

Обсяг українського агропродовольчого експорту до країн ЄС у 2017 р. зріс на 1,4 млрд євро, якщо порівнювати з результатами 2016 р. Такі темпи динаміки є рекордними за період минулих 5 років. Згідно з останнім звітом Європейської Комісії, серед основних країн-постачальників агропродовольчої продукції до ЄС Україна піднялась з 8-го на 4-те місце, поступаючись місцем лише Бразилії, США й Аргентині. Уже закрито 4 квоти 2018-го р. на безмитний експорт до ЄС (на мед, виноградний і яблучний соки, а також пшеницю й кукурудзу) [1, с.26].

Серед найбільш затребуваних за кордоном – продукція вирощування таких нішевих культур, як сорго, нут, льон, коноплі, гірчиця і квасоля. Останніми роками, окрім горіхів, українські аграрії продовжують нарощувати обсяги експорту заморожених ягід. І якщо раніше така продукція реалізовувалася переважно через посередників, то тепер ситуація поступово змінюється. Ринок нішевих культур стає прибутковішим, а значить, кількість гравців на ньому і надалі буде зростати [3]. Традиційними лідерами українського ягідного ринку є полуниця, малина й чорна смородина.

За останні п'ять років найвища ємність ринку полуниці була зафіксована у 2013 р. Наступні три роки обсяги споживання цієї ягоди стабільно скорочувалися, що викликано відомими наслідками кризи в економіці країни. Відновлення полуничного ринку почалося тільки у 2017 р. – за підсумками перших трьох кварталів цього року зростання ємності ринку цієї ягоди склало 11,3 % в порівнянні з аналогічним періодом 2016 р.

Менше постраждав від згаданої кризи ринок малини. Протягом 2012-2016 рр. його обсяг перебував приблизно на одному рівні – 30-31 тис. т, вагаючись рік від року в межах 3-4 % [4].

Смородина замикає трійку лідерів ягідного ринку України. Тут також, як і у випадку полуниці, відзначається плавне щорічне зниження обсягів виробництва продукції, починаючи з 2014 р. Проте, на відміну від лідера, негативна тенденція не перервалася й у 2017 р., незважаючи на збільшення посівних площ на 9 %. Це пояснюється тим, що саджанці смородини в перший рік дають урожай вполовину менший, ніж у другій [4].

Експерти зазначають, що нові господарства більше зосереджуються на вирощуванні не лідерів ринку, таких, як полуниця або малина, а ягід, що вважаються в нашій країні нішевими: лохина, чорниця, ожина, журавлина, та ін. Такий тренд пояснюється тим, що в даних сегментах ринку поки немає жорсткої конкуренції й новому виробнику легше завоювати собі «місце під сонцем» [4]. Власне ці ягоди в Україні найбільше відповідають категорії нішевих, до яких, згідно результатів проведених досліджень, відносять культури, які не потребують великих площ для вирощування, які забезпечують максимально високий вихід прибутку з одиниці площі вирощування, і на ринку продукції вирощування яких ще немає високого рівня конкуренції.

Підсумовуючи результати проведених досліджень, можна сказати, що у вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції є високий рівень зацікавленості у вирощуванні ягідних нішевих культур, бо вони вже відчули

всю привабливість такого напряму розвитку сільського господарства, особливо – дрібні фермерські господарства та індивідуальні господарства населення, але, з іншої сторони, характерною є відсутність у них відповідних навиків і знань зі сфери відповідних інноваційних технологій та засад кооперації у організації вирощування цих культур.

Крім того, ціла низка чинників як економічного, так і політичного характеру знижує рівень зацікавленості іноземних інвесторів у вкладенні коштів у розвиток аграрної сфери економіки України взагалі – у II півріччі 2017 р. український АПК відчув на собі погіршення індексу інвестиційної привабливості України – він знизився на 0,12 бала – до 3,03 бала з 5 можливих [2]. Без активної участі держави цих проблем не вирішити.

Проте, ягідна ніша аграрного сектору економіки України вже показує певну ступінь організації переробного ринку, що значно підвищує нашу конкурентну позицію. Процес наповнення ринку продукцією прискориться, коли виробники повністю усвідомлюватимуть економічні та соціальні переваги цієї галузі, і до того ж особливу увагу сконцентрують на органічному способі виробництва продукції у цій ніші.

Список використаних джерел

1. Маємо новий рекорд аграрного експорту. *Агроринет*. 2018. Березень. С. 26.
2. Почти 60 % бизнесменов недовольны инвестклиматом в Украине. URL: <http://agroportal.ua/news/vlast/pochti-60-biznesmenov-nedovolny-investklimatom-v-ukraine/> (дата звернення: 22.03.2018 р.)
3. Ринки. Нішеві культури відвойовують землі у кукурудзи і соняшнику. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26110>. (дата звернення: 22.03.2018 р.)
4. Ринок ягід почав відновлюватись. URL: <https://kurkul.com/news/11050-rinok-yagid-pochav-vidnovlyuvatis>.(дата звернення: 22.03.2018 р.)

Шеленко Діана

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

м. Івано-Франківськ

Україна

ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Низький рівень соціально-економічного розвитку сільських територій підсилюється несприятливою демографічною ситуацією, яка з кожним роком загострюється за рахунок посилення кризових явищ, які носять загальноекономічний характер. Негативний вплив на розвиток сільських територій має також зростання безробіття, низькі доходи сільського населення, міграційні процеси.

Диверсифікація виробництва дає можливість сільськогосподарським підприємствам, які провадять свою діяльність на конкретній сільській території, збільшувати обсяги випуску продукції, робіт чи послуг на які є попит у споживачів, отримувати доходи.

У організаційно-правових формах сільськогосподарських підприємств поєднання галузей рослинництва і тваринництва вважається правильним тоді, коли раціонально використовуються сільськогосподарські угіддя, виробничі будівлі та споруди, сільськогосподарська техніка, рівномірно протягом року використовується робоча сила, забезпечуються заплановані обсяги надходження власної продукції, та грошових коштів протягом року [1, с. 219].

В Україні розроблена Концепція Державної цільової програми розвитку земельних відносин до 2020 р., яка включає цілі та основні завдання щодо розв'язання екологічних та соціальних проблем села. Мета даної концепції спрямована на удосконалення земельних відносин та створення сприятливих умов для сталого розвитку землекористування міських і сільських територій, розвитку високоефективного конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва, збереження природних цінностей агроландшафтів [2].

Крім цього підприємства повинні зводити до мінімуму викиди шкідливих речовин та відходів у навколишнє середовище, сприяти виробництву екологічно чистих продуктів, використання рекреаційних ресурсів та сприяти відновленню (рекультивациі) земель.

На думку М. В. Газуди велике значення сільськогосподарські підприємства повинні приділяти відтворенню ґрунтової родючості, в цьому важливу роль повинно відігравати ґрунтозахисні технології, які поліпшують якість та підвищують врожайність сільськогосподарських культур та використання нетрадиційних органічних добрив [3, с. 122].

Основними функціями, які виконують організаційно-правові форми на даній сільській території є: новаторська, забезпечує здійснення технічних, організаційних, управлінських, маркетингових ідей, створення нових товарів та надання послуг; організаційна, впровадження нових форм і методів організації виробництва, форм заробітної плати; господарська, ефективне використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних, інформаційних ресурсів; соціальна, виготовлення товарів і надання послуг, необхідних суспільству; особистісна, самореалізація мети підприємця, отримання ним задоволення від роботи [4, с. 723].

Новостворені агроформування дають можливість селянам, як власникам земельних часток і майнових паїв, визначатися як у подальшому здійснювати свою діяльність. Вони одержали відповідно до законодавства право: самим вести господарську діяльність на власній землі і майні; засновувати власне підприємство або були у числі інших засновників різних організаційно-правових структур; передавати землю та майно в оренду іншим агроформуванням; продавати майно та відчужувати відповідно до законодавства землю.

Отже, вирішення соціальних проблем на сільських територіях виступає найважливішим завданням аграрної політики, яка спрямована на досягнення успішних результатів у розвитку організаційно-правових форм сільськогосподарських підприємств та підвищення на цій основі життєвого рівня населення даної території.

Список використаних джерел

1. Азізов С. П., Канінський П. К., Скупий В. М. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах: підручник / за ред. проф. С. П. Азізова. Київ: ІАЕ, 2001. 834 с.
2. Концепція Державної цільової програми розвитку земельних відносин до 2020 р. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 743-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/743-2009-p>.
3. Газуда М. В. Ефективність використання відновлюваних природних ресурсів у сільському господарстві: теорія, методологія, практика: монографія. Ужгород: ФОП Береза А.Е., 2014. 418 с.
4. Економічна енциклопедія: У 3 т. Київ: Академія, 2001. Т. 2. 848 с.

Шевчук Олена

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Таврійський державний агротехнологічний університет
м. Мелітополь
Україна

ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕЛІТОПОЛЬСЬКОГО РАЙОНУ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРИНЦИПІВ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В наш час економічне зростання регіонів повинне служити фундаментом підвищення рівня та якості життя громадян, створення матеріальної бази для стійкого розвитку суспільства, а також гарантією рівноправної участі нашої держави в господарських процесах наряду із розвинутими країнами [1]. На жаль, виходячи з аналізу основних проблем, виникаючих при розробці стратегій економічного розвитку регіонів України, можна зробити висновок, що значима роль маркетингового менеджменту не зовсім усвідомлюється. Маркетингова стратегія дозволяє сформулювати унікальні властивості регіону, що набувають вартість та корисність, та забезпечити соціально-економічний розвиток регіону у відповідності з пріоритетами його розвитку. Крім того, вона дає можливість максимально ефективно включити населення в розвиток виробництва, управління. В ситуації, що склалася в Україні, керівники різних управляючих структур стикаються з проблемами функціонування економічних суб'єктів в умовах жорсткої конкуренції. Якщо приватні організації вже змогли адаптуватися до сучасних умов, то керівники територіальних утворень тільки на початку цього шляху. Тому питанням управління територіальним розвитком та впровадженням в практику методів, що сприяють динамічному