

- підвищення загального рівня податкової культури платників податків та зборів, морально-етичного рівня персоналу фіскальних відомств та ступеня довіри платників податків до механізму перерозподілу податкових потоків у межах єдиного державного фінансового механізму господарювання.

Література:

1. Зайцев Ю.О. Податковий потенціал Харківської області та його роль у забезпеченні сталого розвитку економіки регіону: *Національні і світові тенденції розвитку обліку, оподаткування та контролю*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Одеса, 21 травня 2020р.). Одеса: ОДАУ. С. 86-89.

2. Звіт про виконання Плану роботи Головного управління ДПС в Одеській області за 2020 рік. URL: <https://od.tax.gov.ua>.

3. Звіт про виконання Плану діяльності Державної податкової служби України за 2020 рік. URL: <https://tax.gov.ua>.

УДК: 504:006.88:338.432

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

Левіна-Костюк М.О.

*к.е.н., асистент кафедри менеджменту
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна*

Анотація. В статті проаналізовано сучасний розвиток ринку екологічно безпечного виробництва в Україні. Запропоновано перспективи розвитку екологічно безпечного виробництва продукції агропродовольчої сфери.

Ключові слова: екологічно безпечне виробництво, агропродовольча сфера, органічне агровиробництво, якість, екологічно чиста продукція.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку виробництва продукції аграрної сфери економіки значною мірою вимагає стратегічно орієнтованого плану організації виробництва та реалізації екологічно безпечних продуктів харчування. Екологічні проблеми досягли глобального масштабу, що стало підґрунтям для швидкого росту виробництва екологічно безпечних та органічних продуктів в світі та в Україні.

Аналіз останніх досліджень. Науковою базою для виробництва такої продукції стали праці багатьох науковців: Р. Барра, І.К. Бистрякова, З.В. Герасимчука, К. Дойча, Г. Дейлі, У. Дженкса, А.Б. Качинського, Д. Медоуза, А.О. Олесика, Дж. Форреста. Теоретичні та практичні здобутки дослідників сформували загальну базу для організації виробництва та реалізації екологічно безпечних продуктів, проте перспективи розвитку такого виробництва вітчизняними товаровиробниками потребують подальшого дослідження та вдосконалення.

Метою статті є обґрунтування перспектив розвитку екологічно безпечного виробництва продукції агропродовольчої сфери.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи розвиток органічного виробництва в Україні, виявлено, що країна має потужний потенціал для власного виробництва екологічно безпечних продуктів агропродовольчої сфери, їх внутрішнього споживання та експорту [1].

Виділяючи окремо експорт органічної продукції, виявлено, що у 2019 році він склав 156 млн. Євро, що є у 3 рази більше ніж у 2013 р. (48 млн. Євро).[2] Такі перспективи знайшли відображення на державному рівні в постанові 179 КМУ (від 3 березня 2021р.), що затверджує Національну економічну стратегію на період до 2030 року [3].

Цей документ виділяє основні стратегії розвитку діяльності підприємств на майбутні 9 років, при цьому для аграрних підприємств перспективним є напрямок саме екологічно безпечного виробництва (рис. 1).

Впровадження визначених стратегічних напрямків можливе завдяки підвищенню поінформованості товаровиробників аграрної сфери щодо привабливості та перспективності виробництва екологічно безпечних та органічних продуктів харчування для споживачів вітчизняного ринку та на експорт.

Підґрунтям для цього повинно бути заохочення Урядом розвитку такого виробництва в Україні. Особливої уваги потребують питання захисту навколишнього природного середовища та тваринного світу; «кліматично-орієнтованого» виробництва продукції сільського господарства, з мінімізацією викидів парникових газів; сприяння розширенню методів, що застосовуються в органічному землеробстві; використання новітніх біотехнологій; управління використанням природних ресурсів, що передбачає не тільки їх витрати, а й примноження їх біорізноманіття.

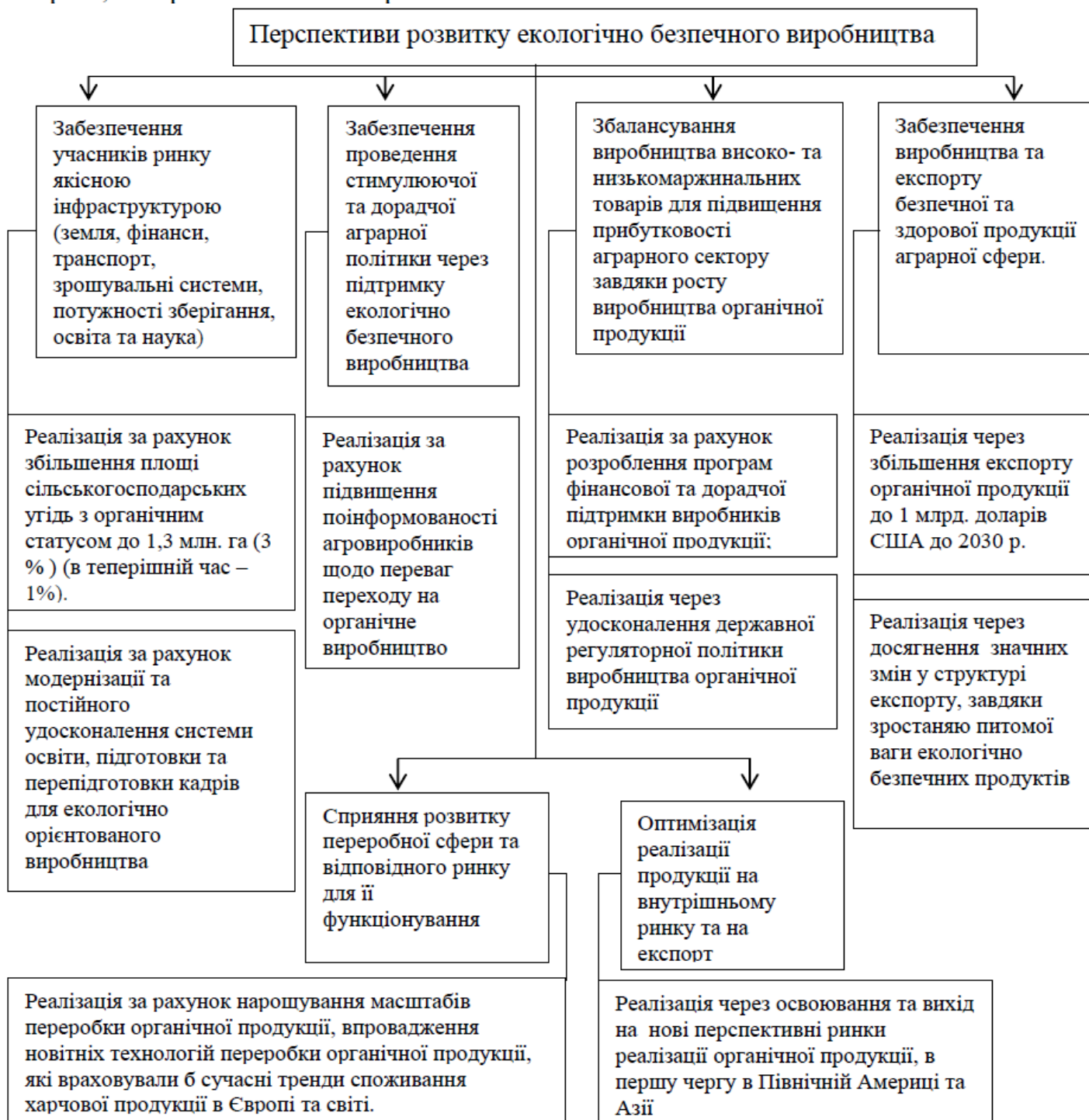


Рис. 1 Стратегічні напрямки розвитку екологічно безпечного виробництва

Розроблено автором на базі джерел [2,3]

Висновки. Перспективи розвитку екологічно безпечного виробництва продукції агропродовольчої сфери в Україні в першу чергу базуються на значній підтримці державою

цього важливого напрямку. Ключовими позиціями в цьому процесі є підвищення рівня обізнаності виробників та їх економічна підтримка у процесі переходу на органічне виробництво. Такі дії забезпечать досягнення поставленого стратегічного плану у визначені строки та сприятливо вплинуть на розвиток іміджу країни як виробника високоякісної продукції з дотриманням світових стандартів.

Література:

1. Левіна-Костюк М. О. Екологічна безпека продуктів агропродовольчої сфери / М. О. Левіна-Костюк, В. С. Негоденко // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. 2017. № 5. С. 66-74.

2. Органік в Україні/ Федерація органічного руху України URL: <http://www.organic.com.ua>

3. Постанова КМУ «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року» від 3.03.2021. №179 // Кабінет Міністрів України URL: <https://ips.ligazakon.net>

УДК 330

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Літницька А.О.

*здобувач освітнього ступеня «Магістр»
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна*

Анотація. У роботі проведено аналіз підходів різних вчених щодо трактування терміну «управління маркетинговою діяльністю». Узагальнено основні принципи та завдання управління маркетинговою діяльністю.

Ключові слова: управління, маркетингова діяльність, принципи, завдання.

Постановка проблеми. Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю визначення комплексного підходу щодо здійснення управління маркетинговою діяльністю, що в свою чергу дозволить визначити та врахувати вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, передбачити потенційні загрози в діяльності підприємства, а також використати можливості для досягнення інтересів суб'єкта господарювання. Враховуючи тенденції розвитку суб'єктів господарювання, що відзначаються зростаючою конкуренцією, необхідним стає вдосконалення діяльності підприємства в цілому, а зокрема його маркетингової складової, що забезпечить збільшити свої конкурентні переваги як на вітчизняному, так і зовнішньому ринках.

Виклад основного матеріалу. Дослідження теоретичних та практичних аспектів управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей розглядалось в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Найвидатнішими дослідниками на світовому рівні можна вважати розробки Левітта Т. та Котлера Ф., на вітчизняній ниві – наукової праці таких видатних вчених як Сахацький М.П., Запша Г.М., Божкова В.В., Старостіна А.О., Костенко О.П.

Метою наукового дослідження є обґрунтування наукових підходів щодо сутності поняття «управління маркетинговою діяльністю підприємства».

На даний час в сучасній науковій літературі не має чіткого єдиного визначення щодо поняття управління маркетинговою діяльністю. Існує велика кількість наукових обґрунтувань щодо того чи іншого визначення про маркетинг та управління ним. Так, за Котлером Ф. поняття управління маркетингом – це процес, котрий складається з аналізу ринкових можливостей, відбору цільового ринку, розробки комплексу маркетингу та реалізація маркетингових заходів в життя [1].

Т. Левітт рішуче виказував свою позицію з точки зору споживача та його інтересів, він вважав, що задачею маркетингу є поставка на ринок такого товару, котрого споживач дійсно потребує. Комерційні зусилля збуту – це зосередженість на потребах продавця, а маркетинг-це зосередженість на потребах споживача. Комерційні зусилля збуту – турбота