

перетворився у специфічне економічне явище, як виняткова функція, націлена на реалізацію товару, в певну управлінську структуру, через яку здійснюється дана функція, особливу дисципліну економічної науки, що вивчає комерційну діяльність і її закономірності, самостійну галузь сфери послуг, представлену дослідними та консультаційними організаціями.

Ефективне функціонування великих систем маркетингу вимагає створення багаторівневої ієрархії, розробки раціональних механізмів побудови і узгодження управлінських рішень. Управління великими системами маркетингу забезпечує певні переваги при реалізації основних цілей маркетингової системи, але в той же час створює значні труднощі в організації процесу управління і узгодження приватних рішень. У цьому сенсі виникає проблема побудови раціональної ієрархії великої маркетингової системи, якщо ґрунтуватися на розробці і дослідженні математичних моделей поведінки маркетингових великих систем. Це зажадає класифікації рішень за рівнями ієрархії і систем маркетингу, введення узагальнюючих метрик-показників, обліку міжсистемних і міжгалузевих вертикальних і горизонтальних зв'язків. Особливо необхідно звернути увагу на те, що управління маркетинговими системами – це в першу чергу управління людьми, їх колективами, які здійснюють процес просування товарів і послуг споживачеві. І тут не слід забувати про можливість дублювання функцій управління по горизонталі і по вертикалі. Це особливо важливо для модернізації існуючих систем маркетингу, коли не слід розробляти нову, ідеальну ієрархію управління, а на основі діючої провести роботу по її вдосконаленню.

Сьогодні маркетингу відводиться важлива роль у формуванні стратегії розвитку підприємства, однак при цьому не слід забувати і про аналіз власних ресурсів підприємства, його можливостей і недоліків. У нинішній ситуації на підприємствах практично немає аналітичної служби, яка відповідала б за регулярне проведення самоаналізу діяльності підприємства. Спроби маркетингових служб підприємств формувати стратегічні рішення, наприклад – за асортиментом нових товарів, сприймаються усіма іншими службами підприємства дуже болісно, хоча на словах демонструється розуміння того, що служба маркетингу повинна виступати в ролі замовника для інших служб підприємства.

Отже, безсумнівно, системне уявлення маркетингової діяльності потребує вдосконалення концепції, інструментарію вимірювання та оцінки результатів маркетингу, які протягом тривалого часу продовжували залишатися у фокусі уваги дослідників і практиків. Вирішення цих проблем сприятиме формуванню теорії і практики сучасного маркетингу.

Микола Кісіль

ННЦ “Інститут аграрної економіки”, м. Київ

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ: СТАН І ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Сприяння і підтримка інвестицій на розвиток сільського господарства є одним із найважливіших завдань аграрної політики усіх розвинених країн світу. Дослідження автора свідчать, що між успішним розвитком країни та інвестиціями у сільське господарство існує тісний взаємозв'язок. Чим більш сприятлива для розвитку сільського господарства політика держави, тим кращі характеристики її економічного і соціального розвитку. Виробництво сільськогосподарської продукції забезпечує не лише доходи і харчування населення, а й майже усі галузі економіки сировиною та попитом на послуги. Одна гривня інвестицій, вкладений у сільське господарство, викликає мультиплікативний ефект у економіці в розмірі не менше 10 грн.

Сприяння та підтримка інвестицій у сільське господарство для України теж є стратегічним шляхом для зміцнення і розбудови держави. Проте зазначене завдання поки що не вирішується належним чином, про що свідчить порівняння показників підтримки сільськогосподарського виробника в Україні та по Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) (таблиця).

Таблиця 1

**Порівняння сільськогосподарської політики
по захисту товаровиробника в Україні і ОЕСР у 1995–2014 роках***

Рік	Підтримка виробника у відсотках до валової виручки сільського господарства			Загальна сума підтримки в Україні, млн дол. США	Загальне співвідношення захисту виробника		
	Україна	ОЕСР	Відхилення від ОЕСР, відсоткових пунктів (+,-)		Україна	ОЕСР	Відхилення від ОЕСР, відсоткових пунктів (+,-)
1995	-22,2	31,1	-53,5	-2937	0,747	1,341	-0,594
1996	-14,3	29,6	-43,9	-1960	0,803	1,298	-0,495
1997	9,7	28,1	-18,4	1390	1,097	1,273	-0,176
1998	5,4	32,0	-26,6	563	1,038	1,350	-0,312
1998	1,7	35,0	-33,3	144	0,925	1,409	-0,484
2000	0,4	32,1	-31,7	37	0,962	1,333	-0,371
2001	6,0	28,6	-22,6	652	1,016	1,259	-0,243
2002	-0,1	30,3	-30,4	-9	0,932	1,280	-0,348
2003	0	28,9	-28,9	1	0,951	1,260	-0,309
2004	2,7	29,1	-26,4	45	0,962	1,261	-0,299
2005	10,9	27,4	-16,5	2085	1,069	1,228	-0,159
2006	10,9	25,3	-14,4	2375	1,059	1,185	-0,126
2007	3,1	20,6	-17,5	822	0,959	1,131	-0,172
2008	2,2	30,3	-28,1	774	0,955	1,116	-0,161
2009	7,3	21,6	-14,3	1758	1,046	1,129	-0,083
2010	6,5	19,6	-13,1	2035	1,011	1,115	-0,104
2011	-1,9	18,2	-20,1	-745	0,913	1,096	-0,183
2012	1,5	18,4	-16,9	560	0,936	1,109	-0,173
2013	-3,2	18,0	-21,2	-1396	0,902	1,104	-0,202
2014	-8,2	17,3	-25,5	-2885	0,865	1,095	-0,230

*Розрахункові показники таблиці визначені на основі даних ОЕСР

У 2015 році показники підтримки сільськогосподарського виробника покращилися, проте їх значення теж були негативними.

Порівняно з країнами ОЕСР в Україні сформувалися не лише найгірші умови підтримки сільськогосподарського виробника, а й такі, які по багатьох роках загалом мали негативний прояв. Це негативно позначається на інвестиційних можливостях агровиробників. Економічні відносини в сільському господарстві та механізми його підтримки не забезпечують належних умов інвестиційного розвитку, конкурентоспроможності національних агровиробників, а також земельних і майнових відносин. Хоча за останні роки експорт сільськогосподарської продукції зростає, це досяглося за рахунок порівняно низьких експортних цін і перекладання зернотрейдерами цінової різниці на дрібного і середнього сільськогосподарського виробника. Виживання національного агровиробника нині забезпечується, головним чином, за рахунок високого рівня його спеціалізації на виробництві експортоорієнтованих видів продукції, низьких витрат на оренду землі й майна та на оплату праці. Оскільки експортні можливості українського малого агробізнесу незначні, проблема його підтримки стоїть дуже гостро.

Для національних умов важливо використовувати світовий досвід державної підтримки сільського господарства.

Формування належної інвестиційної політики держави слід здійснювати шляхом застосування усіх можливих механізмів сприяння і підтримки виробників, з яких найважливішим є кредитний.

З метою активізації інвестиційної діяльності в аграрному секторі економіки, підвищення

його інвестиційної привабливості та залучення інвестицій у період до 2025 року слід здійснити комплекс заходів щодо:

- створення сприятливого інвестиційного клімату в державі шляхом формування стабільного і прозорого законодавства, подолання корупції і розвитку ринкових інститутів;

- удосконалення інвестиційної політики держави з метою повного забезпечення інвестиційних потреб підприємств і організацій бюджетної сфери, стимулювання інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання за рахунок власних і позикових коштів та сприяння залученню зовнішніх інвестицій;

- стимулювання та підтримки інвестицій у техніко-технологічне переоснащення і модернізацію матеріально-технічної бази аграрного виробництва, реалізацію інноваційних проектів і завершення формування його інноваційної інфраструктури;

- забезпечення інвестиційної підтримки розвитку малого та середнього агробізнесу, фермерських та особистих селянських господарств шляхом надання кредитної підтримки та інвестиційних субсидій, додаткових фінансових преференцій депресивним регіонам та молодим фермерам;

- удосконалення механізмів державної інвестиційної підтримки проектів сільськогосподарських товаровиробників з придбання ними нової техніки, племінних тварин і будівництва тваринницьких комплексів та ферм;

- сприяння реалізації інвестиційних проектів із створення племінних тваринницьких ферм, закладки багаторічних насаджень, розвитку сортовипробувальних, сортодослідних, навчальних і наукових закладів та установ;

- розробки та реалізації пілотних інвестиційних проектів у тваринництві для малих та середніх товаровиробників, зокрема зі створення міні ферм з виробництва молока та м'яса свиней;

- створення мережі цехів і пунктів для забою тварин з господарств населення, які б відповідали вимогам європейського і національного законодавства;

- активізації організаційних та інших заходів із залучення іноземних інвестиційних ресурсів та усунення перешкод в діяльності іноземних інвесторів у сільському господарстві з дотриманням національних інтересів;

- сприяння процесу створення на безлюдних сільських територіях відокремлених фермерських садиб та їх автономного ресурсного забезпечення;

- надання депресивним сільським регіонам статусу територій пріоритетного розвитку, що згідно із законодавством передбачає пільги інвесторам;

- здійснення заходів з отримання коштів міжнародної допомоги та компенсацій з боку винних сторін і використання цих коштів на підтримку реалізації інвестиційних проектів у сільському господарстві Донбасу та інших регіонів, постраждалих від військових подій;

- сприяння створенню й функціонуванню виробничих і обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів та суб'єктів малого підприємництва на селі, організованих на базі самофінансування;

- забезпечення пріоритетного фінансування інноваційно-інвестиційних проектів у сільському господарстві на засадах державно-приватного партнерства, формування цільових інвестиційних програм щодо впровадження інноваційних технологій виробництва, створення кластерних формувань;

- сприяння реалізації інвестиційних проектів у виробництві сертифікованої органічної сільськогосподарської продукції і продовольства;

- посилення ролі фінансового лізингу з метою забезпечення агробізнесу технічними засобами та племінною худобою.

Слід зазначити, що іноземні інвестори і представники великого агробізнесу постійно звертають увагу на необхідності відміни мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення. Основним їх аргументом є збільшення обсягів залучення інвестицій через застава земельних ділянок. Немає сумніву, що повноцінний ринок цих земель у державі потрібний. Однак говорити про його відсутність в Україні

неправомірно, оскільки він вже набув широкого поширення через механізм оренди земель сільськогосподарського призначення. І немає підстав вважати, що цей механізм є неефективним. Нині абсолютна більшість земель сільськогосподарського використання використовується ефективно. Тому слід вести мову про розвиток усіх складових цього ринку, зокрема щодо можливості власників земельних ділянок сільськогосподарського призначення реалізовувати свої права на розпорядження ними на користь інших громадян. Для інвесторів важливо, щоб суб'єкти господарювання мали право тривалого володіння і користування землею, яке в орендних відносинах повністю забезпечується. А громадяни України, окрім того, матимуть право розпорядження земельними ділянками. У разі купівлі-продажу земельних ділянок, які зазвичай мають значну цінність, інвестиційні ресурси громадян будуть відволікатися на придбання житла, ліків, послуг та інших споживчих потреб колишніх землевласників або членів їх родин. В умовах кризи в державі, масового збіднення сільського населення та недостатнього рівня захисту їх прав слід не створювати умови для інвестицій іноземних і національних компаній у "захоплення земель". Ці вкладення капіталу теж відволікаються з реального агросектору і не є чинниками розвитку сільського господарства. Введення операцій з відчуження земельних ділянок не призведе до значної активізації інвестиційної діяльності в сільському господарстві, основні чинники якої інші, хоча буде мати позитивні наслідки в економіці та соціумі, оскільки прискориться рух економічної вартості. Нині важливим чинником інвестування виробництва продукції сільського господарства є високий рівень його інвестиційної привабливості.

Леся Кондрюк, Сидорак Надія

Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець – Подільський

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В АГРАРНИХ ФОРМУВАННЯХ УКРАЇНИ

Незважаючи на значні досягнення у питаннях термінології єдиної думки у визначенні поняття «основні засоби» не досягнуто.

Провівши аналіз наукової літератури, можна сказати, що більшість під «основними засобами» розуміють матеріальні активи підприємства. Багато авторів зазначають, що вони є засобами праці які використовуються у виробництві протягом тривалого часу.

Поширеною є думка, що основні засоби – це матеріальні активи, що використовуються лише у виробничому процесі, одже більш ні на що вони впливу не мають, оскільки основні засоби використовуються підприємством у всій його господарській діяльності. Усі джерела вказують на те, що основні засоби мають використовуватися тривалий час. В податковому законодавстві основні засоби мають вартісну межу, що становить 6000 грн., [1] а в бухгалтерському обліку вартісну межу підприємство встановлює власноруч і зазначає її в обліковій політиці підприємства.

На нашу думку найкраще для потреб бухгалтерського обліку підходить визначення основних засобів подане в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: «Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних або соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік)» [2] .

Єдиної думки не досягнуто у визначенні поняття «залишкова вартість». Відповідно до п. 14.1.9 Податкового кодексу затвердженого Законом України № 2755-VI від 02.12.2010 року подається визначення залишкової вартості основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів як: «сума залишкової вартості таких засобів та активів, яка визначається як різниця між первісною вартістю і сумою розрахованої амортизації» [1].