогою комплексу допоміжних моделей для опису процесів використання енергії в окремих секторах економіки визначаються характеристики впливу прискорення технічного прогресу у сфері підвищення енергоефективності та вплив заходів державної політики у цій галузі на параметри функцій попиту на енергію.

4. Комплекс моделей споживання енергії в окремих секторах економіки спирається на більш деталізоване уявлення структури споживання енергії по продуктах, процесах і переділах. Такий підхід дає інструменти для більш адекватної оцінки можливостей прискорення технологічної модернізації як через автономний технічний прогрес, так і завдяки заходам політики підвищення енергоефективності.

5. Комплекс моделей споживання енергії в окремих секторах економіки використовується також для визначення абсолютних масштабів економії енергії, одержуваної завдяки реалізації програми заходів щодо підвищення ефективності використання енергії. Ці оцінки виходять як різниця імітації на моделі тенденцій і параметрів, зафіксованих у ретроспективі, і результатів імітації із заходами політики, що стимулюють прискорене впровадження нових енергоефективних технологій та практик.

Пропонований методичний підхід заснований на детальному структуруванні та взаємоперевірці інформації про економіку і енергоспоживання, має велике число зворотних зв'язків, дозволяє оцінити вплив основних факторів на динаміку підвищення ефективності використання енергії. Його важливими елементами є також: забезпечення універсальності схеми при її адаптивності до специфічних особливостей українських регіонів за рахунок докладного відображення енергоспоживання в провідних промислових виробництвах; забезпечення можливості розвитку комплексу моделей споживання енергії в секторах економіки через підвищення деталізації опису окремих процесів виробництва і споживання енергії.

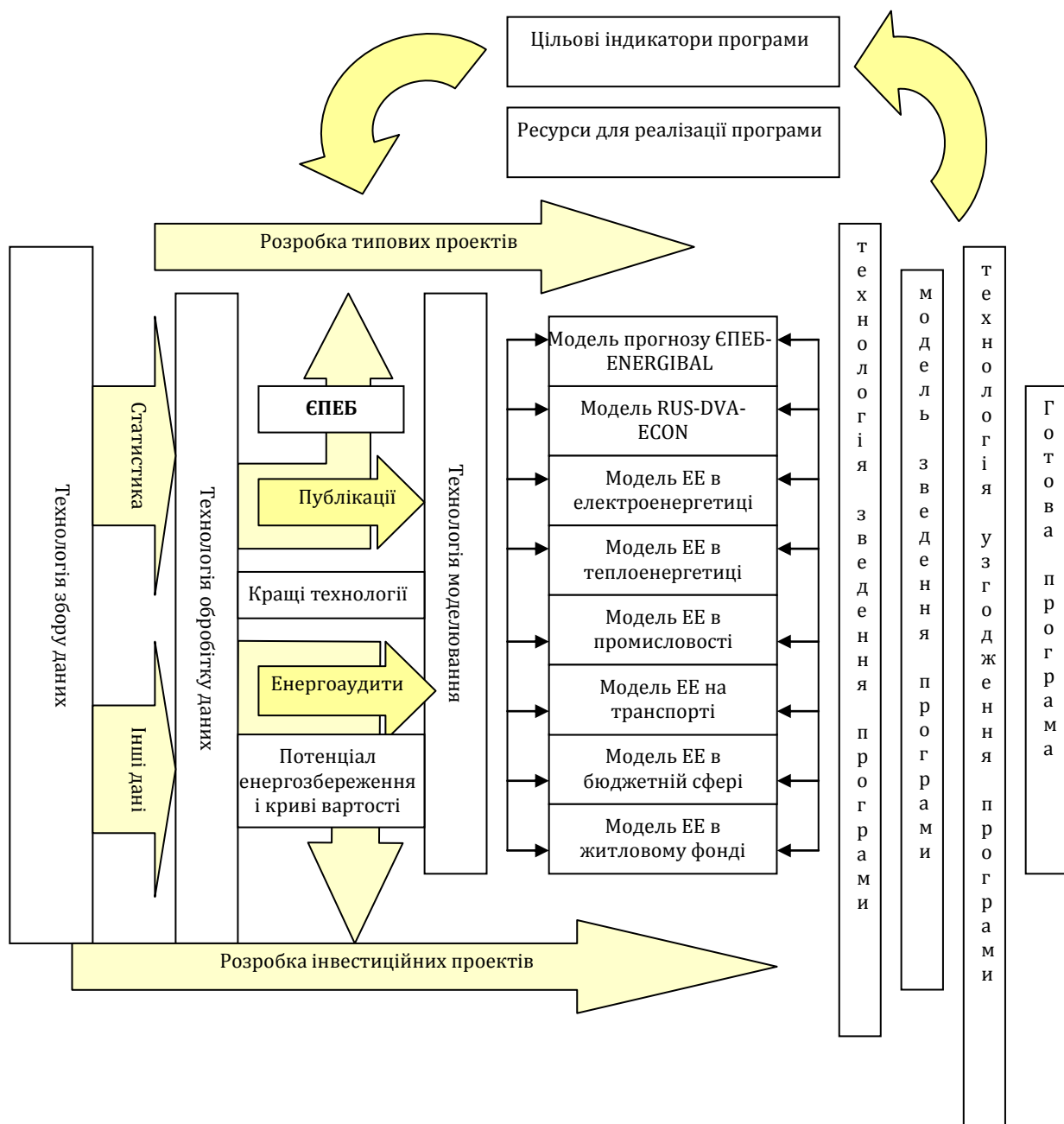


Рис. 1. Технологія розробки комплексної довгострокової програми енергозбереження та підвищення енергоефективності

Множення обсягів економії на капітальні витрати приросту за кожним типовим заходом дозволяє оцінити капітальні витрати по всіх секторах енергоспоживання і вартість усієї програми. По кожному типовому заходу формуються гіпотези щодо можливої схеми його фінансування. В аналізі використовуються наступні джерела: власні кошти; інвестиційні надбавки до тарифів; залучення позикових коштів; бюджетні дотації (з державного та регіональних бюджетів) у формах пільг по відсотках, прямих субсидій, пільг з амортизації, витрат на управління і нормативно-правове забезпечення, відшкодування витрат енергосервісних компаній. При цьому з'являються додаткові витрати на обслуговування боргу: відшкодування основної суми та відсотків. У структурі витрат за програмою проводиться виділення загальних витрат, капітальних вкладень, бюджетних витрат, разом із витратами на управління програмою. На цій основі оцінюється навантаження на тарифи і на бюджети різних рівнів. При наявності інформації про порогові значення цих категорій видатків отримані оцінки перевіряються на відповідність цим значенням. При виході за їх межі обсяг реалізації заходів коригується в бік зниження, що тягне за собою корекцію цільових показників і всіх підготовлених раніше додатків до програми.

Як економічні ефекти програми, оцінюються: економія на придбання енергоресурсів усіма споживачами в постійних цінах і в цінах відповідних років; економія коштів бюджетів усіх рівнів на придбання і субсидування придбання енергоресурсів через реалізацію заходів на бюджетних об'єктах і зниження субсидування енергетичних послуг для населення; економічна оцінка вартості зниження викидів парникових газів. Загальна ефективність програми оцінюється як інтегральна оцінка ефективності всіх її заходів, що розглядаються як інвестиційні проекти, через визначення чистого дисконтованого доходу. Кожному типовому заходу відповідає оцінка економії конкретних енергоносіїв, що, при множенні на їх прогнознi ціни, дозволяє оцінити економію витрат на енергію. Сумарна економія витрат на енергію усіма споживачами енергоресурсів в 2010-2030 рр. завдяки реалізації Держпрограми практично повністю окупиться вже до моменту її завершення [2].

У межах довгострокової програми складно і дуже дорого готувати техніко-економічні обґрунтування для формування адресної інвестиційної програми на багато років вперед, тому в методичному підході, описаному вище, використовуються типові заходи для типових об'єктів.

Цього достатньо при визначенні необхідних ресурсів для програми. При формуванні щорічних планів її реалізації типові проекти замінюються на адресні інвестиційні проекти. Відбір останніх для залучення в програму повинен здійснюватися за правилом «крайніх справа» об'єктів у розподілі на «гірці ресурсу енергоефективності». Це дозволить на основі бенчмаркінгу залучати в програму насамперед об'єкти з найбільш високою віддачею від витрат на підвищення енергоефективності.

У тих секторах української економіки, де політика підвищення енергоефективності реалізовувалася найбільш активно (бюджетна сфера та житловий сектор), може бути отримана більш істотна економія енергії.

Нормативна база у сфері підвищення ефективності використання енергії може призводити до таких реакцій: засвоєння (після періоду адаптації), відторгнення або перекручення. Неповна і неякісна нормативна база вже почала породжувати два останні типи реакцій. Підсумком стала недостатня ефективність нормативних механізмів і затримка на шляху до зниження енергоємності ВВП. Виявлення прогалин і проблем з повнотою і якістю української нормативної бази з енергоефективності та визначення шляхів її вдосконалення дозволяє знайти способи підвищення працездатності вже запущених інструментів політики, більш раціонально використовувати виділені ресурси, а також запропонувати нові механізми [3].

Останніми роками нормотворчість у цій сфері розвивалася за схемою «великого вибуху». Починаючи з 2009 р. на державному рівні було прийнято кілька десятків нормативних актів, що регулюють відносини в галузі підвищення енергетичної ефективності. Крім того, було змінено і доповнено низку вже наявних нормативних актів. Розвинені країни витратили на формування нормативної бази з підвищення енергоефективності 2-3 десятиліття. Україна спробувала «стиснути час» і виконати ту ж роботу за 2-3 роки. Це спричинило як значні лакуни в нормативній базі, так і низьку якість окремих документів.

Вітчизняні заходи політики підвищення енергоефективності в транспортному секторі дуже слабкі. Те ж можна сказати про промисловість: заходи в цьому секторі стосуються винятково енергетичних аудитів. Енергопостачальні компанії не мають завдань з підвищення енергоефективності у споживачів, ще не запущені схеми, подібні «білим сертифікатам». Досвід розвинених країн у застосуванні гнучких ринкових інструментів не використовується. Повністю відсутні заходи політики з просування пасивних будинків і будівель з нульовим споживанням енергії. Потрібна доробка і (або) переробка багатьох нормативних актів [1].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Необхідні нові концептуальні та методичні підходи до визначення системи додаткових заходів державної політики підвищення енергоефективності, які уможливлять гарантоване досягнення цільових установок програм, а також мобілізацію та ефективне використання фінансових ресурсів для їх реалізації.

Ґрунтуючись на зарубіжному досвіді застосування різних інструментів політики підвищення енергоефективності, аналізу їх результативності та здатності мобілізувати джерела фінансування, пропонується реалізувати в Україні широкий комплекс додаткових заходів з підвищення енергоефективності в різних секторах економіки. Тільки запуск цих нових механізмів здатен мобілізувати приріст фінансових ресурсів на реалізацію програм і за рахунок цього забезпечити додаткову економію енергії, економічні та екологічні ефекти. Втілення цих заходів потребуватиме подвоєння витрат державного бюджету. Загалом фінансові ресурси, що спрямовуються на цілі підвищення енергоефективності в Україні, порівняно з 2013 р., також повинні бути подвоєні.

Список літератури

1. Андрійчук, І. В. Ефективність використання альтернативних паливно-енергетичних ресурсів в регіоні (на прикладі Івано-Франківської області): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / І. В. Андрійчук. — Львів, 2006. — 20 с.
2. Башмаков, И. Российский ресурс энергоэффективности: масштабы, затраты и выгоды / И. Башмаков // Вопросы экономики. — 2009. — № 2. — С. 71-89.
3. Захарова, О. В. Экономические аспекты энергосбережения на промышленных предприятиях / О. В. Захарова // Интегрированные технологии и энергосбережение. — 2002. — № 2. — С. 40-45.
4. Зеленая книга ЕС: Европейская стратегия устойчивой, конкурентоспособной и безопасной энергетики [Электронный ресурс] / Комитет европейских сообществ [Брюссель, 08.03.2006 г.]. — Режим доступа: http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552.
5. Перетятко, А. Ю. Дослідження потенціалу енергозбереження підприємств житлово-комунального господарства та його оцінка / А. Ю. Перетятко, А. О. Кваша // III Міжнар. наук.-практ. конференція «Проблеми та перспективи розвитку підприємств в умовах світової економічної інтеграції». — Харків, ХНУБА, 2011. — С. 135-138.
6. Сухонос, М. К. Энергосберегающие мероприятия в системах водоснабжения и канализации / М. К. Сухонос // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. — 2009. — № 8. — С. 55-62.
7. Язлюк, Б. О. Стратегічне управління інвестиційно-інноваційним бізнес-портфелем підприємства у сфері малого підприємництва / Б. О. Язлюк // Галицький економічний вісник. — 2011. — № 2 (31) 2011. — С. 56 -63.

References

1. Andriichuk, I. V. (2006). Efektyvnist vykorystannia alternatyvnykh palyvno-enerhetychnykh resursiv v rehioni (na prykladi Ivano-Frankivskoi oblasti): avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.10.01 «Rozmishchennia produktyvnykh syl i rehionalna ekonomika». Lviv.
2. Bashmakov, I. (2009). Rossijskij resurs jenergojeffektivnosti: masshtaby, zatraty i vygody. Voprosy jekonomiki, 2, 71-89.
3. Zaharova, O. V. (2002). Jekonomicheskie aspekty jenergosberezhenija na promyshlennyh predpriijatjah. Integrirovannye tehnologii i jenergosberezhenie, 2, 40-45.
4. Zelenaja kniga ES: Evropejskaja strategija ustojchivoj, konkurentosposobnoj i bezopasnoj jenergetiki. (2006). Komitet evropejskih soobshhestv [Brjussel', 08.03.2006 g.]. Retrieved from: http://www.rsppenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552.
5. Peretiatko, A. Yu. & Kvasha, A. O. (2011). Doslidzhennia potentsialu enerhozberezhennia pidpriemstv zhytlovo-komunalnoho hospodarstva ta yoho otsinka. III Mizhnar. nauk.-prakt. konferentsiia «Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv v umovakh svitovoi ekonomichnoi intehtatsii». Kharkiv, KhNUBA, 135-138.
6. Suhonos, M. K. (2009). Jenergosberegajushhie meroprijatija v sistemah vodosnabzhenija i kanalizacii. Jenergosberezhenie. Jenergetika. Jenergoaudit, 8, 55-62.
7. Yazliuk, B. O. (2011). Stratehichne upravlinnia investytsiino-innovatsiinym biznes-portfelem pidpriemstva u sferi maloho pidpriemnytstva. Halytskyi ekonomichniy visnyk, 2 (31), 56 -63.

Стаття надійшла до редакції 16.11.2014 р.

В. В. ЛАГОДІЄНКО

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу, підприємництва та торгівлі,
Одеська національна академія харчових технологій

ВПЛИВ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ІННОВАЦІЙНОЮ ОСНОВОЮ НА РОЗВИТОК АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Лагодієнко, В. В. Вплив інтенсифікації діяльності з інноваційною основою на розвиток аграрного виробництва [Текст] / В. В. Лагодієнко // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 54-57. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У роботі розглянуто питання підвищення ефективності аграрного виробництва, обґрунтовано потребу в удосконаленні форм виробничої інтенсифікації, визначено елементи системи формування інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств та їх вплив на основні структурні перетворення аграрного виробництва.

Ключові слова: структурні зміни; аграрне виробництво; державна політика; інтенсифікація; інноваційний розвиток.

V. V. LAHODIENKO

Doctor of Economics,
Professor,
Department of Marketing, Entrepreneurship and Trade
Odessa National Academy of Food Technologies

INFLUENCE OF INTENSIFICATION OF ACTIVITY WITH THE INNOVATIVE BASIS ON THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTION

Abstract

The issues of increase of agricultural production efficiency are considered in the article. The necessity of improvement of forms of production intensification is grounded. The elements of the system of formation of innovative potential of agricultural enterprises are determined. Their influence on the basic structural changes of the agrarian production is defined.

Keywords: structural changes; agrarian production; state policy; intensification; innovative development.

JEL classification: Q130

Вступ

Головним завданням розвитку аграрного виробництва є створення умов для розвитку ефективного, високопродуктивного і конкурентного агропромислового сектора з урахуванням інтенсифікації на інноваційній основі, що загалом сприятиме економічному зростанню та покращенню добробуту населення.

Більшість перетворень, які здійснювались в аграрному секторі економіки України за цілями і характером науковці поділяють на два етапи: реформування і пореформений етап. Кожен із них характеризується власними особливостями структурних змін, які відрізняються внутрішньою виробничою аграрною і торговельною політикою і не завжди враховують фактори інтенсифікації виробництва з інноваційною компонентою.

Проблемні питання інтенсифікації виробництва в сільськогосподарських підприємствах висвітлені у працях вітчизняних та закордонних науковців, зокрема П. Гайдуцького, М. Дем'яненка, В. Зіновчука, І. Кириленка, М. Кропивка, П. Макаренка, Л. Мармуть, В. Месель-Веселяка, І. Михасюка, О. Могильного,

В. Назаренка, О. Онищенко, Т. Осташко, М. Павлишенка, Б. Пасхавера, Н. Попова, П. Саблука, В. Топіхи, І. Топіхи, В. Червена, Г. Черевка тощо. Утім, дослідження питань впливу інтенсифікації виробництва з інноваційною основою на особливості структурних змін аграрного виробництва показало, що ці питання в теорії і практиці не одержали вичерпної наукової інтерпретації.

Виклад основного матеріалу дослідження

Реформування аграрного сектора економіки, яке супроводжувалося становленням ринкових відносин, проведенням земельної реформи, створенням нових підприємницьких організаційних структур різних форм власності та господарювання, не дало очікуваних результатів. Реалії сьогодення спонукають до використання стратегічних підходів для здійснення глибоких перетворень в аграрній сфері, що є однією з передумов успіху її соціально-економічного розвитку.

Значний вплив на інтенсифікацію сільськогосподарського виробництва здійснює розвиток ринкових відносин, що супроводжується введенням приватної власності на землю і майно та є основою сучасного аграрного виробництва.

Інтенсифікація виробництва – процес суспільного виробництва, що базується на застосуванні більш ефективних засобів, предметів праці, більш кваліфікованої робочої сили, передових форм і методів організації праці, зростаючої інформованості тощо відповідно до найновіших досягнень науково-технічного прогресу. Інтенсифікація виробництва суттєво відрізняється від екстенсивного розвитку суспільного виробництва, яке базується на кількісному зростанні засобів виробництва, робочої сили, незмінних формах і методах організації виробництва і має затратний характер.

На нашу думку, центральні причини сучасної аграрної кризи зосереджені за межами галузі, у сфері макроекономічних процесів і макроекономічного регулювання, тому необхідною умовою її подолання є здійснення структурних перетворень і реформування усієї системи аграрних відносин.

Перші підсумки земельної реформи в Україні свідчать про те, що процес дифузії власності продовжується. У результаті земельної реформи здійснилася демонополізація державної власності, сформувалися різноманітні форми земельної власності, що сприяло реалізації принципів ринкової економіки і зростанню виробництва. Роль держави при цьому зводиться до створення умов для максимального розвитку конкурентного середовища, ініціативи, раціонального використання ресурсів. З метою ефективного функціонування такого управління необхідно створити регульований державою ринок усіх категорій земель і відповідне законодавство. Державну підтримку сільських товаровиробників необхідно здійснювати за рахунок коштів центрального та регіонального бюджетів. Механізм підтримки сільгосппідприємств на державному рівні зводиться до стимулювання сукупного попиту, установлення паритету цін та заміни бартерних операцій на грошові розрахунки, що сприятиме створенню повноцінного товарного ринку. Низька продуктивність праці в українському сільському господарстві є наслідком невизначеності зовнішнього середовища, а також екстенсивних методів господарювання та низької мотивації праці у суспільному секторі.

Вплив інтенсифікації на розвиток сільського господарства зумовлений можливістю підвищення економічної ефективності виробництва та передбачає зростання його продуктивності на основі підвищення рівня технічного забезпечення, широкого використання новітніх засобів виробництва та залученні кваліфікованих кадрів. Високі кінцеві результати інтенсифікації сільськогосподарського виробництва забезпечуються в результаті послідовного поєднання процесів вдосконалення і раціонального використання всіх його чинників.

Інтенсивний розвиток сільського господарства відбувається на основі впровадження новітніх досягнень науково-технічного прогресу на усіх стадіях виробничого процесу, в т.ч. шляхом активізації процесів механізації і автоматизації виробництва, що сприяє підвищенню його економічної ефективності.

Необхідною умовою для сталого розвитку сільського господарства є збалансованість і пропорційність його структури. У сучасній науці дослідженню аграрної структури надається особливе значення, а сам термін трактується з різних позицій. Наявність численних структурних диспропорцій обмежувала поступальний розвиток аграрної системи вже на регіональному рівні і зумовила об'єктивну необхідність управління трансформаційними процесами. На сьогодні формування ефективно функціонуючого сільського господарства є одним з фундаментальних положень державної та регіональної аграрної політики.

Розглядаючи окремі елементи системи формування інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку та виявлення впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, вважаємо, що зростає необхідність у втіленні в практику господарювання того чи іншого виду нововведення, оцінки його стану й визначення напрямків розвитку. Це дозволяє стверджувати, що основою формування інноваційного потенціалу є внутрішні резерви підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва на засадах матеріало-і ресурсозберігаючої форми інтенсифікації, яка передбачає застосування більш економічних предметів

праці і більш раціонального їх використання, а також споживання меншої кількості сировини, електроенергії та інших видів ресурсів.

Структурні перетворення аграрного виробництва формуються в тісному зв'язку із загальноекономічною структурною політикою держави і змістовно спираються на загальну аграрну політику. Головним орієнтиром структурної політики є формування збалансованого та високоорганізованого сільського господарства в регіонах, здатного адекватно реагувати на внутрішні протиріччя і виклики зовнішнього середовища, зберігаючи стійкість розвитку і забезпечуючи економічне зростання, зокрема не можна визначити структуру аграрного виробництва без урахування регіональних особливостей. У сучасній практиці структурного регулювання увага повинна бути акцентована на досягненні балансу між обсягами виробництва і попиту, забезпеченні умов для вільного міжгалузевого переливу ресурсів і розширення нових галузей, вирівнюванні економічного розвитку територій та оптимізації просторового розміщення сільського господарства, впровадженні досягнень науково-технічного прогресу і створенні інституціональних умов для сталого розвитку сільського господарства.

У процесі здійснення структурних перетворень активну участь беруть всі суб'єкти державної ієрархії. Роль загальнодержавних органів управління галуззю зводиться до вироблення спільної концепції структурних перетворень, на рівні областей розробляються регіональні програми, визначаються напрямки розвитку і конкретизується організаційно-економічний механізм.

Розвиток сільськогосподарських підприємств на інноваційній основі є передумовою підвищення конкурентоспроможності продукції, що виробляється, сприяє збільшенню інвестиційних надходжень, вирішенню проблеми зайнятості населення, формуванню виробничої, ринкової й інвестиційної інфраструктури.

Нині поширюється концепція, за якої носієм аграрних відносин повинен стати землевласник, товаровиробник. Для цього створена відповідна законодавча база: прийняті Закон України "Про власність", "Про селянське (фермерське) господарство", "Про господарські товариства", "Про оренду", та ін. Районний рівень поєднує в собі функції безпосереднього виконавця. Результатами його діяльності є: виявлення стратегічних можливостей та розробка програм районного розвитку, залучення ресурсів, створення інститутів і партнерств для реалізації програм, залучення в цей процес первинних товаровиробників, сільських громад, розвиток їх ініціативи і формування відповідальності. Важливою умовою при розробці та реалізації програм структурних перетворень є інтеграція і координація всіх учасників цього процесу.

Важливим при формуванні власних структурних перетворень аграрного виробництва є використання світового досвіду. У країнах з розвинутою соціально-орієнтованою економікою кожен підприємець відшукує свою нішу господарської діяльності, яка б вдало вписувалась у загальний бізнес. У сучасних умовах формування аграрного сектору альтернативними сегментами діяльності сільськогосподарських колективних підприємств можуть бути такі, що доповнюють основне виробництво, яке склалося в них раніше: переробка сільськогосподарської продукції, матеріально-технічне постачання, реалізація продукції, виробництво будівельних матеріалів тощо. Подібна система організації основного виробництва і допоміжних виробництв, у тому числі через спеціалізацію і кооперування в системі АПК, як колективних, так і фермерських господарств, безумовно, усуває багато суперечностей, що виникають між окремими суб'єктами в аграрному секторі економіки. При цьому ринкова економіка розкриває широкі можливості для розвитку підприємництва. Однак було б неправомірним зводити його до малого та середнього бізнесу. Доцільно використовувати кооперативи сільськогосподарських підприємств, надавши їм можливість реформуватися в умовах демократичної ринкової економіки, при широкій господарській автономії та належних конкурентних механізмах між різними економічними укладами.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Основним поточним завданням розвитку аграрної галузі нині є зупинення негативних процесів у ній та забезпечення умов для нарощування виробництва сировини і продовольчих ресурсів. У зв'язку з цим на сучасному етапі проведення аграрної реформи особливо потрібне їй наукове, правове, методичне, фінансове, інформаційне і матеріально-технічне забезпечення. У цьому запорука успіху структурних перетворень, оскільки альтернативи їм немає, вони мають здійснюватись в інтересах селян і самими селянами. Встановлено, що відповідні кількісні та якісні зміни у виробничій діяльності аграрних формувань та галузі загалом можливі лише за умови інтенсифікації виробництва на інноваційній основі.

Встановлено, що в умовах прискорення процесів світової інтелектуалізації саме новітні технології стають тією основою, яка визначає сучасне виробництво, форми його організації та управління, надає можливість досягнення конкурентних переваг для успішної діяльності того чи іншого суб'єкта господарювання, визначає питання якісного й ефективного його розвитку. Враховуючи обмеженість виробничих ресурсів, їх високу вартість, рівень конкуренції сільськогосподарським товаровиробникам необхідно активно впроваджувати інтенсивні технології з інноваційною складовою на усіх стадіях

Список літератури

1. Лузан, Ю. Я. Реформування аграрного сектора України: стан і перспективи / Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. – 2002. – №4. – С. 3–7.
2. Малік, М. Й. Реформування власності і реструктуризація підприємств АПК/ М. Й. Малік // Економіка АПК. – 2007. – № 11. – С. 9–13.
3. Рябоконь, В. П. Організаційні напрями соціальноекономічних перетворень в аграрному секторі/ В. П. Рябоконь // Економіка АПК. – 2005. – №6. – С. 110–116.
4. Саблук, П. Т. Становлення аграрної політики в Україні/ П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2006. – № 1. – С. 3–7.
5. Язлюк, Б. О. Застосування диверсифікації при реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії підприємства / Б. О. Язлюк // Наука молода. – Тернопіль: Економічна думка, Вип. 14. 2010. – С. 198-202.

References

1. Luzan, Yu. Ya. (2002). Reformuvannia ahrarnoho sektora Ukrainy: stan i perspektyvy. *Ekonomika APK*, 4, 3–7.
2. Malik, M. Y. (2007). Reformuvannia vlasnosti i restrukturyzatsiia pidpriemstv APK. *Ekonomika APK*, 11, 9–13.
3. Riabokon, V. P. (2005). Orhanizatsiini napriamy sotsialnoekonomichnykh peretvoren v ahrarnomu sektori. *Ekonomika APK*, 6, 110–116.
4. Sabluk, P. T. (2006). Stanovlennia ahrarnoi polityky v Ukraini. *Ekonomika APK*, 1, 3–7.
5. Yazliuk, B. O. (2010). Zastosuvannia dyversyfikatsii pry realizatsii investytsiino-innovatsiinoi stratehii pidpriemstva. *Nauka moloda*, 14, 198-202.

Стаття надійшла до редакції 05.11.2014 р.

Н. В. ЛАГОДІЄНКО

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку і аудиту,
Миколаївський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО І ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ВЕСНЯНО-ПОЛЬОВИХ РОБІТ

Лагодієнко, Н. В. Особливості бухгалтерського і податкового обліку підготовки та проведення весняно-польових робіт [Текст] / Н. В. Лагодієнко // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 58-63. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Розглянуто особливості бухгалтерського та податкового обліку весняно-польових робіт за окремими видами підготовчих робіт у платників податку на прибуток, ПДВ (крім сільськогосподарських підприємств у розумінні ст. 209 Податкового кодексу України) та у платників єдиного податку.

Ключові слова: весняно-польові роботи; бухгалтерський облік; податковий облік; податок на прибуток; податок на додану вартість; єдиний податок.

N. V. LAHODIENKO

PhD in Economics,
Senior Lecturer,
Department of Accounting and Auditing,
Mykolayiv National Agrarian University

THE PECULIARITIES OF FINANCIAL AND TAX ACCOUNTING OF PREPARATION AND CONDUCTING OF SPRING FIELD WORKS

Abstract

The features of financial and tax accounting of spring field works according to the certain types of preparatory works of profit tax payers; VAT (except the agrarian enterprises within the meaning of Art. 209 of the Tax Code of Ukraine) and of single tax payers are described in the article.

Keywords: spring field works; accounting; tax accounting; income tax; VAT; single tax.

JEL classification: M410

Вступ

Підготовка та проведення комплексу весняно-польових робіт є надзвичайно важливим заходом у наращуванні обсягів валового виробництва сільськогосподарської продукції. Однак бажаного результату буде досягнуто лише в тому разі, якщо вітчизняні товаровиробники належно підготуються до них – закуплять (за необхідності) насіння, добрива, підготують необхідну техніку (автомобілі, трактори, комбайни тощо), визначаться з якістю озимих посівів після зими тощо. Зважаючи на вищевикладене, з метою успішного проведення сівби ярих, своєчасного одержання сходів, закладки потенціалу і формування пристойного врожаю необхідно враховувати всі особливості обліку досліджуваного комплексу робіт задля мобілізації оборотних засобів у період сезонного дефіциту коштів та своєчасного відображення податкового кредиту при придбанні необхідних товарно-матеріальних цінностей.

Питання бухгалтерського та податкового обліку весняно-польових робіт є актуальними і завжди привертати увагу багатьох науковців, серед них Дем'яненко М. Я., Жук В. М., Кірейцев Г. Г., Огійчук М. Ф., Саблук П. Т., Сук Л. К. та інші. Віддаючи належне науковим напрацюванням вчених, слід зазначити, що питання бухгалтерського та податкового обліку підготовки та проведення весняно-польових робіт потребують подальшого наукового дослідження.

© Н. В. Лагодієнко, 2014

Виклад основного матеріалу дослідження

Згідно з Податковим кодексом України (далі ПКУ) витрати, що формують собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг, крім нерозподілених постійних загальновиробничих витрат, які належать до складу собівартості реалізованої продукції в період їх виникнення, визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації таких товарів (робіт, послуг). У такому випадку до собівартості продукції відносять вартість закупленого насіння та добрив як витрати звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації вирощеної продукції. Водночас дохід від реалізації продукції визнається за датою переходу покупцеві права власності на таку продукцію [4].

Відносно податку на додану вартість (далі ПДВ), то підприємства при закупівлі насіння та добрив мають право віднести сплачену суму ПДВ до податкового кредиту при дотриманні вимог ПКУ. Закуплені насіння та добрива у бухгалтерському обліку відображаються на субрахунку 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення». У момент використання їх вартість вноситься до складу виробничої собівартості продукції й обліковується за дебетом рахунку 23 «Виробництво».

Підготовка техніки (об'єктів основних засобів) при проведенні комплексу весняно-польових робіт полягає насамперед у її ремонті та технічному обслуговуванні. Ремонт може бути поточним або капітальним. Зазначимо, що згідно з Положенням про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту (далі – Положення № 102):

- поточний ремонт виконується для забезпечення або відновлення роботоздатності виробу й полягає у заміні та (або) відновленні окремих частин (може виконуватися на замовлення або за результатами діагностування агрегатним, знеособленим та іншими методами). До поточного ремонту відносять роботи, пов'язані з одночасною заміною не більш як двох базових агрегатів (крім кузова та рами), наприклад: коробок передач, мостів (осей), кермового керування тощо; будь-який ремонт таких агрегатів;
- капітальний ремонт виконується для відновлення справності та повного або близького до повного відновлення ресурсу виробу із заміною чи відновленням будь-яких частин, у тому числі базових, і призначений для продовження строку експлуатації транспортних засобів. До капітальних належать роботи, пов'язані із заміною кузова для автобусів і легкових автомобілів, рами для вантажних автомобілів або одночасною заміною не менш як трьох базових агрегатів. До капітальних робіт причепів належать роботи, пов'язані із заміною рами;
- технічне обслуговування є комплексом операцій чи операцією щодо підтримки роботоздатності або справності виробу під час використання за призначенням, зберігання та транспортування [5].

Крім того, Методичними рекомендаціями з бухгалтерського обліку основних засобів (далі – Методичні рекомендації № 561) виділено такі поняття поліпшення основних засобів, як модернізація, реконструкція, добудова тощо [2].

Дослідженнями встановлено, що основна відмінність ремонту від поліпшення полягає в тому, що ремонт здійснюють для підтримання об'єкта основних засобів у придатному для використання стані та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигод від його використання. Водночас поліпшення спрямовано на підвищення техніко-економічних можливостей об'єкта, що призведе у майбутньому до збільшення економічних вигод [2; 6]. При цьому рішення про характер та ознаки здійснюваних підприємством робіт (належать вони до ремонту чи поліпшення) приймає керівник та оформляє наказом по підприємству з урахуванням результатів аналізу ситуації та суттєвості таких витрат.

Ремонт можуть здійснювати безпосередньо водій (машиніст) техніки у полі чи в гаражі (на стоянці), а в ремонтній майстерні (окремому підрозділі сільгосп підприємства) – механік або інші спеціалісти. Ремонт може бути плановим (профілактичним) чи раптовим, викликаним поломкою окремих агрегатів.

Згідно з ПКУ первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних із ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів (модернізацією, модифікацією, добудовою, дообладнанням, реконструкцією), що призводить до зростання майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єктів у сумі, що перевищує 10 % сукупної балансової вартості усіх груп основних засобів, що підлягають амортизації, на початок звітного податкового року з віднесенням суми поліпшення на об'єкт основного засобу, щодо якого здійснюється ремонт і поліпшення [4].

Суму витрат, пов'язану з ремонтом і поліпшенням об'єктів основних засобів, у тому числі орендованих або отриманих у концесію чи створених (збудованих) концесіонером у розмірі, що не перевищує 10 % сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів на початок звітного року, платник податку відносить до складу витрат [4].

Слід зазначити, що аграрні підприємства – платники податку на прибуток, як правило, підпадають під дію ст. 155 ПКУ щодо особливостей оподаткування виробників-суб'єктів сільськогосподарської діяльності. Для таких підприємств річний податковий період починається 1 липня поточного звітного року і закінчується 30 червня наступного звітного року [4]. Таким чином, для розрахунку 10-

відсоткового обмеження сукупна балансова вартість усіх груп основних засобів береться станом на 1 липня звітного річного податкового періоду.

Досить вагомою особливістю ремонту (часткової ліквідації) об'єкта основних засобів є той факт, що від нього можна отримувати придатні запчастини (інші запаси). У такому разі їх вартість належить до складу іншого податкового доходу згідно з пп. 135.5.15 п. 135.5 ст. 135 ПКУ [4]. Причому при продажу таких запасів чи їх господарському використанні підприємство відображає податкові витрати за вартістю їх оприбуткування (за якою вони визнавалися активами для підприємства).

Підготовчий етап весняно-польових робіт у переважній більшості аграрних підприємств пов'язаний із закупівлею запчастин або з отриманням ремонтних послуг сторонніх організацій. У цьому разі підприємство-платник податку на додану вартість (далі – ПДВ) має право внести до складу податкового кредиту суми ПДВ, сплачені при закупівлі запчастин або при отриманні ремонтних послуг сторонніми організаціями, за умови виконання вимог ст. 198 ПКУ [4]. Зауважимо, якщо аграрне підприємство є платником єдиного податку, тоді витрати з підготовки техніки до весняно-польових робіт у податковому обліку не відображаються.

На виконання вимог чинного бухгалтерського законодавства (П(С)БО 7) витрати, що здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані (проведення технічного огляду, нагляду, обслуговування, ремонту тощо) та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигід від його використання, вносяться до складу витрат [6]. Витрати на ремонт основних засобів (підтримання об'єкта в робочому стані) доцільно класифікувати залежно від напрямку використання відремонтованого об'єкта. Понесені витрати відображаються кореспонденцією рахунків:

- якщо ремонт здійснено самим підприємством: дебет рахунків 23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності» та кредит рахунків 20 «Виробничі запаси», 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети», 23 «Виробництво», 65 «Розрахунки за страхуванням», 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» тощо;
- якщо ремонт виконано підрядним способом: дебет рахунків 23, 91, 92, 93, 94 та кредит субрахунків 631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками» або 685 «Розрахунки з іншими кредиторами».

Окремо слід зазначити, що загальновиробничі витрати, які обліковують на рахунку 91, під час проведення весняно-польових робіт розподіляють на собівартість продукції (змінні та постійні розподілені загальновиробничі витрати – на рахунок 23, нерозподілені постійні загальновиробничі витрати – на рахунок 90 «Собівартість реалізації»). Водночас первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єкта (модернізацією, модифікацією, добудовою, дообладнанням, реконструкцією тощо), що приводить до збільшення майбутніх економічних вигід, первісно очікуваних від використання об'єкта [6].

Особливістю бухгалтерського обліку при підготовці техніки є відображення витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єкта основних засобів, у складі капітальних інвестицій:

- якщо поліпшення здійснено самим підприємством: дебет субрахунків 151 «Капітальне будівництво», 152 «Придбання (виготовлення) основних засобів», 153 «Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів» та кредит рахунків 20, 22, 23, 65, 66 тощо;
- якщо ремонт виконано підрядним способом: дебет субрахунків 151, 152, 153 та кредит субрахунків 631 (або 685).

Збільшення первісної вартості поліпшеного об'єкта відображають записом: дебет рахунку 10 «Основні засоби» та кредит субрахунків 151 (152, 153). Проте слід звернути увагу, що згідно з п. 14 П(С)БО 7 первісну (переоцінену) вартість основних засобів може бути збільшено на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням і ремонтом об'єкта, визначену в порядку, встановленому податковим законодавством [4]. Цією самою нормою передбачено, що залишкова вартість основних засобів зменшується у зв'язку з частковою ліквідацією об'єкта основних засобів. При цьому здійснюється бухгалтерський запис: дебет субрахунку 976 «Списання необоротних активів» та кредит рахунку 10.

У разі ремонту та поліпшення стану основних засобів під час виконання комплексу весняно-польових робіт можуть бути оприбутковані запаси. Особливість обліку досліджуваної ділянки роботи передбачає визначення вартості отриманих запасів на рівні чистої вартості реалізації (очікувана ціна реалізації за вирахуванням очікуваних витрат на завершення їх виробництва та реалізацію) або в оцінці можливого їх використання, яку можна визначати виходячи з вартості подібних запасів за наявності їх на балансі підприємства з урахуванням ступеня їх придатності до експлуатації. Витрати на ремонт отриманих матеріальних цінностей, які використовуватимуться як запасні частини, витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням цих запасів до стану, в якому вони придатні для використання в запланованих цілях (витрати на доробку та підвищення якісних і технічних характеристик запасів), вносяться до їх первісної вартості [1].

Оприбуткування придатних запасних частин та інших запасів відображають у такий спосіб: дебет рахунку 20 та кредит субрахунку 746 «Інші доходи» (якщо запаси отримано від часткової ліквідації);

дебет рахунку 20 та кредит субрахунку 719 «Інші доходи від операційної діяльності» (якщо запаси отримано від проведеного ремонту). Бухгалтерський та податковий облік витрат на підготовку техніки до весняно-польових робіт (ремонт та технічне обслуговування) наведено у табл.1.

Таблиця 1. Облік витрат на підготовку техніки до весняно-польових робіт*

Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік			Податковий облік	
	Дебет	Кредит	Сума, грн	Доходи	Витрати
Відображено витрати на ремонт і технічне обслуговування виробничої техніки	23	20, 22, 63, 65, 66, 685	21000	-	-
Відображено податковий кредит з ПДВ	641	63	2500	-	-
Оприбутковано металобрухт (за чистою реалізаційною вартістю), отриманий від ремонту техніки	209	719	600	600	-

** Побудовано автором з використанням умовних даних*

До особливостей аграрного виробництва належить віднесення часткової загибелі посівів озимих зернових культур протягом зимового періоду внаслідок вимерзання, вимокання тощо. Тому після закінчення зимового періоду поля оглядають, аби встановити наявність і масштаби понесених втрат. Здебільшого огляд здійснює спеціально призначена комісія, до складу якої можуть входити агроном, інженер, головний бухгалтер, інші спеціалісти. Під час огляду оцінюється стан посівів, установлюється розмір загиблих посівів (як правило, у відсотках щодо всього обсягу посівів), з'ясовуються причини загибелі. Результат роботи комісія оформляє актом, протоколом огляду або іншим подібним документом, який після складання й підписання членами комісії передається на затвердження керівнику підприємства.

На підставі акта (або іншого документа) у бухгалтерії підприємства визначають розмір витрат на загиблі посіви. Згідно з Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств (далі – Методичні рекомендації № 132) такі витрати поділяються на дві групи:

- повторювані (вартість насіння, витрати на передпосівний обробіток ґрунту, посів та інші роботи, які виконуються знову при пересіві площ під загиблими культурами);
- неповторювані (суми витрат на лущення стерні, підняття зябу та снігозатримання, вартість добрив і суми, витрачені на їх внесення, тощо, які списуються в розрізі статей на пересіяну культуру) [3].

Розподіл витрат оформляють у бухгалтерії довідкою, актом чи іншим аналогічним документом, який підписують особи, що його склали. Потім цей документ затверджує керівник підприємства. На підставі наведених документів операції із загибелі посівів відображають у бухгалтерському та податковому обліку.

Усі витрати, понесені від загибелі посівів, у податковому обліку поділяються на дві групи: повторювані (понесені безповоротно, без можливості отримання від них доходу, що унеможливило їх віднесення до податкових витрат з причини відсутності зв'язку з господарською діяльністю підприємства), неповторювані (вносять до собівартості пересіяної культури, у складі якої витрати визнають у складі податкових витрат протягом звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації культури). Водночас дохід від реалізації культури (товару) визнається за датою переходу покупцеві права власності на таку культуру (товар) [4].

Згідно з ПКУ податковий кредит звітного періоду визначається з огляду на договірну (контрактну) вартість товарів/послуг і складається з сум податків, нарахованих (сплачених) платником ПДВ за ставкою, встановленою п. 193.1 ст. 193 ПКУ, протягом такого звітного періоду, зокрема, у зв'язку з придбанням або виготовленням товарів (у тому числі при їх імпорті) та послуг з метою їх подальшого використання в оподатковуваних операціях у межах господарської діяльності платника податку.

У зв'язку із загибеллю врожаю платник ПДВ має здійснити операцію зі списання товарів/послуг, використаних для вирощування таких посівів (насаджень) та при придбанні яких було сформовано податковий кредит. У податковому періоді, в якому відбулося таке списання товарів/послуг, використаних для вирощування знищених посівів (насаджень), здійснюється перерахунок податкового кредиту шляхом нарахування податкових зобов'язань, оскільки такі товари/послуги не можуть бути використані в оподатковуваних операціях.

Зауважимо, що підприємство-платник єдиного податку у податковому обліку не відображає операції із загибелі посівів.

При відображенні у податковому обліку операцій із загибелі посівів озимих культур доцільно також урахувати особливості їх бухгалтерського обліку. Так повторювані витрати відображаються у складі інших витрат діяльності (субрахунок 977 «Інші витрати діяльності»). Неповторювані витрати вносяться до собівартості культури, посіяної на місці загиблих посівів: дебет рахунку 23 (нова культура) та кредит рахунку 23 (культура, посіви якої загинули). Бухгалтерський та податковий облік операцій зі списання загиблих посівів наведено у табл. 2.

Таблиця 2. Облік операцій зі списання загиблих посівів*

Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік			Податковий облік	
	Дебет	Кредит	Сума, грн	Доходи	Витрати
Списано повторювані витрати до складу інших витрат діяльності	977	23	28 000	-	-
Нараховано податкове зобов'язання з ПДВ на суму товарів/послуг у складі повторюваних витрат, за якими формувався податковий кредит	977	641	3800	-	-
Віднесено неповторювані витрати на собівартість нової культури	23	23	7000	-	-

* Побудовано автором з використанням умовних даних

Висновки та перспективи подальших розвідок

При підготовці та проведенні комплексу весняно-польових робіт є надзвичайно важливим здійснення господарських операцій господарюючих суб'єктів, пов'язаних з належною підготовкою матеріально-технічної бази та визначенням якості озимих посівів після зими. При відображенні досліджуваних видів підготовчих робіт у податковому обліку слід урахувати особливості платників податку на прибуток, ПДВ та платників єдиного податку. Підприємство-платник єдиного податку не відображає у податковому обліку витрати з підготовки техніки до весняно-польових робіт та операції із загибелі посівів. Витрати на ремонт основних засобів класифікують залежно від напряму використання відремонтованого об'єкта з відображенням понесених витрат на відповідних рахунках бухгалтерського обліку. В бухгалтерському обліку витрати на поліпшення об'єкта основних засобів відображають у складі капітальних інвестицій. Усі витрати, понесені від загибелі посівів, у податковому обліку поділяються на дві групи: повторювані та неповторювані. Повторювані витрати у бухгалтерському обліку відображаються у складі інших витрат діяльності, а неповторювані – вносяться до собівартості культури, посіяної на місці загиблих посівів.

Список літератури

1. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів від 10.01.2007 р. № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=66860&cat_id=3493.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів від 30.09.2003 р. № 561 [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=293623.
3. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств від 18.05.2001 р. № 132 [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.icbusiness.com.ua/portal/index.html?id=47>.
4. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
5. Положення про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту від 30.03.1998 р. № 102 [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0268-98>.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
7. Вісник Міністерства доходів і зборів України [Електронний ресурс] : офіційне видання Державної фіскальної служби України. – Режим доступу : <http://www.visnik.com.ua>.
8. Все про бухгалтерський облік [Електронний ресурс] : всеукраїнська професійна газета. – Режим доступу : <http://www.vobu.com.ua>.
9. Дебет-кредит [Електронний ресурс] : український бухгалтерський портал. – Режим доступу: <http://dtkt.com.ua>.

References

1. *Metodychni rekomendatsii z bukhhalterskoho obliku zapasiv vid 10.01.2007 r. # 2.* (2007). Retrieved from: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=66860&cat_id=3493.
2. *Metodychni rekomendatsii z bukhhalterskoho obliku osnovnykh zasobiv vid 30.09.2003 r. # 561.* (2003). Retrieved from: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=293623.
3. *Metodychni rekomendatsii z planuvannia, obliku i kalkuliuvannia sobivartosti produktsii (robit, posluh) silskohospodarskykh pidpriemstv vid 18.05.2001 r. # 132.* (2001). Retrieved from: <http://www.icbusiness.com.ua/portal/index.html?id=47>.
4. *Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 2 hrudnia 2010 roku # 2755-VI.* (2010). Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
5. *Polozhennia pro tekhnichne obsluhovuvannia i remont dorozhnikh transportnykh zasobiv avtomobilnoho transportu vid 30.03.1998 r. # 102.* (1998). Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0268-98>.
6. *Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 7 «Osnovni zasoby» vid 27.04.2000 r. # 92.* (2000). Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
7. *Visnyk Ministerstva dokhodiv i zboriv Ukrainy: ofitsiine vydannia Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy.* (2014). Retrieved from: <http://www.visnuk.com.ua>.
8. *Vse pro bukhhalterskyi oblik : vseukrainska profesiina hazeta* (2014). Retrieved from: <http://www.vobu.com.ua>.
9. *Debet-kredyt: ukrainskyi bukhhalterskyi portal.* (2014). Retrieved from: <http://dtkk.com.ua>.

Стаття надійшла до редакції 08.11.2014 р.

В. М. ОРЕЛ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту,
Миколаївська філія ПВНЗ «Європейський університет»

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВІВ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Орел, В. М. Методологічні основи формування нормативів та методів управління виробництвом продукції свинарства / В. М. Орел // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 64-69. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Управління процесами виробництва продукції свинарства – це багатоступенева, багатовимірна і багатопланова система. Всі заходи спрямовані на покращення роботи підприємства: збільшення ефективності, прискорення темпів зростання, зменшення собівартості продукції. Система базується насамперед на плануванні та нормуванні витрат, а відтак – на аналізі виробничої діяльності та науково організованому обліку, контролю. Перехід організацій на самоврядування і організація в них госпрозрахункових підрозділів припускає, що назріла необхідність чіткого визначення та розмежування обов'язків усіх працівників економічних служб господарств та дотримання нормативів. Нормативи повинні бути втіленням прямої практичної необхідності, реальними, виконуваними, такими, що забезпечують економічні та соціальні інтереси, зростання ефективності виробництва. Вони повинні відповідати принципам активного застосування та адаптивності, пристосованості до мінливих виробничих і економічних умов, враховувати технологічні, організаційно-управлінські та ґрунтово-кліматичні умови, а також вплив на вартісні показники інфляційних процесів.

Ключові слова: централізація функцій; децентралізація функцій; організаційна структура; планування; нормування; нормативи; точка беззбитковості.

V. M. OREL

PhD in Economics,
Associate Professor,
Department of Economics and Management,
PVNZ «European University» (Ukraine), Mykolaiv branch

METHODOLOGICAL BASES OF FORMATION OF STANDARDS AND MANAGEMENT METHODS OF MANUFACTURING OF HOG BREEDING PRODUCTS

Abstract

Management by the processes of hog breeding production is a multi-level and multidimensional system. All measures that are aimed at improving the enterprise activity can be defined as the following: increase of efficiency, acceleration of growth rate, reduction of production costs. The system is based primarily on planning and regulation of costs, and on the analysis of industrial, scientific and organized accounting, control. The transition of organizations to self-government and organization of self-supporting units suggest that there is a need for a clear determination of the responsibilities of all employees of economic services and compliance with the standards. Standards should be the expression of practical necessity, realistic and executable ones. They should provide economic and social interests, increase of production efficiency. They must comply with the principles of active use and adaptability. They should be adapted to changeable industrial and economic conditions, taking into account technological, organizational management, soil and climatic conditions, and the impact on the cost parameters of inflation.

Keywords: centralization of functions; decentralization of functions; organizational structure; planning; rationing; norms; break-even point.

Вступ

Для оптимізації централізації і децентралізації функцій управління і всієї економічної роботи та створення єдиної УЕО необхідно враховувати ступінчастість організаційної структури та структури управління організації. На склад, обсяг, трудомісткість і зміст функцій управління, а отже, й чисельність працівників, зайнятих їх виконанням, на формування ланок УЕО впливають різні чинники виробництва. Тому, перш ніж виконати роботу з проектування структури цієї служби, необхідно встановити склад, зміст робіт по кожній функції, які об'єктивно необхідні для досягнення цілей, що стоять перед організацією. Важливою проблемою для організації управління по центрах відповідальності є планування (нормування) витрат і інших показників виробничого завдання.

Дослідження проблеми формування нормативів та методів управління виробництвом продукції свинарства постійно проводилось у розвинутих країнах. Велику увагу звертали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені: В. Г. Андрійчук, І. М. Бойчик, В. І. Герасимов, В. П. Рибалко, П. Т. Саблук, Д. К. Семенди, О. М. Царенко, О. М. Шпикач, В. В. Юрчишин та інші.

Мета та завдання статті

Метою нашого наукового дослідження є вивчення основ формування нормативів та методів управління виробництвом продукції свинарства для ефективного виробництва та досягнення покращених показників.

Виклад основного матеріалу дослідження

Розробляючи нормативи, потрібно поділити персонал на 2 групи. Перша має виконувати всі функції управління – планування, облік, аналіз, контроль і прогнозування. Завдяки цьому діяльність повинна проходити більш ефективно. Інші ж безпосередньо вирішують конкретні планово-облікові і контрольно-аналітичні завдання на місцях виробництва продукції. Це дозволяє, як показує досвід багатьох організацій, упорядкувати величезний потік економічної та іншої інформації про витрати, обсяги виробництва продукції та результати виробництва за ступенем надійності, необхідності та корисності для управління організацією, її підрозділами, а також місця виникнення, відхилення від нормативів, причини відхилень у часі і просторі та ін.

Все це вимагає децентралізації частини функцій управління (планування, обліку, контролю, аналізу) безпосередньо в трудові колективи і розосередження певної частини економістів і бухгалтерів по підрозділах (відділеннях, цехах і т. п.). Замість планово-економічного відділу та центральної бухгалтерії доцільно створити єдину обліково-економічну службу – відділ (УЕО), на який слід покласти всі функції як централізованого обліку, так і планування. Це дозволить не тільки поліпшити якість функцій управління шляхом інтеграції діяльності фахівців з економічної роботи (планування, прогнозування, обліку і т. д.), а й ліквідувати розбіжності між службами, які нерідко виникають в організаціях. Концентрація зазначених служб та інтеграція їх роботи в єдиному економічному відділі сприятиме дійсному, а не на словах, створенню підсистем інформаційних блоків, що мають єдину базу формування. УЕО є єдиним позикозаймачем і платником за всіма зобов'язаннями. Його наділяють виконувати планування, розрахунки, логістику та інші функції, пов'язані з діяльністю роботи підприємства[1].

Аналіз організації різних типів організації структури УЕО (лінійно-ієрархічної, лінійно-штабної та комбіновано-функціональної) показав, що найбільш оптимальної пропорційності централізації і децентралізації зазначеної служби та її роботи можна домогтися при функціональній (комбінованій) організації структури УЕО при будь-якому ступені ступінчастості організаційної структури та структури управління свинарської організації. Частина прав керівника УЕО в цьому випадку передається керівникам підрозділів УЕО в межах встановленої компетентності.

Відповідальність за організацію функцій управління у відокремлено функціонуючих підрозділах несе його керівник. Економісти – фінансові менеджери (або професійні бухгалтери) підрозділів адміністративно підпорядковуються керівнику підрозділу, а функціонально – керівникові УЕО організації. Склад і чисельність економістів-бухгалтерів у підрозділі залежить від обсягу економічних робіт. Іншою важливою організаційною проблемою при їх комплексному рішенні є підбір кадрів і організація підвищення їх кваліфікації [2].

Наступною важливою проблемою для організації управління за центрами відповідальності є планування (нормування) витрат і інших показників виробничого завдання. Тут необхідно виходити з сутності та економічного змісту норм і нормативів, принципу науковості, активності, адаптивності та ін., у різних умовах, а також за умов обґрунтованості та інших впливових факторів (рис. 1).

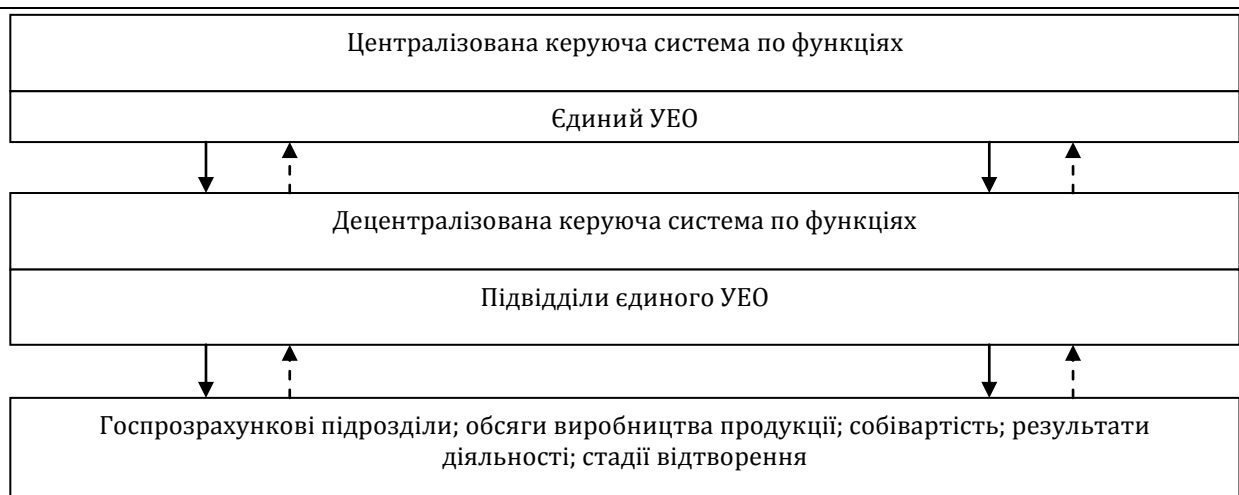


Рис. 1. Схема організації оптимального поєднання централізації і децентралізації функцій управління виробництвом

Дамо коротку характеристику окремим видам нормативів. Одиничні нормативи визначають норму витрати конкретного засобу на одиницю роботи (площі, голів, продукції); комплексні – витрати декількох однорідних засобів на одиницю роботи (площі, голів, продукції); повні – витрата декількох однорідних засобів на повний обсяг робіт (площі, кількості голів, продукції); загальні нормативи встановлюються загалом за центром відповідальності або у певній системі виробництва; локальні нормативи – для конкретного підрозділу, виду виробництва і т.д.; диференційовані – визначаються для східних умов виробництва, робіт з вирощування сільськогосподарських культур, групи культур і т.п.; граничні, циклічні, сукупні – відповідно до нормативно-технологічного процесу, переділу, циклу (фази) виробництва, всього виробничого процесу; змінні – залежні від змін обсягів виробництва продукції (робіт); постійні – незалежні від обсягів виробництва (загально-бригадні витрати, загально-фермерські витрати та ін.)[3]. Пропоновані моделі їх розрахунку наведені у таблиці 1.

Можуть бути використані й інші модифікації наведених формул для розробки використання нормативів відповідно до вимог, принципів, умов, чинників і в міру необхідності згідно з концептуальною моделлю системи норм і нормативів, наведеною в розробленій схемі (рис. 2).

Таблиця 1. Моделі нормування та розрахунку нормативів витрат у свинарстві

№ з/п	Назва нормативу	Формула розрахунку	Значення позначень
1.	Натуральний норматив витрат (Ннз)	$H_{нз} = K_n \pm I_{кн} \pm O_{фз}$	K_n – норматив кількості матеріальних ресурсів; $I_{кн}$ – зміна кількості нормативу матеріальних ресурсів; $O_{фз}$ – відхилення фактичних витрат матеріальних ресурсів від їх нормативу; C_n – нормативна (планова) ціна одиниці матеріальних ресурсів; $C_{ф}$ – Фактична ціна одиниці матеріальних ресурсів; $C_{нк}$ – нормативна (планова) ціна одиниці матеріальних ресурсів з урахуванням інфляції; $K_{ф}$ – фактична кількість використовуваних ресурсів.
2.	Вартісний норматив (Ннсз)	$H_{нсз} = (C_n \cdot K_n) \pm (C_{нк} \cdot I_{кн}) \pm (C_{ф} \cdot O_{фз})$	
3.	Норматив за ціною використаних ресурсів (Нсз)	$H_{сз} = (C_n \cdot K_n) \pm (C_{ф} \cdot O_{фз})$	
4.	Норматив з обліків нормативної ціни на фактичну кількість використаних ресурсів (Нсфз)	$H_{сфз} = (C_n \pm C_{нк}) \cdot K_{ф}$	
5.	Норматив з урахуванням фактичної ціни на нормативну кількість ресурсів (Нсцфз)	$H_{сцфз} = (K_n \pm I_{кн}) \cdot C_{ф}$	

Для успішного застосування нормативного методу управління витратами на базі розвитку системи управлінського обліку необхідно також: розробити первинні документи і регістри зведеного обліку, що дозволяють фіксувати витрати виробництва в межах норм і відхилення їх від фактичних величин, контролювати по об'єктах планування та обліку (виробництва), місць, причин, винуватців виникнення

відхилень; попередньо скласти калькуляції; підводити підсумки і приймати оперативні управлінські рішення за результатами аналізу та контролю виробничої діяльності по кожному центру відповідальності та організації загалом.

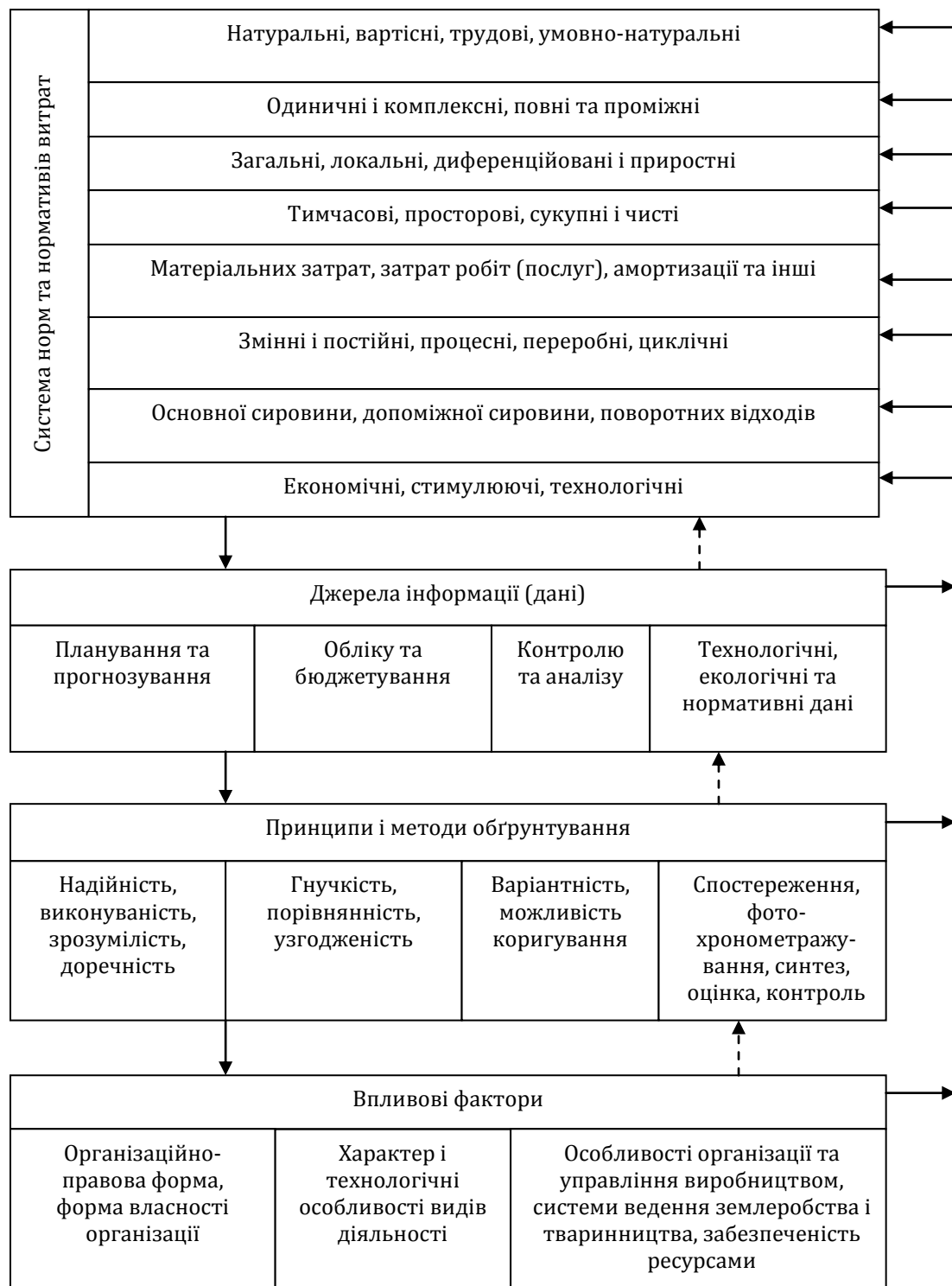


Рис. 2. Методологічні основи розробки норм і нормативів виробничих затрат

Нормативний метод управління витратами на виробництві вимагає також раціональної організації складського господарства: забезпечення складів ваговимірним обладнанням, приладами (лічильниками) для вимірювання води, газу, пари, електроенергії, експрес-лабораторією для аналізу якості кормів, продукції, сировини, матеріалів та інших; розробки номенклатур-цінників та інших організаційно-технічних заходів [4]. Основні переваги такого нормування за центрами відповідальності полягає в наступному: можливість верифікації витрат за різними рівнями їх узагальнення; можливість факторного аналізу витрат і результатів виробництва продукції (робіт, послуг); високий ступінь

надійності інформації для прийняття оперативних і обґрунтованих управлінських рішень з регулювання проблем у ході виконання етапів технологічних процесів, а не тільки на стадії завершення всього виробничого процесу.

Наступною важливою проблемою для впровадження нормативного методу управління витратами у свинарстві є розробка його методології, методики і техніки (практики) організації.

У цьому зв'язку нами пропонується складання нормативно-виробничо-управлінської звітності підрозділів. Такий звіт госпрозрахункового підрозділу складається за кожним циклом виробничої діяльності по підрозділу. У цьому звіті поєднані можливості: використання будь-якого з методів виробничого планування і систем управлінського обліку витрат і способів калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг); організації планування та обліку по будь-яких, обраних з усього різноманіття, об'єктам витрат залежно від прийнятої методології ієрархічного рівня узагальнення витрат і т. д.

Для управління свинарським підприємством потрібно приймати багато складних рішень, які впливають на фінансовий результат підприємства. Також ці рішення стосуються та впливають на витрати, обсяг виробництва, ціни на матеріали. Для кращого розуміння їх взаємозв'язків потрібно знайти точку беззбитковості.

Існує декілька методів для розрахунку точки беззбитковості. Для таких підприємств актуальним є використання методу, заснованого на аналізі взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток».

В економічній теорії та практиці існує безліч методик проведення аналізу взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток» [5]. Між тим, практика вимагає застосування універсальної моделі, яка дозволяла б встановити взаємозв'язок з усіма складовими такого аналізу і вельми простим способом визначити вплив кожного фактора. Для досягнення цих цілей можна використовувати наступну формулу для встановлення точки беззбитковості виробництва:

$$Q = (ЧОЗ + П) : МД,$$

де Q – обсяг продукції в натуральних одиницях, ц;

$ЧОЗ$ – сума чистих постійних витрат, грн;

$П$ – сума прибутку, грн;

$МД$ – сума маржинального доходу на одиницю продукції, грн.

Запропонована методика аналізу взаємозв'язку «витрати – обсяг – прибуток» дозволяє спростити й знизити трудомісткість розрахункових процедур, а також підвищити ефективність прийнятих рішень [6].

Висновки і перспективи подальших розвідок

Свинарство – одна з основних галузей тваринництва та один з найбільш доступних напрямків фермерського господарства. Розведення свиней більш компактне і менш витратне. Водночас свинина – один з найбільш популярних продуктів. Ефективність галузі залежить від економії живої і уречевленої праці на виробництво одиниці продукції, а підвищення її ефективності є вдосконалення племінних і продуктивних якостей свиней. Істотно на позитивну тенденцію в розвитку підприємства вплинули такі фактори:

Підприємство докладало всі зусилля на зниження собівартості виробленої продукції свинарства: через застосування енергозберігаючих технологій у свинарстві; раціональне використання кормів; генетичний потенціал порід свиней. Комерційна діяльність підприємства спрямована на: розширення власної торговельної мережі. Основні шляхи покращення якості продукції: підвищення технічного рівня виробництва, рівня кваліфікації персоналу; дообладнання приміщень, перегляд структури поголів'я і кормові раціони, бо без створення оптимальних умов для високопродуктивної роботи тваринників досягти високих кінцевих результатів неможливо.

Щоб підвищився фактор економічної ефективності галузі потрібне поглиблення спеціалізації сільськогосподарського підприємства на виробництві свинини. Адже спеціалізація й оптимальна концентрація створюють умови для впровадження прогресивних технологій підвищення продуктивності праці та зниження собівартості свинини.

Список літератури

1. Фандель, Г. *Теорія виробництва і витрат* : пер. з нім. / Г. Фандель ; під кер. і наук ред. М. Г. Грецака. – К. : Таксон, 2000. – 520 с.
2. Тоцький, В. І. *Організаційний розвиток підприємства* : навч. посіб. / В. І. Тоцький, В. В. Лавриненко. – К. : КНЕУ, 2005. – 247 с.
3. Топіха, В. І. *Формування ринку тваринницької продукції в Україні: проблеми та перспективи: монографія* / В. І. Топіха. – Миколаїв: МДАУ, 2004. – 221 с.
4. Свиноус, І. В. *Ринкове ціноутворення на продукцію свинарства приватного сектора* / І. В. Свиноус // *Економіка АПК*. – 2007. – №3. – С. 81.

-
5. Рибалко, В. П. Наукові основи ефективного функціонування свинарства / В. П. Рибалко // Вісн. аграр. науки. – 2006. – № 3/4. – С.112.
 6. Одинцова, Т. М. Економічна ефективність крупномасштабного виробництва свинини : „Економіка сільського господарства і АПК” / Одинцова Тетяна Михайлівна ; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Х., 2004. – 20 с.
 7. Язлюк, Б. О. Управління інвестиційно-інноваційними проектами в умовах ризику та невизначеності / Б. О. Язлюк // Економіка: проблеми теорії та практики. Випуск 214: В 4 т. Том III. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. С. 761-771.

References

1. Fandel, H. (2000). *Teoriia vyrobnytstva i vytrat*. Kyiv : Takson.
2. Totskyi, V. I. & Lavrynenko, V. V. (2005). *Orhanizatsiyni rozvytok pidpryemstva*. Kyiv.
3. Topikha, V. I. (2004). *Formuvannia rynku tvarynnytskoi produktsii v Ukraini: problemy ta perspektyvy*. Mykolaiv: MDAU.
4. Svynous, I. V. (2007). *Rynkove tsinoutvorennia na produktsiiu svynarstva pryvatnoho sektora*. *Ekonomika APK*, 3, 81.
5. Rybalko, V. P. (2006). *Naukovi osnovy efektyvnoho funktsionuvannia svynarstva*. *Visn. ahrar. Nauky*, 3/4,112.
6. Odyntsova, T. M. (2004). *Ekonomichna efektyvnist krupnomasshtabnoho vyrobnytstva svynyny*. *Ekonomika silskoho hospodarstva i APK*. Kharkiv.
7. Yazliuk, B. O. (2006). *Upravlinnia investytsiino-innovatsiynymy proektamy v umovakh ryzyku ta nevyznachenosti*. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*, 761-771.

Стаття надійшла до редакції 02.11.2014 р.

Валентина Іванівна СКАБАЛЬ

асистент кафедри економічної теорії та фінансово-економічної безпеки,
Одеська національна академія харчових технологій
E-mail: sabugaenko@mail.ru

ІНДИКАТОРИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТВАРИННИЦТВА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Скабаль, В. І. Індикатори та основні напрями розвитку галузей тваринництва регіонів України [Текст] / Валентина Іванівна Скабаль // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 70-75. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. Основною причиною зменшення поголів'я і скорочення обсягів виробництва продукції тваринництва є збитковість галузі протягом багатьох років. Із запровадженням державної підтримки у 2004-2013 рр., тваринництво загалом стало прибутковим, відновилося зростання виробництва більшості галузей.

Метод (методологія). Ретельно розглянуто та проаналізовано кожен галузь тваринництва, наведено індикатори розвитку.

Результати У результаті дослідження можна зробити висновки, що досягти позитивних зрушень у розвитку і раціональному функціонуванні галузі тваринництва на подальшу перспективу неможливо без радикальної комплексної програми, що повинна враховувати стратегію і тактику організації галузі в сучасних умовах глобальної економіки.

Сфера застосування результатів. Пропозиції щодо системних заходів з метою забезпечення розширеного відтворення тваринництва є універсальними і можуть бути використані для будь-якого сільськогосподарського підприємства будь-якого регіону України.

Ключові слова: підвищення продуктивності; стимулювання; фінансова підтримка; середньодобовий приріст; індикатори розвитку; перспектива.

Valentyna Ivanivna SKABAL

Assistant,
Department of Economic Theory and Financial and Economic Security,
Odessa National Academy of Food Technologies
E-mail: sabugaenko@mail.ru

INDICATORS AND KEY AREAS OF LIVESTOCK SECTORS OF REGIONS OF UKRAINE

Abstract

Introduction. The main reason of the decline in livestock and livestock production is the loss-making of the field for many years. With the introduction of state support in 2004-2013 livestock has generally become profitable. The growth of production of many industries could be observed.

The method (methodology). We have carefully considered and analyzed every branch of animal husbandry. The indicators of branch development are defined.

Results. We have come to the following conclusion: it is impossible to achieve positive results in the development and rational functioning of the livestock industry without a radical integrated program. It should take into account the strategy and tactics of the organization of the field in contemporary conditions of global economy.

Scope of the results. Proposals for systematic measures to ensure expanded reproduction of livestock are universal and can be applied in any agricultural enterprise of every region of Ukraine.

Keywords: productivity; incentives; financial support; average daily gain; indicators of development; prospect.

JEL classification: K230

Вступ

За останні роки обсяги виробництва в тваринництві стабілізувалися. Валова продукція галузі зросла у 2012 р. проти 2000 р. на 22 %, а у сільськогосподарських підприємствах – у 2,2 раза. Зросло також поголів'я свиней та птиці, виробництво практично усіх (крім яловичини і телятини) видів м'яса, яєць та вовни. Водночас продовжується спад поголів'я великої рогатої худоби, виробництва молока та м'яса ВРХ. Рівень споживання продукції тваринництва за 2012 рік із розрахунку на одну особу склав: м'яса – 52 кг за норми – 85,5 кг (від 70 до 101 кг), молока – 206 кг за норми 390 кг (табл. 1). Унаслідок цього значна частка м'яса імпортується: у 2010 р. імпорт м'яса складав 28,9 % до виробленого в країні, у 2011 р. – 22,9 %, у 2012 р. – 18,4 %, а молочної продукції відповідно 2,0; 3,9 і 2,4 %.

Мета та завдання статті

Метою дослідження є розробка теоретико-методичних засад та практичних рекомендацій з формування та використання регуляторів і важелів підвищення конкурентоспроможності галузей тваринництва регіону як регіональної структури аграрної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження

Метою стратегії розвитку тваринництва є забезпечення стабільного нарощування виробництва продукції для потреб внутрішнього ринку, зокрема для забезпечення фізіологічних норм харчування населення, збільшення експорту продукції, виробництва органічних добрив та підвищення ефективності галузі. Індикатори розвитку:

1. Збільшення виробництва валової продукції тваринництва у 2015 р. до 62,3 млрд грн, у 2020 р. – до 83,4 млрд грн, проти 41,8 млрд грн у 2012 р.

2. Збільшення обсягів виробництва м'яса в забійній масі у 2015 р. до 3247 тис. т, у 2020 р. – до 4365 тис. т проти 2059 тис. т у 2012 р.

Основні напрями досягнення стратегічних цілей. Досягнення мети стратегії розвитку тваринництва передбачається за рахунок здійснення системних заходів щодо забезпечення розширеного відтворення стада, підвищення інтенсивності використання поголів'я сільськогосподарських тварин, створення оптимальних за розмірами господарств і ферм усіх форм власності та господарювання; реструктуризації кормової бази, поліпшення лукопасовищного кормовиробництва, розширення площ культурних зрошуваних пасовищ; удосконалення наявних і створення нових порід худоби, пристосованих до місцевих умов; упровадження інтенсивних технологій утримання худоби із застосуванням новітніх засобів комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів на фермах та комплексах; підвищення продуктивності тварин; удосконалення економічних взаємовідносин між сільськогосподарськими та переробними підприємствами; впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу.

Молочне скотарство. Індикатори розвитку:

1. Збільшення середньорічного поголів'я корів у 2015 р. до 3040 тис. голів, у 2020 р. до 4150 тис. голів, проти 2683,9 тис. голів у 2012 р.;

2. Збільшення обсягів виробництва молока у 2015 р. до 15400 тис. т, у 2020 р. до 23000 тис. т, проти 11249 тис. т у 2012р.;

3. Виробити молока з розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь у 2015 р. – 427,8 ц, у 2020 р. – 642 ц, проти 308 ц – у 2012 р.;

4. Підвищення річних надоїв молока від корови у 2015 р. до 5066 кг, у 2020 р. до 5542 кг, проти 4191 кг – у 2012р.;

5. Забезпечення обсягів споживання молока з розрахунку на одну особу у 2015 р. – 281 кг, у 2020 р. – 380 кг, проти 206,4 кг у 2012р.

Основними напрямами розвитку молочного скотарства і підвищення ефективності будуть:

- зміцнення племінної бази молочного скотарства;
- раціональне використання наявного поголів'я корів та його нарощування в господарствах усіх форм власності і господарювання;
- спрямоване вирощування ремонтного молодняку худоби, введення в основне стадо в сільськогосподарських підприємствах до 30 корів і більше – первісток із розрахунку на 100 корів, наявних на початок року. Це дасть можливість у 2015 р. додатково одержати 2611 тис. т молока і 961 млн грн прибутку, а у 2020 р. відповідно – 7430 тис. т і 2735 млн грн;
- створення центрів з надання сервісних послуг з відтворення стада великої рогатої худоби;
- доведення заготівлі кормів із розрахунку на одну корову до 52,3-56,0 ц к. од., підвищення в структурі раціонів худоби повноцінних концкормів, сіна, сінажу та коренеплодів;
- створення культурних пасовищ, на 1 га яких можливо утримувати 3-4 корови і знизити собівартість молока на 40 %.

- підвищення продуктивності корів у 2233 господарствах з низьким її рівнем від 3589 кг надою на одну корову у 2012 р. до 5500 кг у 2015 р., та до 6500 кг у 2020 р., що дасть змогу додатково одержати відповідно 905,4 тис. т молока і 798,6 млн грн прибутку та 1379,2 тис. т і 1455,6 млн грн прибутку – встановлення державних дотацій за приріст поголів'я корів у сільськогосподарських підприємствах, фермерських господарствах та особистих селянських господарствах (господарствах населення);
- стимулювання закупівлі сільськогосподарськими підприємствами та фермерськими господарствами телиць і нетелей у господарствах населення, племінних господарствах та за імпортом;
- поглиблення рівня концентрації поголів'я корів на фермах.

Зростання поголів'я тварин у 1921 сільськогосподарському підприємстві з низьким рівнем концентрації від 112,8 до 300 голів у 2015 р. дозволить додатково одержати 1266,3 тис. т молока і 429,1 млн грн прибутку, а у 2020 р. по 2259 господарствах від 158,8 до 600 голів – відповідно 4927,4 тис. т і 2570,2 млн грн;

- збільшення виробництва молока у фермерських господарствах на рівні, не нижчому ніж у сільськогосподарських підприємствах із розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь;
- забезпечення фінансової підтримки виробників молока при придбанні сучасних машин і обладнання для ферм та комплексів за рахунок здешевлення коротко- і довгострокових кредитів, удосконалення фінансового лізингу та економічних відносин з постачальниками матеріально-технічних ресурсів.

Мають підвищитися вимоги до якості молока, для чого слід:

- забезпечити молочні ферми обладнанням для охолодження та очищення молока і створити лабораторії з перевірки його якості та якості кормів;
- дотримуватись санітарних вимог відповідно до Держстандарту України;
- створити та забезпечити ефективне функціонування пунктів із закупівлі молока від особистих селянських господарств (господарств населення);
- впровадити ціни закупівлі молока, за яких оплата здійснюється залежно від вмісту жиру та білка;
- для розв'язання суперечливих питань та контролю з боку держави за якістю продукції створити в регіонах мобільні незалежні лабораторії для визначення якості молока.

Виробництво м'яса великої рогатої худоби. Індикатори розвитку:

1. Збільшення середньорічного поголів'я ВРХ (без корів) у 2015 р. – до 3143,2 тис. голів, у 2020 р. – до 6284,3 тис. голів, проти 1976,7 тис. голів – у 2012 р.

2. Збільшення виробництва (виращування) живої маси тварин у 2015 р. – до 1020 тис. т, у 2020 р. – до 2142 тис. т, проти 653,8 тис. т – у 2012 р.

3. Виробити на 100 га сільськогосподарських угідь у 2015 р. – 28,3 ц м'яса, у 2020 р. – 59,8 ц, проти 17,9 – у 2012р.

4. Підвищення виробництва живої маси ВРХ на одну корову у 2015 р. – до 335 кг, у 2020 р. – до 516 кг, проти 292 кг – у 2012 р.

5. Збільшення експорту м'яса ВРХ у 2015 р. – до 17 тис. т, у 2020 – до 155 тис. т, проти 13 тис. т – у 2012 р.;

6. Забезпечити на одну особу споживання м'яса великої рогатої худоби у 2015 р. – 14,9 кг, у 2020 р. – 28,4 кг, проти 32 (29-36) кг за раціональними нормами.

Основними напрямками розвитку виробництва м'яса великої рогатої худоби і підвищення його ефективності мають бути:

- розширення виробництва яловичини завдяки розвитку м'ясного скотарства і збільшення поголів'я м'ясних корів у 2020 р. до 535 тис. голів, що становитиме 10 м'ясних на 100 молочних корів. У США, Канаді і Франції на 100 молочних припадає 200-300 м'ясних корів;
- підвищення інтенсивності виращування і відгодівлі худоби. Довести середню живу масу худоби, що підлягає забою на м'ясо в сільськогосподарських підприємствах, до 450 кг, проти 203 кг у 2012р.;
- розширення закупівлі сільськогосподарськими підприємствами і фермерськими господарствами молодняку великої рогатої худоби в господарствах населення для дорощування і відгодівлі його до високих вагових кондицій. У 2012р. господарства населення реалізували на забій велику рогату худобу середньою живою масою однієї голови лише 135 кг, або менше, ніж у сільськогосподарських підприємствах, на 68 кг;
- підвищення середньодобового приросту живої маси тварин у 2627 господарствах з низьким рівнем продуктивності від 419 г у 2012 р. до 700 – у 2015 р. і 850 г – у 2020 р., що забезпечить збільшення виробництва продукції відповідно на 98,4 і 150,4 тис. т, або на 67,2 % і у 2 рази більше, ніж у 2012р., та зекономити 411,3 і 1601,3 млн грн.

Свинарство. Індикатори розвитку:

1. Збільшення середньорічного поголів'я свиней у 2015 р. – до 12,1 млн. голів, 2020 р. – до 13,7, проти 7,8 у 2012р.

2. Забезпечення виробництва (виращування) живої маси свиней у 2015 р. – 1820 тис. т, 2020 р. – 2133, проти 915 – у 2012 р

3. Забезпечення споживання м'яса свиней на одну особу у 2015 р. – 31,1 кг, 2020 р. – 33,1, проти 18 – у 2012р., за раціональної норми 33 (29-38) кг.

Основними напрямками розвитку свинарства і підвищення його ефективності мають бути:

- впровадження у виробництво чіткої системи роботи племінних і товарних господарств та створення зональних станцій оцінки свиней за фенотипом і генотипом;
- розробки і впровадження нових методів розведення, селекції та відтворення поголів'я, розширення вирощування гібридного поголів'я;
- реалізації генетичного потенціалу продуктивності свиней за рахунок забезпечення повноцінними комбікормами та оптимальних умов їх утримання;
- підвищення середньодобових приростів свиней у 3137 господарствах у 2015 р. від 349 г до 550 г, що забезпечить збільшення обсягів виробництва свинини на 178,5 тис. т (57,5 % обсягу 2012 р.) і дозволить зекономити 753,2 млн грн, а у 2020 р. зростання середньодобових приростів до 650 г, що дасть можливість одержати додатково 267,5 тис. т (86,1 %) продукції і 1203,9 млн грн економії коштів [2];
- створення спеціалізованих свинарських комплексів з відгодівлею за рік не менше 10 тис. голів;
- зміцнення кормової бази за рахунок збільшення виробництва кукурудзи і сої, підвищення якості кормів, здешевлення їх виробництва;
- створення умов для відновлення роботи свинарських комплексів та ферм промислового типу з поголів'ям не менше 10-12 тис. голів відгодівлі за рік;
- зниження собівартості продукції свинарства на основі впровадження екологічно безпечних, енерго- та ресурсозберігальних технологій;
- розширення використання нетрадиційних джерел енергії з метою зниження енерговитрат при експлуатації свинарських комплексів та ферм промислового типу;
- реалізація продукції за цінами, які відшкодовують втрати і забезпечують прибуток, необхідний для розширеного відтворення на рівні 14 % норми прибутку;
- забезпечення економічно обґрунтованого співвідношення закупівельних і роздрібних цін як єдиної системи цін, що регулює рівновагу виробництва, реалізації, попиту та пропозиції;
- стимулювання виробництва якісної продукції, розробки та запровадження диференційованої шкали цін відповідно до якості продукції та економічних умов її виробництва.

Птахівництво. Індикатори розвитку:

1. Забезпечення виробництва м'яса птиці (вирощування) у 2015 р. – 1690 тис. т, 2020 р. – 1898, проти 1279 – у 2012 р.

2. Підвищення рівня споживання м'яса птиці однією людиною до 28 кг у 2015 і 2020 рр., проти 23,3 у 2012р., за раціональної норми 28 кг.

3. Збільшення обсягів одержання яєць у 2015 р. до 19 млрд шт., 2020 р. – 19,2 млрд шт., проти 17 млрд шт. у 2012р., що забезпечить споживання на одну особу 300 шт. яєць за норми 285 штук.

Основними напрямками розвитку птахівництва та підвищення його ефективності мають бути:

- збільшення чисельності поголів'я курей (особливо м'ясних), гусей, качок та індиків;
- нарощування потужностей з виробництва м'яса бройлерів, доведення середньодобових приростів живої маси до 35 г і підвищення їх частки у структурі м'яса птиці;
- повне забезпечення птахівничих господарств повнораціонними збалансованими комбікормами, а також спеціальними комбікормами для молодняку птиці;
- розширення мережі фірмової торгівлі продуктами птахівництва, насамперед поблизу великих міст, промислових центрів та інших густонаселених пунктів;
- проведення технічного переозброєння та автоматизації всіх виробничих процесів на птахофабриках;
- виведення і впровадження у виробництво нових кросів курей яєчного напрямку та підвищення їх продуктивності;
- продовження строку використання курей-несучок до 14 місяців проти 10 місяців сьогодні;
- надання допомоги господарствам населення у придбанні поголів'я молодняку птиці, поліпшення організації його вирощування, закупівлі та реалізації вирощеної продукції.

Вівчарство. Індикатори розвитку:

1. Збільшення поголів'я овець у 2015 р. до 2386 тис. голів, 2020 р. – 2963, проти 1782 – у 2012 р.

2. Забезпечити приріст живої маси тварин у 2015 р. – 50 тис. т, 2020 р. – 73 тис. т проти 41 – у 2012 р., вовни у 2015 р. – 7 тис. т, 2020 р. – 10,5 тис. т, проти 4,2 – у 2012 р.

Основними напрямками розвитку вівчарства та підвищення його ефективності мають бути:

- розвиток вівчарства переважно м'ясного та м'ясо-вовно-молочного напрямів, з урахуванням особливостей регіонів; – широке застосування промислового схрещування овець для одержання помісних ягнят, їх інтенсивну відгодівлю і реалізацію на м'ясо у ранньому віці для збільшення виробництва молодшої баранини (бройлерів), яка користується підвищеним попитом на внутрішньому та зовнішньому ринках;

-
- відновлення і вдосконалення селекційно-племінної роботи з урахуванням регіональних умов щодо збереження наявних та створення нових високопродуктивних порід, типів, ліній;
 - формування спеціалізованих сільськогосподарських підприємств із бройлерного виробництва м'яса овець, вовни, овчини;
 - організація вівцеферм на 10-50 вівцематок в особистих селянських господарствах, 50-250 – у фермерських господарствах та 250-1000 вівцематок – у сільгосппідприємствах;
 - дотримання науково обґрунтованих норм годівлі;
 - створення високопродуктивних культурних і поліпшених природних пасовищ;
 - підвищення рівня товарності вовни, який в особистих селянських господарствах нині складає лише 20 %;
 - запровадження нових ресурсозберігальних технологій виробництва і переробки продукції галузі та вирощування кормів;
 - вдосконалення технологій виробництва і переробки овечого молока на бринзу, сири, їх фасування та збут;
 - відновлення функціонування підприємств з первинної переробки продукції вівчарства;
 - формування інфраструктури ринку продукції вівчарства, зокрема створення сільськогосподарських обслуговувальних кооперативів із заготівлі, обробки та збуту продукції;
 - надання державної фінансової підтримки господарствам, які утримують овець незалежно від форм господарювання та розмірів ферм.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Необхідно зазначити, що підвищення конкурентоспроможності галузей тваринництва потребує удосконалення насамперед законодавчих та нормативно-правових актів регулювання виробництва, реалізації, імпорто-експортних операцій у тваринницьких галузях. Так у 2013 р. було заплановано реконструкцію та будівництво 100 тваринницьких ферм. Із них 60 % належали до галузі молочного скотарства, 31 – свинарства, 9 – птахівництва. При цьому бюджетні дотації були виділені тільки 18. Отже, анонсовані зобов'язання не завжди виконуються через слабкість інститутів державного та громадського контролю за розвитком галузі.

Нами визначено, що посилення впливу інституційних регуляторів підвищення конкурентоспроможності галузей тваринництва у перспективі пов'язане насамперед із прийняттям та виконанням Законів про безпеку і якість продовольчої продукції, про корми, про ідентифікацію тварин. Доопрацювання та змін відповідно до європейських стандартів потребують закони про селекцію та роялті, про діяльність державних інститутів, які регулюють розвиток галузі та здійснюють його підтримку. Зокрема, інституційного забезпечення потребує створення лабораторій якості та сертифікації готової продукції, виробничих процесів.

Сучасний етап розвитку виробничих відносин у галузі тваринництва вимагає розробки дієвих механізмів і підходів, які б дали змогу підвищити ефективність виробництва, створити сприятливі інвестиційні умови, забезпечити конкурентоспроможність на споживчому ринку [1]. Важливим при цьому є комплексне дослідження вказаних проблем. Більшість підприємств галузі знаходяться в кризовому стані. Це проявляється насамперед у збитковості виробництва, недостатніх обсягах і низькій конкурентоспроможності. Нинішня ситуація в галузі характеризується не просто зменшенням поголів'я, а невідновними втратами відтворювальної його частини – маточного поголів'я. Внаслідок складного фінансового стану паралізована робота племінних господарств, через зниження попиту цінні в генетичному відношенні тварини через комерційні канали надходять на м'ясокомбінати, оновлення стад у товарних господарствах не відбувається, руйнується добре налагоджена свого часу система племінної роботи.

Досягти позитивних зрушень у розвитку і раціональному функціонуванні галузі тваринництва на подальшу перспективу неможливо без радикальної комплексної програми, що повинна враховувати стратегію і тактику організації галузі в сучасних умовах глобальної економіки. У зв'язку з цим слід розробити ефективну програму розвитку і функціонування галузі тваринництва на перспективу в Україні [3].

При обґрунтуванні перспектив розвитку тваринництва важливо врахувати такі чинники, як природно-економічні особливості території, рівень і напрями спеціалізації та концентрації виробництва, розвиток і перспективи інтеграційних зв'язків у тваринницькому підкомплексі, заходи державної підтримки виробництва продукції, зовнішня, передусім експортна, політика на його ринку [4]. Ефективність функціонування галузі тваринництва повинна постійно зростати, підвищуючи її конкурентоспроможність. Національна аграрна політика в цьому напрямку повинна бути виваженою, коректною і стимулюючою, враховувати специфічні риси галузі, демонструвати індивідуальний підхід і мати рекомендаційний характер. Загальнодержавна стратегія повинна ґрунтуватися на концептуальних засадах аграрної доктрини і законодавчих актів України.

Список літератури

1. *Аграрна економіка [Текст] : підручник / Д. К. Семенда, О. І. Здоровцов, П. С. Котик, О. О. Школьник, О. Л. Бурляй, М. А. Коротеєв, Л. Ф. Бурик, А. П. Бурляй, А. І. Кисіль, К. Г. Гайдай: За ред. Д. К. Семенди та О. І. Здоровцова. – Умань. – 2005. – 318 с.*
2. *Агрокомбінат «Слобожанський». Направление «Свиноводство». Курс – на европейские стандарты // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ait-magazine.com.ua/news/.html>.*
3. *Азізов, О. П. До проблеми розвитку тваринництва України в контексті підвищення якості продукції і ефективності виробництва / О. П. Азізов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_2/10aop.pdf.*
4. *Амбросов, В. Я. Забезпечення державної підтримки сільськогосподарського виробництва в умовах членства України в СОТ / В. Я. Амбросов, В. М. Онегіна // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 15–24.*
5. *Язлюк, Б. О. Методичні підходи до оцінки фінансово-економічної ефективності інноваційного розвитку підприємства та її безпеки / Б. О. Язлюк // Формування ринкової економіки в Україні – 2012. – Вип. 27. – С. 286-294.*

References

1. *Semenda, D. K., Zdorovtsov, O. I., Kotyk, P. S., Shkolnyi, O. O., Burliai, O. L., Korotieiev, M. A., Buryk, L. F., Burliai, A. P., Kysil, A. I., Haidai, K. H. (2005). Ahrarna ekonomika. Uman.*
2. *Ahrokombynat «Slobozhanskyi». Napravlenye «Svynovodstvo». Kurs – na evropeiskye standarty (n.d.). Retrieved from : <http://ait-magazine.com.ua/news/.html>.*
3. *Azizov, O. P. (2010). Do problemy rozvytku tvarynnytstva Ukrainy v konteksti pidvyshchennia yakosti produktsii i efektyvnosti vyrobnytstva. Retrieved from : www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_2/10aop.pdf.*
4. *Ambrosov, V. Ya. & Onehina, V. M. (2009). Zabezpechennia derzhavnoi pidtrymky silskohospodarskoho vyrobnytstva v umovakh chlenstva Ukrainy v SOT. Ekonomika APK, 2, 15–24.*
5. *Yazliuk, B. O. (2012). Metodychni pidkhody do otsinky finansovo-ekonomichnoi efektyvnosti innovatsiinoho rozvytku pidpriemstva ta yii bezpeky. Formuvannia rynkovoї ekonomiky v Ukraini, 27, 286-294.*

Стаття надійшла до редакції 12.11.2014 р.

І. О. ШАПОВАЛОВА

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту,
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини,
ВНЗ «Університет Україна»

**ОРГАНИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА МІСЦЕВІ ДЕРЖАВНІ АДМІНІСТРАЦІЇ:
ВЗАЄМОДІЯ І ПРОБЛЕМИ РОЗМЕЖУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ**

Шаповалова, І. О. Органи місцевого самоврядування та місцеві державні адміністрації: взаємодія і проблеми розмежування повноважень [Текст] / І. О. Шаповалова // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка", 2014. – Том 17. – № 3. – С. 76-80. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті розглянуті питання організації та функціонування органів місцевого самоврядування та місцевих державних адміністрацій, їх взаємодія і проблеми розмежування повноважень. Виділено основні елементи, які впливають на розвиток місцевого самоврядування.

Ключові слова: *місцеве самоврядування; державні адміністрації; функції органів місцевого самоврядування.*

I. O. SHAPOVALOVA

Doctor of Economics,
Associate Professor
Professor,
Department of Management,
Mykolayiv Interregional Institute of Human Development,
Higher Educational Institution "University Ukraine "

**LOCAL GOVERNMENTS AND LOCAL ADMINISTRATIONS: INTERACTION AND PROBLEM
OF SEPARATION OF POWERS**

Abstract

The questions of organization and functioning of local government and local administrations, their interaction and the problem of separation of powers are considered in the article. The main elements that influence the development of local government are determined.

Keywords: *local government; public administration; local government functions.*

JEL classification: H730

Вступ

Конституція України закріпила дві системи влади на місцях: місцеві державні адміністрації, які є місцевими органами виконавчої влади, та місцеве самоврядування як публічну владу територіальних громад. Це різні за своєю юридичною природою системи місцевої влади, насамперед за функціями та повноваженнями. Конституція України гарантує місцеве самоврядування і тим самим не допускає можливості його підміни місцевими державними адміністраціями.

Однак питання про взаємовідносини органів самоврядування з місцевими державними адміністраціями досить складне. Залежно від політичних тенденцій, в тому чи іншому суспільстві змінювалися погляди на самоврядування.

Питання організації та функціонування органів місцевого самоврядування та місцевих державних адміністрацій надзвичайно актуальне. Над вирішенням цих проблем в Україні сьогодні працює велика плеяда вітчизняних дослідників. Зокрема, питанням присвячено наукові праці Н. Васильєва, О. Васильєва, Н. Гончарук, В. Дядюсь, В. Зайчук, О. Зубко, Ф. Панасюк, Л. Прудіус, Л. Прокопенко,

Г. Скопненко, О. Тимошенко, В. Яцюк та ін. Організаційні засади здійснення місцевого самоврядування територіальними громадами села, селища визначаються Конституцією України, законами України, зокрема Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», а також статутами територіальних громад.

Мета та завдання статті

Метою нашого дослідження є органи місцевого самоврядування та місцеві державні адміністрації: взаємодія і проблеми розмежування повноважень. Завданням дослідження є виявлення основних аспектів щодо розмежування повноважень між органами місцевого самоврядування та місцевими державними адміністраціями.

Виклад основного матеріалу дослідження

Конституція України закріпила дві системи влади на місцях: місцеві державні адміністрації, які є місцевими органами виконавчої влади, та місцеве самоврядування як публічну владу територіальних громад. Це різні за своєю юридичною природою системи місцевої влади, насамперед за функціями та повноваженнями. Конституція України гарантує місцеве самоврядування і тим самим не допускає можливості його підміни місцевими державними адміністраціями.

Однак питання про взаємовідносини органів самоврядування з місцевими державними адміністраціями досить складне. Залежно від політичних тенденцій, в тому чи іншому суспільстві змінювалися погляди на самоврядування.

Взаємовідносини місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування в Україні будуються на відповідній нормативно-правовій основі. Конституція допускає делегування повноважень місцевих державних адміністрацій виконкомам сільських, селищних і міських рад, а також обласних і районних рад – обласним і районним державним адміністраціям. Законодавство України встановлює межі такого делегування, а також інші форми взаємодії місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування.

Очевидно, що місцеві державні адміністрації є провідниками внутрішньої політики держави на місцях і вживають заходи для її забезпечення у діяльності органів місцевого самоврядування. Проте муніципальна політика виконавчої влади має базуватися на правових засадах і методах її здійснення, але не може спиратися на командно-адміністративні методи, як це було у радянські часи. Сфери взаємодії місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування найрізноманітніші: економічні, соціальні, культурні, екологічні, релігійні, національно-побутові та інші [1, с. 25].

Однак на практиці реалізація функцій та повноважень місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування призводить не тільки до погоджених дій, але нерідко породжує різні питання щодо встановлення меж їх функцій та повноважень, способів вирішення компетенційних спорів тощо. Після прийняття Верховною Радою України законів про місцеві державні адміністрації та місцеве самоврядування ці питання отримали правову основу їх вирішення.

Межі здійснення функцій і повноважень влади на місцях є практично в усіх демократичних, правових державах. Законодавець не може раз і назавжди закріпити ці межі, оскільки розвиток суспільних відносин часто породжує нові проблеми, які не можуть бути вирішені в межах чинного законодавчого розмежування функцій і повноважень органів влади. З іншого боку, законодавець не може займатись окремими дрібними питаннями розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях і тому допускає інші, крім законодавчого, способи цього розмежування.

Одним із першочергових кроків незалежної Української держави стало розмежування влади на місцях: державні функції взяли на себе місцеві органи виконавчої влади в особі представників Президента України та їх місцевих державних адміністрацій. А колективні інтереси населення сіл, селищ, районів у містах, міст, районів та областей взяли на себе органи місцевого та регіонального самоврядування.

Питання розмежування функцій і повноважень гостро постали протягом усього періоду становлення систем місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування (1992-1996 рр.). Особливо актуальним було питання про двовладдя на місцях, про авторитаризм місцевих державних адміністрацій, про скасування місцевого самоврядування та ін. Справа ж полягала в тому, що старі механізми розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях не працювали, а нові – часто сприймалися вороже. По суті проблеми розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях були проблемами психології та культури тих людей, які здійснювали цю владу. Вийшовши з командно-адміністративної системи, вони не могли відразу освоїти культуру державного й місцевого управління, властиву демократичній, соціальній та правовій державі. Потрібен час, а головне – створення передумов для формування в органах влади на місцях демократичної правової культури.

Важливим фактором формування цієї культури є теорія розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях. Розробка такої теорії успішно ведеться українськими вченими-юристами, фахівцями

різних галузей права. В її основі – ідеї адміністративної та муніципальної реформи, верховенства права, децентралізації, балансу державних і місцевих інтересів тощо. Саме вони стали орієнтиром авторського бачення питань розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях.

Питання про розмежування функцій та повноважень місцевих державних адміністрацій і органів місцевого самоврядування виникають тому, що ці органи часто вступають у конфлікти між собою через різне розуміння межі здійснення ними функцій та повноважень. Такі питання виникають між районними державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування сіл, селищ і міст (районного підпорядкування), районними радами; між обласними державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування міст (обласного підпорядкування) і обласними радами.

Конституція України і закони про місцеві державні адміністрації і про місцеве самоврядування в Україні дають можливість виробити ефективний правовий механізм розмежування функцій і повноважень цих адміністрацій та органів самоврядування. Як відомо, донедавна у розмежуванні функцій і повноважень органів влади на місцях головну роль відігравала політична практика, яка складалася на базі фактичного розмежування цих функцій і повноважень. Насамперед шляхом застосування політичних та адміністративних методів, зокрема з боку місцевих державних адміністрацій.

Вихід на переважно правові методи розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях бажаний і можливий, але в умовах недостатнього розуміння ролі права в громадській думці, ще низької правової культури державних і муніципальних службовців є досить складним. Тому не слід очікувати швидких і високих результатів від запровадження чинним законодавством нової системи розмежування функцій і повноважень місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування.

Чинна система правового забезпечення розмежування функцій і повноважень місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування містить різні юридичні інструменти: нормативно-правові, договірні, судові тощо.

Першоосновою розмежування функцій і повноважень двох гілок місцевої влади є Конституція, яка служить основним засобом їх нормативно-правового закріплення, отже, остання і визначає принципи межі функцій і повноважень як місцевих державних адміністрацій, так і органів місцевого самоврядування з метою попередження їх змішування чи незаконного здійснення. Тільки поправки до самої Конституції у частині функцій і повноважень місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування можуть призвести до зміни чинного конституційного розмежування цих функцій і повноважень. Порушення конституційних меж розподілу функцій і повноважень між двома гілками місцевої влади породжує юридичні наслідки, визначені Конституцією і законами.

Другим основним видом нормативно-правового розмежування функцій і повноважень місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування в Україні є закони. Відомо, що законодавець після прийняття Закону про місцеві державні адміністрації від 2 квітня 1997 р. вирішив не передавати його на підпис Президенту, а погодити із законом про місцеве самоврядування в Україні, насамперед у частині функцій і повноважень двох гілок місцевої влади. Це було зроблено.

Функції і повноваження місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування базуються на принципах галузевої компетенції.

Так відповідно до Закону України «Про місцеві державні адміністрації» місцеві державні адміністрації виконують повноваження у таких галузях: соціально-економічного розвитку (ст. 17), в галузі бюджету та фінансів (ст. 18), управління майном, приватизації та підприємництва (ст. 19), містобудування, житлово-комунального господарства, побутового, торговельного обслуговування, транспорту і зв'язку (ст. 20), в галузі використання та охорони земель, природних ресурсів і охорони довкілля (ст. 21), в галузі науки, освіти, охорони здоров'я, культури, фізкультури і спорту, материнства і дитинства, сім'ї та молоді (ст. 22), соціального забезпечення та соціального захисту населення (ст. 23), в галузі зайнятості населення, праці та заробітної плати (ст. 24), забезпечення законності, правопорядку, прав і свобод громадян (ст. 25), міжнародних та зовнішньоекономічних відносин (ст. 26) [5].

Порівнюючи вищезазначений перелік із відповідними сферами повноважень місцевих рад, бачимо їх якщо не ідентичність, то принаймні надто значну схожість. Це за певних умов може стати на перешкоді переходу виконавчої влади до функціональних засад управління. Галузеву компетенцію можна поділити на три види:

а) виняткову компетенцію місцевих державних адміністрацій (наприклад, державний контроль);

б) суміжну компетенцію, коли місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування наділяються повноваженнями в одній галузі суспільного життя, але мають різні предмети відання. Це більшість повноважень обох гілок місцевої влади, які конче потребують розмежування як на законодавчому рівні, так і в процесі правореалізації;

в) виняткову компетенцію органів місцевого самоврядування (рад, частково їх виконавчих органів, наприклад, управління комунальною власністю).

Фактично законодавець, розмежовуючи функції і повноваження двох гілок місцевої влади, мав на

увазі забезпечити умови для роздільного їх функціонування. Але наявність широкої суміжної компетенції робить цей задум законодавця малоефективним. Накладки та дублювання, а відповідно і втручання одних органів у справи інших все ж, на жаль, залишаються.

Законодавець недостатньо використав при розробці законів про місцеві державні адміністрації та місцеве самоврядування досвід зарубіжних країн щодо чіткого розмежування об'єктів управління. Можливо це пов'язано з тим, що в Україні не завершено процес роздержавлення власності.

Очевидно, що акти Президента і Кабінету Міністрів будуть доповнювати окремі положення Закону про місцеві державні адміністрації, пристосовуючи структури місцевих органів виконавчої влади до нових потреб державного управління. Ці акти можуть знімати частину питань, внесуть певний порядок у розмежування функцій і повноважень між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування. Але вони можуть, як це показує досвід 1992-1996 рр., породжувати і нові питання у цій сфері.

Загалом нормативно-правові методи розмежування функцій і повноважень між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування є ефективними, коли мова йде про масові, тобто типові явища [1, с.25].

Водночас, коли потрібно вирішити якийсь конкретний казус, який виник у відносинах двох органів влади на місцях, необхідно вдаватися до інших методів розмежування їх функцій і повноважень: судових, договірних тощо

Найдосконаліше законодавство не усуває компетенційних суперечок (спорів) між органами. Тому компетенційні суперечки між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування у певній частині є об'єктивними і до них слід ставитися як до природних явищ: їх треба розуміти і використовувати для суспільного блага. Компетенційні спори не можна розглядати як зло, якого слід уникати. Вони можуть бути важливим стимулом прогресу в правовому регулюванні суспільних відносин.

Якщо суперечка не пов'язана з амбіціями чи іншими суб'єктивними факторами у діяльності, наприклад, чиновників, то вона свідчить про виникнення якоїсь нової суспільної реальності, яка потребує урегулювання з урахуванням чинного законодавства, його принципів тощо.

Найефективнішим засобом вирішення компетенційних спорів між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування є судовий розгляд справ з даного приводу. Конституція і законодавство передбачають можливість звернення до суду цих органів з вимогою скасувати незаконні акти один одного.

На жаль, судова практика компетенційних суперечок між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування ще не узагальнена і належним чином не вивчена. Ця практика робить тільки перші кроки та свідчить про те, що й в умовах України судово-правові методи розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях можливі, а їх розширення є перспективним.

Конституційний Суд має право тлумачити Конституцію та закони України, а з часом може стати важливим джерелом розмежування функцій й повноважень між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування. Він також здійснює контроль за відповідністю Конституції, актів державної влади: Верховної Ради, Президента, Кабінету Міністрів, в тому числі щодо конституційного розмежування функцій і повноважень влади на місцях. Самі місцеві адміністрації чи органи місцевого самоврядування не можуть звертатися до Конституційного Суду з приводу їх компетенційних спорів, але вони можуть до нього спрямовувати свої подання щодо тлумачення компетенційних норм Конституції у разі порушення їх конституційних функцій і повноважень. Конституційний Суд зобов'язаний розглянути ці подання і прийняти відповідний акт тлумачення стосовно конфліктної ситуації [6, с. 39].

На практиці існують також інші способи розмежування функцій і повноважень між органами влади на місцях. Перспективним слід визнати спосіб укладання договорів та угод щодо спільної діяльності у відповідних галузях суспільного життя. Місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування мають право укладати такі договори, які можуть конкретизувати відповідно до закону їх взаємні права та обов'язки. Договорами та угодами можна також вирішувати компетенційні спори (суперечки) між цими органами. Практика таких договорів тільки починає складатися в Україні. Але враховуючи, що договір має глибоку традицію в українській історії, можна очікувати, що він знайде належне місце у розмежуванні функцій і повноважень органів влади на місцях.

Компетенційні суперечки можна також погоджувати на різних нарадах, в спеціально створюваних комісіях, шляхом особистих контактів представників місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування. Такі позаправові методи вирішення компетенційних суперечок є часом більш ефективні, аніж правові.

Висновки та перспективи подальших розвідок

У структурі органів місцевого самоврядування можна виділяти первинні і вторинні суб'єкти. Первинним суб'єктом місцевого самоврядування є територіальна громада, яка має пріоритетне значення.

Усі інші елементи місцевого самоврядування є похідними і вторинними, утворюються як наслідок волевиявлення територіальної громади. До них відносяться: сільська, селищна, міська рада, сільський, селищний, міський голова, виконавчі органи сільської, селищної, міської ради, районні та обласні ради, що представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст, органи самоорганізації населення. Вторинні (похідні) органи місцевого самоврядування поділяються загалом на дві групи: представницькі органи місцевого самоврядування – тобто ті, що обираються територіальною громадою, і ті, що громадою безпосередньо не обираються. Органи місцевого самоврядування наділені компетенцією вирішувати питання місцевого життя. При цьому функції органів місцевого самоврядування є достатньою мірою розмежованими, що сприяє їх належному функціонуванню.

Проблемним є питання про розмежування функцій та повноважень місцевих державних адміністрацій і органів місцевого самоврядування. Вказане питання виникає тому, що ці органи часто вступають у конфлікти між собою через різне розуміння межі здійснення ними функцій та повноважень. Такі питання виникають між районними державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування сіл, селищ і міст (районного підпорядкування), районними радами; між обласними державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування міст (обласного підпорядкування) і обласними радами. Причиною виникнення конфлікту, на нашу думку, є те, що компетенція як органів місцевого самоврядування, так і державних адміністрацій побудована за одним і тим самим галузевим принципом. У зв'язку з цим, надто значною є сфера суміжної компетенції, що робить практично неможливим усунення компетенційних спорів.

Список літератури

1. Борденюк, В. Деякі аспекти співвідношення місцевого самоврядування, держави і громадянського суспільства // *Право України*. – 2001. – № 12. – С. 24-27.
2. Рафальський, О. Державний фонд сприяння місцевому самоврядуванню в Україні. Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні» / О. Рафальський, С. Маліков. – К. : 2012. – 152 с.
3. Маліков, С. В. Місцеве самоврядування та регіональний розвиток в Україні / С. В. Маліков / *Науково-практичний журнал*. – 2013. – №2. – С.5-15
4. Чернов, С. І. Бюджетний процес. – Серія: Бібліотечка керівника місцевої ради / С. І. Чернов, С. В. Клименко, М. І. Тітов [та інші]. – Х.: Фактор, 2012. – 80 с.
5. Про місцеві державні адміністрації: закон України від 3 липня 1991 р. зі змінами, внесеними законом від 25 березня 2005 р. // *Відомості Верховної Ради*. – 2005. – N 17. – С. 267.
6. Про розподіл обсягів субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам для фінансування у 2006 році програм – переможців Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування 2005 року : постанова Кабінету Міністрів України : постанова Кабінету Міністрів від 9 лютого 2006 р. – Режим доступу : www.rada.kiev.ua.

References

1. Bordeniuk, V. (2001). *Deiaki aspekty spivvidnoshennia mistsevoho samovriaduvannia, derzhavy i hromadianskoho suspilstva*. *Pravo Ukrainy*, 12, 24-27.
2. Rafalskyi, O. & Malikov, S. (2012). *Derzhavnyi fond spriannia mistsevomu samovriaduvanniu v Ukraini. Shveitsarsko-ukrainskyi projekt «Pidtrymka detsentralizatsii v Ukraini»*. Kyiv.
3. Malikov, S. V. (2013). *Mistseve samovriaduvannia ta rehionalnyi rozvytok v Ukraini. Naukovo-praktychnyi zhurnal*, 2, 5-15.
4. Chernov, S. I., Klymenko, S. V., Titov, M. I. (2012). *Biudzhetni protses*. – *Seriia: Bibliotechka kerivnyka mistsevoi rady* /. Kharkiv: Faktor.
5. *Pro mistsevi derzhavni administratsii: zakon Ukrainy vid 3 lypnia 1991 r. zi zminamy, vnesenymy zakonom vid 25 bereznia 2005 r.* (2005). *Vidomosti Verkhovnoi Rady*, 17, 267.
6. *Pro rozpodil obsiahiv subventsii z derzhavnogo biudzhetu mistsevym biudzhetam dlia finansuvannia u 2006 rotsi proham – peremozhtsiv Vseukrainskoho konkursu projektiv ta proham rozvytku mistsevoho samovriaduvannia 2005 roku : postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy : postanova Kabinetu Ministriv vid 9 liutoho 2006 r.* (2006). Retrieved from : www.rada.kiev.ua.

Стаття надійшла до редакції 03.11.2014 р.

Т. В. ШТУЧКА

аспірант,
Миколаївський національний аграрний університет

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ

Штучка, Т. В. Значення маркетингової діяльності для підприємств агропродовольчого сектору [Текст] / Т. В. Штучка // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 3. – С. 81-87. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У статті розглянуто теоретичні засади визначення суті маркетингової діяльності в сільському господарстві. Проведено дослідження значення маркетингової діяльності для підприємств агропродовольчого сектору і її впливу на підвищення результатів економічної діяльності.

Ключові слова: маркетинг; маркетингова діяльність; агропродовольчий сектор; підприємницька діяльність; економічна ефективність.

T. V. SHTUCHKA

PhD Student,
Mykolayiv National Agrarian University

IMPORTANCE OF MARKETING ACTIVITY FOR COMPANIES OF AGRI-FOOD SECTOR

Abstract

The theoretical principles of determination of the essence of marketing activity in agriculture are considered in the article. The importance of marketing activity for the companies of agri-food sector is proved. Its impact on increase of the results of economic activity is shown.

Keywords: marketing; marketing activity; agri-food sector; entrepreneurship; economic efficiency.

JEL classification: P120

Вступ

Формування результативної та ефективної системи організації виробництва та збуту сільськогосподарської продукції має стати адекватною відповіддю агропродовольчих підприємств на виклики сьогодення, зумовлені процесами реформування економічних відносин та структурування і розвитку цільових ринків. Об'єктивні процеси функціонування вітчизняної економічної системи, обумовлені дією законів розвитку соціально-економічних систем, створюють вказані виклики, які переконують у значущості всіх стадій виробничо-комерційного циклу агропродовольчих підприємств для забезпечення адекватного завданням розширеного відтворення їх капіталу рівня економічної ефективності. Наслідком останнього є необхідність звернути увагу не лише на виробничу, а й збутову стадію створення продукції, адже від результативного збуту, власне, і залежать остаточно доходи підприємства-виробника, а отже, й фактичний рівень економічної ефективності його діяльності. Кардинальна зміна системи реалізації сільськогосподарської продукції, яка відбулася протягом останніх двадцяти років, зумовила необхідність вивчення ринкового потенціалу продукції та підприємства, передусім у частині коректної оцінки можливостей ефективного збуту того чи іншого виду продукції. Результати останнього зумовлюють необхідність відповідної корекції товарної політики підприємства з огляду на підтримання та підвищення рівня економічної ефективності його діяльності. Розв'язати ж такий комплекс завдань дозволяє раціональна організація маркетингової діяльності підприємства.

Проблемам маркетингу присвячено роботи багатьох вітчизняних та іноземних учених, серед яких

слід назвати І. Ансоффа, Г. Л. Азоєва, Г. Л. Багієва, Є. П. Голубкова, І. М. Герчикову, В. М. Гриньову, Ю. Б. Іванова, Ж. Ламбена, Ф. Котлера, В. С. Пономаренка, М. Портера, О. І. Пушкаря, Р. А. Фатхутдінова, Г. Черчілля. У зв'язку з тим, що проблема розуміння маркетингу для підприємств агропродовольчого сектору, виявлення залежності між маркетинговою діяльністю та конкурентоспроможністю є актуальною для підприємств, це зумовило вибір теми дослідження.

Мета та завдання статті

Метою нашого дослідження є визначення сутності теоретичних аспектів значення маркетингової діяльності підприємств агропродовольчого сектору економіки та передумови його виникнення.

Виклад основного матеріалу дослідження

Становлення маркетингу в практичній діяльності суб'єктів економічних відносин розпочалася задовго до формалізації відповідних економічних знань у наукових працях. Свідченням цього є те, що такі базові категорії, як ціна та реалізація продукції, були формалізовані в економічній літературі ще в XVII сторіччі [1, с. 14; 2, с. 6]. Втім, головні елементи маркетингу були відображені в дослідженнях європейських та американських фахівців, зокрема С. Маккорміка та Д. Маккарті, які є авторами перших фундаментальних праць з маркетингу, значно пізніше. Слід звернути увагу на те, що базова модель маркетингу підприємства, яка отримала назву «4 Р» – «product» (товар), price (ціна), place (збут, розміщення), promotion (просування), була запропонована Д. Маккарті лише в середині XX сторіччя. Саме ця модель дала початок розвитку наукових досліджень маркетингу як сфери діяльності підприємства, а також окремої системи наукових знань щодо управління бізнесом.

Як і багато інших економічних знань, наука про маркетинг була створена синтетичним шляхом на основі узагальнення прикладного досвіду, який вже потім дав можливість певним чином обґрунтовувати загальні закономірності провадження маркетингових зусиль та розвитку реакцій на них економічного середовища підприємства. При цьому саме завдяки домінуючому впливу прикладного досвіду на становлення вказаних наукових знань протягом тривалого часу маркетинг ототожнювався лише з однією із його функцій, виділених згодом, а саме – з просуванням продукції. Свідченням останнього є створення в 20-ті роки в США Національної асоціації маркетингу і реклами, правонаступником якої відтак стала Американська асоціація маркетингу.

Термін «маркетинг» походить від «market» (англ.), що в перекладі означає «ринок», та за змістом передбачає вплив суб'єкта на ринкове середовище з метою досягнення певних результатів у вигляді продажів продукції, отримання від цього відповідних фінансових результатів тощо. У сучасному розумінні маркетинг становить цілу систему діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення успіху його продукції на ринку та, відповідно, низку концепцій управління бізнесом суб'єкта економічних відносин, орієнтованих на ринковий успіх.

В економічній літературі існує велика кількість визначень маркетингу. Аналіз цих визначень дозволяє дійти до висновку, що за генезисом відображень у дефініціях сутнісно-змістовних характеристик та функціонального навантаження маркетингу можна сформувати цілісну картину еволюції маркетингу як складової економічної науки.

Американські автори Еванс Дж. та Берман Б. вказують на наявність одного з ранніх трактувань дефініції «маркетинг», згідно з яким вона передбачає підприємницьку діяльність, яка управляє розподілом та просуванням продукції від виробників до споживачів з акцентуванням уваги на фізичному переміщенні продукції (товарів, робіт, послуг), і відповідно збільшувалась роль каналів збуту та товаропостачання [3, с. 16].

У 80-х роках з'являється більш повне трактування категорії «маркетинг», згідно з яким він є процесом планування та впровадження задуму, процесом ціноутворення, процесом просування продукції, а також реалізацією продукції (товарів, послуг) за допомогою обміну, який задовольнятиме цілі окремих суб'єктів. Вказане визначення мало більш загальний характер та дозволило дослідникам та практикам розглядати маркетинг як відкриту систему, не обов'язково підприємницького характеру, а й як таку, що складає частину діяльності того чи іншого суб'єкта, підприємства, організації тощо.

Наприкінці XX сторіччя ті ж американські вчені-економісти Дж. Еванс та Б. Берман визначали маркетинг як сукупність процесів передбачення, організації управління та задоволення потреб споживачів (людей, організацій, територій, ідей), тобто попиту на продукцію (товари, послуги) за допомогою процесів обміну [3, с. 16]. Вказане визначення акцентує увагу вже на предметно-об'єктній та суб'єктній сфері маркетингової активності, що створює теоретичне підґрунтя для подальшого уточнення та розвитку наукових уявлень про маркетинг.

Найбільш поширене визначення категорії маркетингу було запропоноване видатним теоретиком цієї науки Ф. Котлером [4, с. 9]. Він визначає «маркетинг» як «... соціальний та управлінський процес, за допомогою якого окремі особи та групи осіб задовольняють свої необхідності і потреби завдяки створенню товарів і споживчих цінностей й обміну ними один з одним» [5, с. 35]. Цьому визначенню

притаманний процесний підхід та орієнтація на об'єктивність та обумовленість маркетингових дій як продавця, так і покупця.

Подальший розвиток науки про маркетинг, який знайшов відображення не тільки у розробці відповідних процедур здійснення діяльності, спрямованої на ринково орієнтоване управління бізнесом, а й в генезисі категоріального апарату, дозволив продукувати численні визначення цієї базової для нашого дослідження категорії, передусім, шляхом її аналітичного осмислення. У цьому контексті доцільно звернути увагу на наукові здобутки Дж. МакКарті і В. Перро [6, с. 8], які вперше наголосили на масштабах та рівні здійснення маркетингової активності. Ними виокремлені категорії мікро- та макромаркетингу. Так мікромаркетинг – це вид діяльності, що визначає напрямки виконання підприємствами своїх можливостей через визначення необхідностей і потреб покупців (споживачів) та спрямування товарних потоків, які задовольнятимуть ці необхідності та потреби, від виробників до споживачів. Це означає, що організація маркетингової діяльності полягає не лише у вирішенні питання – що виробляти, а й у визначенні необхідностей та потреб споживачів й настільки вдало, щоб продукція сама себе продавала [6].

Що стосується макромаркетингу, то вищеназваними авторами робиться висновок, що він є соціальним процесом, який спрямовує економічний потік продукції від виробників до споживачів шляхом, який відповідає попиту та пропозиції досить ефективно, а також досягає основних цілей суспільства. Тобто роль макромаркетингу полягає в найповнішому задоволенні необхідностей та потреб, а також чіткої відповідності можливостям суспільства [6].

У дослідженнях Г. Черчила та П. Пітера, маркетинг є процесом планування й виробітку концепцій щодо ціноутворення, товаропросування й розподілу товарів через обмін, який має задовольняти індивідуальні суспільні потреби та організаційні цілі підприємства [7, с. 7].

Американські маркетологи Е. Райс та Дж. Траут започаткували «маркетингову концепцію війни». У їх дослідженнях сутність маркетингу полягає «... не в обслуговуванні покупців, а в необхідності перехитрити, обійти, перемогти своїх конкурентів», тобто маркетинг – війна, в якій конкуренти є противниками підприємства, а споживачі – територією, яку слід завоювати [8, с. 10].

Суттєво відрізняються від американських підходів погляди на визначення сутності категорії «маркетинг», обґрунтовані європейськими дослідниками. Ж. Ж. Ламбен визначає, що маркетинг є одночасно філософією бізнесу та активним процесом, який спрямовано на задоволення необхідностей і потреб суспільства та організацій через забезпечення конкурентного обміну продукцією, яка становить цінність для споживача, при цьому він має такі основні аспекти – стратегічний (тобто процес аналізу) та операційний (тобто активний процес) [9, с. 4].

Німецькі вчені Е. Дихтль та Х. Хершген вважають, що маркетинг – це вираження стилю мислення, який соціально орієнтований на ринок, а також для якого досить часто характерні творчі та систематичні підходи [10, с. 12].

Вагомий внесок у формування та розвиток європейської маркетингової школи зробили югославські вчені-економісти. Так Д. Карич на власному досвіді ведення бізнесу дослідив основні принципи та концепції застосування маркетингових засобів у підприємстві. Він окреслив декілька визначень маркетингової діяльності – як економічного процесу, як ділової функції, як робочої концепції, як наукової економічної дисципліни. Однак, як комплексний феномен, маркетинг має вивчатись лише з точки зору сукупності предметного, інституційного, управлінського та системного підходів [11-12].

Інший югославський представник, Л. Радонич наголошує, що основою практики маркетингу є потреби й бажання людей, тому маркетинг на підприємстві розглядається як сфера, за допомогою якої необхідності й потреби суспільства можна спрямувати на отримання прибутку підприємством. З точки зору, наприклад, економічної науки, маркетинг означає все, що підприємство, з одного боку, робить задля найбільш економічно ефективної реалізації виготовленої продукції на цільовому ринку, а з іншого – це орієнтація підприємства на повне задоволення необхідностей і потреб наявних і потенційних покупців (споживачів) [11-12].

На початку 90-х років XX сторіччя на організацію маркетингової діяльності на підприємствах звернули увагу російські науковці [13-15]. У цей час з'являються наукові публікації, які розкривають сутність, принципи систем маркетингу, необхідність переходу підприємств до маркетингового мислення, а також використання та пристосування маркетингових можливостей до різних підприємств, особливо агропродовольчих товаровиробників. Так В. А. Ключач пропонує розглядати маркетинг як загальну систему фінансових, комерційних, організаційно-технічних функцій підприємств, які спрямовані на більш повне задоволення попиту покупців (споживачів) на сільськогосподарську продукцію [13]. З погляду В. Хаустова, маркетинг є системою управління виробництвом та реалізацією продукції, що орієнтовані на цільовий ринок, при чому соціальна сутність маркетингу полягає в найбільш повному задоволенні необхідностей та потреб конкретних споживачів [14].

М. В. Козлов та Н. С. Тульська поняття маркетингу пояснюють як ринкову орієнтацію управління стосовно ділових рішень підприємства. Таке управління характеризують наступними елементами –

філософією бізнесу, маркетинговим дослідженням, інструментами маркетингу, плануванням та бюджетуванням маркетингу. Маркетинг є передусім філософією бізнесу, в якій основна увага концентрується на вимогах наявних й потенційних споживацьких груп та функціонуванні цільових ринків збуту, а не лише на реалізації виробничого потенціалу шляхом нарощення обсягів випуску продукції. Це вимагає, щоб керівники, які безпосередньо приймають рішення на різних рівнях та у всіх функціональних підрозділах підприємств, поступово переорієнтовували свою діяльність на ринок [15]. Однак більшість російських вчених-економістів дотримуються американських підходів до тлумачення сутності маркетингу [16-17].

Наукова та прикладна розробка різних аспектів маркетингу як економічної категорії продукувала цілу низку напрямів розвитку управління та організації маркетингу. Головними серед них є розробка питань стратегічного управління та опрацювання програм маркетингу, організація маркетингових досліджень, оцінка ефективності маркетингової діяльності. Вказаним дослідженням присвячені наукові праці таких фахівців, як В. Д. Гончаров, М. В. Козлов, В. І. Комаров, Г. І. Макін Н. С. Тульська, Т. М. Панченко [18-19].

Наприкінці ХХ сторіччя економічна сутність маркетингу, а також маркетингові концепції, принципи та функції маркетингу досліджувалися українськими вченими-економістами з позицій американського підходу [20, 21, 22]. Наразі можна говорити про початок формування української маркетингової школи на основі наукових здобутків вітчизняних вчених [23-25]. Зупинимося на деяких з них в частині розкриття сутності базових категорій нашого дослідження.

А. В. Войчак виокремлює кілька підходів щодо аналізу суті маркетингу – концептуальний, управлінський, функціональний, системно-поведінковий, товарний, інституційний та національний тощо. Л. А. Мороз й Н. І. Чухрай розглядають маркетинг як діяльність, яка спрямована на формування попиту й досягнення основних цілей підприємства шляхом максимального задоволення потреб споживачів.

Наприклад, А. О. Старостіна визначає маркетинг як теорію і практику прийняття організаційних та управлінських рішень по формуванню ринкової та продуктової стратегії й цілей підприємства на основі проведення аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища для узгодження й реалізації економічних інтересів головних ринкових суб'єктів. З цього визначення витікає структура об'єкта управління, яку складають стратегічні напрями освоєння ринків збуту та освоєння випуску тих чи інших товарів, система формування цілей, спектр інформації, необхідної для прийняття рішень загального та спеціального характеру

Аграрні підприємства мають урахувувати підходи до управління та організації свого маркетингу на основі застосування цілісної маркетингової концепції. Цілісність концепції маркетингу забезпечується дотримання відповідних принципів, які забезпечують послідовність управлінського впливу на процеси виробництва та збуту продукції підприємства. При цьому підприємство формує власну концепцію управління своїм маркетингом, адаптовану до умов зовнішнього середовища та тенденцій розвитку суб'єктів галузі, з урахуванням організаційних особливостей самого підприємства, що робить концепцію маркетингу центральною концепцією управління бізнесом.

У такому контексті маркетингова концепція управління бізнесом актуалізується як головний інструмент формування конкурентних переваг, адже саме вона дозволяє адекватно співвідносити вимоги цільового ринку збуту з можливостями підприємства, що дозволяє йому формувати комерційно значущі пропозиції продукції. Останнє модифікує в процесі реалізації і саму концепцію, суттєво розширюючи спектр питань, які вона має охоплювати. Крім того, заходи та дії, передбачені концепцією маркетингу, зумовлюють необхідність управління їх узгодженням, що актуалізує формування маркетингової стратегії підприємства, адекватної викликам конкурентного середовища. Хоча класична концепція маркетингу була більш надійною основою при розробці стратегій маркетингу, деякі підприємства усвідомлювали, що припускаються помилок та мають недоліки. Навіть підприємство, яке чітко дотримується принципів здійснення маркетингової діяльності, а саме – виконує дослідження цільових ринків збуту, корегує товарну політику, позиціює продукцію на ринку та, відповідно, здійснює корекцію цінової політики, може не отримувати адекватні цілям та завданням своєї діяльності економічні результати через наявність конкуренції. У такому випадку не враховують необхідності орієнтації не тільки на покупців, а й на конкурентів, що відображено в стратегічній маркетинговій концепції. Відповідно до зазначеної концепції, підприємство повинне задовольняти необхідності та потреби споживачів, одночасно зберігаючи перевагу серед конкурентів задля забезпечення довготривалого отримання прибутку.

Економічний розвиток суб'єктів економічних відносин призводить до зростання рівнів стандартизації та уніфікації продукції, що зумовлює дублювання рішень окремих суб'єктів у сфері здійснення маркетингової діяльності та продукує проблему утримання рівня впливу на вибір покупців на цільовому ринку продукції. Саме завдяки актуальності цієї проблеми з середини 90-х років почала розвиватись концепція маркетингу стосунків. Ця концепція передбачала спрямованість маркетингової

діяльності підприємства на встановлення конструктивних, довгострокових та привілейованих стосунків із потенційними споживачами.

Поряд з еволюцією категорії «маркетинг» відбувалися й погляди на основні його принципи, аналіз генезису яких також дозволяє виділити декілька підходів до їх формування. По-перше, принципи маркетингу дозволяють розкрити його сутнісно-змістовне та функціональне навантаження у практичній діяльності. При цьому головною сутнісною характеристикою принципів маркетингу є дотримання орієнтації на споживача на основі узгодження можливостей підприємства-виробника з запитами споживачів. По-друге, принципи маркетингу створюють методичне підґрунтя для формування маркетингової політики підприємств, а також набуття всіма процесами в підприємстві, що мають відношення до здійснення маркетингової діяльності, ознак узгодженості та системності. Досягненню цього сприяє дотримання таких принципів:

- виробництво лише того, що необхідно споживачу;
- вихід на ринок не з пропонуванням товарів та послуг, а з засобами вирішення проблем споживачів;
- організація виробництва товарів після дослідження потреб та попиту;
- використання програмно-цільового методу і комплексного підходу для досягнення поставлених цілей, що передбачає формування маркетингових програм на основі застосування комплексу маркетингових засобів, їх комбінації, а не окремих маркетингових дій;
- застосування стратегії і практики активного пристосування виробництва товарів до вимог ринку з одночасним цілеспрямованим впливом на нього з метою охоплення маркетингом всіх ланок у ланцюгу просування товару до споживача;
- орієнтація діяльності підприємства та його маркетингової служби не на миттєвий результат, а на тривалу перспективу ефективних комунікацій на основі здійснення стратегічного планування і прогнозування поведінки товарів на ринку;
- націленість кожного учасника на досягнення кінцевого практичного результату у виробничо-збутовій діяльності;
- комплексний підхід до ув'язування цілей з ресурсами та можливостями підприємства;
- постійний пошук нових методів підвищення ефективності виробництва, творчої ініціативи робітників, спрямованої на широке впровадження нововведень, підвищення якості продукції, скорочення витрат виробництва;
- розробка стратегії та тактики активного пристосування (адаптації) підприємства до факторів мікро- та макросередовища маркетингу з метою максимального задоволення вимог покупців.

Розвиток ринкових відносин продукує актуалізацію ролі та значення маркетингу для розвитку підприємств, на чому наполягають численні дослідники. Наразі перед підприємством стоять завдання самостійного прийняття рішень щодо обсягів та номенклатури продукції, що виробляється. При цьому товарна та цінова політика стає визначальним інструментом маркетингу, адже саме ці компоненти маркетингу підприємства продукують та визначають політику просування, а отже, й залучення покупців та, відповідно, результати продажів продукції.

Посилення ролі та значення маркетингових підходів до здійснення комерційної діяльності сьогодні можна пояснити наступними причинами. Сучасні особливості функціонування ринку сільськогосподарської продукції характеризується диференціацією конкурентних ситуацій. Останнє актуалізує використання на мікрорівні концепції класичного маркетингу. Крім того, особливості виробничо-технологічних процесів у сільськогосподарському виробництві призводить до високого ступеня стандартизації умов отримання та характеристик продукції, що призводить до насиченості ринку однорідними товарами. Останнє деформує маркетингову політику підприємства в напрямі актуалізації визначальної ролі підкріплення продукції.

Поряд з цим, споживачі схильні віддавати перевагу конкретним постачальникам навіть товарів високого ступеня уніфікації у певних межах безвідносно до цінової політики останніх, тобто купуючи продукцію за більш високими цінами у постачальників з позитивною та благонадійною репутацією. Останнє актуалізує інструментарій формування споживчих переваг у системі маркетингу підприємства.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Стабілізація розвитку агропродовольчого виробництва потребує чітких та достатньою мірою деталізованих стратегій розвитку певних напрямів діяльності, розробка яких має ґрунтуватися на результатах маркетингових досліджень цільових ринків відповідних видів продукції агропродовольчих підприємств та динаміки споживацьких вподобань. При цьому орієнтація на врахування змін у вподобаннях споживачів окреслює межі застосування маркетингового підходу до планування управлінських впливів на всю діяльність підприємства, адже за його застосування управління бізнесом суб'єкта у виробничій, інвестиційній та комерційній сферах буде орієнтовано на задоволення інтересів споживачів, що дасть змогу отримувати достатній розмір надходжень від реалізації продукції для фінансування необхідних заходів у цих сферах діяльності. Тобто за відсутності послідовної

маркетингової діяльності підприємство нездатне формувати та реалізовувати адекватну викликам цільових ринків конкурентну політику. Адекватність останньої забезпечується релевантністю та повнотою інформаційної бази маркетингових досліджень, результатами яких мають оперувати керівники та спеціалісти агропродовольчих підприємств. Отже, з огляду на завдання стабілізації розвитку агропродовольчого виробництва наразі необхідно розглядати аграрний маркетинг разом з його дослідницькою компонентою, як основу формування поведінки підприємства, його дій на ринку, а отже, й основу формування економічних відносин учасників цільових ринків сільськогосподарської продукції.

Список літератури

1. Гаркавенко, С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.
2. Рыбинцев, В. А. Маркетинг винограда и вина / В. А. Рыбинцев – К.: ИАЭ, 2000. – 347 с.
3. Эванс, Дж. Маркетинг / Эванс Дж., Берман Б. – М.: Экономика, 1990. – 350с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: «Бизнес-книга, «ИМА-Кросс.Плюс». – 702 с.
5. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1999. – 1152 с.
6. Perreault, W. D. Basic marketing: a global managerial approach / William D. Perreault, E. Jerome McCarty. – USA: AUSTEENPRESS, IRWIN, 1996. – 902 p.
7. Churchill, G. A. Marketing-creating for customers / G. A. Churchill, J. P. Peter. – USA: AUSTEENPRESS, IRWIN, 1995. – 703 p.
8. Райс, Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Дж. Траут. – СПб: Питер, 2000. – 256с.
9. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб: Наука, 1996.- 589с.
10. Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. – М.: Высшая школа, ИНФРА-М, 1996. – 256с.
11. Карич, Д. Маркетинг на підприємствах АПК / Д. Карич // Економіка АПК. – 1995. – № 1. – С. 55-67.
12. Радонич, Л. Маркетинг у системі економічних категорій / Л. Радонич // Економіка АПК. – 1995. – № 3. – С. 89-94
13. Ключах, В. А. Маркетинг сельскохозяйственной продукции / В. А. Ключах // АПК: экономика, управление. – 1995. – №2. – С. 41-45.
14. Хаустов, В. Маркетинговая деятельность в АПК / В. Хаустов // АПК: экономика, управление. – 1992. – № 9. – С. 58-60.
15. Козлов, М. В. Планирование маркетинга в системе управления пищевого предприятия / М. В. Козлов, Н. С. Тульская // Пищевая промышленность. – 1998. – № 2. – С. 3.
16. Абрамова, Г. П. Маркетинг: вопросы и ответы / Г. П. Абрамова. – М.: Агропромиздат, 1991. – 158 с.
17. Маркетинг: учебник / Под ред. А. Н. Романова. – М.: Банки и биржи, 1996. – 558 с.
18. Методические положения по организации маркетинга на перерабатывающем предприятии // АПК: экономика, управление. – 1995. – № 10. – С. 23-33.
19. Макин, Г. И. Организация маркетинга в АПК как экономического института управления / Г. И. Макин. // Хранение и переработка зерна. – 2000. – №4. – С. 9-12.
20. Андрусенко, Г. О. Основы маркетингу / Г. О. Андрусенко. – К.: Урожай, 1995. – 176 с.
21. Герасимчук, В. Г. Маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник / В.Г. Герасимчук. – К.: Вища школа, 1994. – 327с.
22. Навчальний посібник з основ маркетингу / Під ред. Г. В. Магалицького. – К.: «Новація ЛТД», 1994. – 170 с.
23. Войчак, А.В. Маркетинговий менеджмент: підручник / Войчак А.В. – К.: КНЕУ, 2008. – 268с.
24. Мороз, Л. А. Маркетинг: навчальний посібник / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – Львів: Державний університет «Інтелект», 1999. – 244 с.
25. Старостіна, А. О. Зміст та основні етапи маркетингової діяльності / А. О. Старостіна // Маркетинг в Україні. – 2002. – № 4. – С. 30-33.
26. Язлюк, Б. О. Основні управлінські технології при формуванні та реалізації інвестиційно-інноваційного бізнес-портфеля в умовах невизначеності майбутньої економічної ситуації / Б. О. Язлюк // Фінансова система України. – 2012. – Вип. 19. – С 459-465 [Серія : економіка].

References

1. Harkavenko, S. S. (2002). *Marketynh*. Kyiv: Libra.
2. Rybincev, V. A. (2000). *Marketing vinograda i vina*. Kyiv: IAJe.
3. Jevans, Dzh. & Berman, B. (1990). *Marketing*. Moscow: Jekonomika.
4. Kotler, F. (n.d.). *Osnovy marketinga*. Moscow: «Biznes-kniga, «IMA-Kross.Pljus.
5. Kotler, F., Armstrong, G., Sonders, Dzh., Vong, V. (1999). *Osnovy marketinga*. Moscow: Vil'jams.

-
6. Perreault, W. D. & McCarty, E. J. (1996). *Basic marketing: a global managerial approach*. USA: AUSTEENPRESS, IRWIN.
 7. Churchill, G. A. & Peter, J. P. (1995). *Marketing-creating for customers*. USA: AUSTEENPRESS, IRWIN.
 8. Rajs, Je. & Traut, Dzh. (2000). *Marketingovye vojny*. SPb: Piter.
 9. Lamben, Zh.-Zh. (1996). *Strategicheskij marketing: evropejskaja perspektiva*. SPb: Nauka.
 10. Dihl', E. & Hershgen, H. (1996). *Prakticheskij marketing*. M.: Vysshaja shkola, INFRA-M.
 11. Karych, D. (1995). *Marketynh na pidpriemstvakh APK*. *Ekonomika APK*, 1, 55-67.
 12. Radonych, L. (1995). *Marketynh u systemi ekonomichnyi katehorii*. *Ekonomika APK*, 3, 89-94.
 13. Kljukach, V. A. (1995). *Marketing sel'skohozjajstvennoj produkcii*. *APK: jekonomika, upravlenie*, 2, 41-45.
 14. Haustov, V. (1992). *Marketingovaja dejatel'nost' v APK*. *APK: jekonomika, upravlenie*, 9, 58-60.
 15. Kozlov, M. V. & Tul'skaja, N. S. (1998). *Planirovanie marketinga v sisteme upravlenija pishhevogo predprijatija*. *Pishhevaja promyshlennost'*, 2, 3.
 16. Abramova, G. P. (1991). *Marketing: voprosy i otvety*. Moscow: Agropromizdat.
 17. Romanova, A. N. (1996). *Marketing*. Moscow: Banki i birzhi.
 18. *Metodicheskie polozenija po organizacii marketinga na pererabatyvajushhem predprijatii*. (1995). *APK: jekonomika, upravlenie*, 10, 23-33.
 19. Makin, G. I. (2000). *Organizacija marketinga v APK kak jekonomicheskogo instituta upravlenija*. *Hranenie i pererabotka zerna*, 4, 9-12.
 20. Andrusenko, H. O. (1995). *Osnovy marketynhu*. Kyiv: Urozhai.
 21. Herasymchuk, V. H. (1994). *Marketynh: teoriia i praktyka*. Kyiv: Vyshcha shkola.
 22. Mahalytskyi, H. V. (1994). *Navchalnyi posibnyk z osnov marketynhu*. Kyiv: Novatsiia.
 23. Voichak, A. V. (2008). *Marketynhovi menedzhment*. Kyiv: KNEU.
 24. Moroz, L. A. & Chukhrai, N. I. (1999). *Marketynh*. Lviv: Intelekt.
 25. Starostina, A. O. (2002). *Zmist ta osnovni etapy marketynhovo diialnosti*. *Marketynh v Ukraini*, 4, 30-33.
 26. Yazliuk, B. O. (2012). *Osnovni upravlinski tekhnologii pry formuvanni ta realizatsii investytsiino-innovatsiinoho biznes-portfelija v umovakh nevyznachenosti maibutnoi ekonomichnoi sytuatsii*. *Finansova systema Ukrainy*, 19, 459-465.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2014 р.

Наукове періодичне видання

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

Збірник наукових праць

*Том 17
№ 3
2014 рік*

Редактор-коректор *М. І. Руденко*
Дизайн обкладинки *О. І. Різник*

Адреса редакції: вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020,
телефон 380 (352) 47-50-50*12309.
E-mail: mail. econa@gmail.com

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 19228-9028ПР від 13 липня 2012 р.

Підписано до друку 19.12.2014 р. Формат 60х90/8.
Папір офсетний. Гарнітура Cambria і Times. Друк офсетний. Зам. № Р 006-04-14
Умовно-друк. арк. 11,00. Обл. -вид. арк. 7,79.
Тираж 300. Ціна договірна.

Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка»
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020,
телефон/факс 380 (352) 47-58-72.
E-mail: edition@tneu.edu.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців ДК № 3467 від 23.04. 2009 р.