

## УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ СТВОРЕННЯ ЦІННОСТІ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

*Грошев С. В. Управління ланцюгами створення цінності в контексті підвищення ефективності використання земельних ресурсів фермерських господарств.*

Одним із стратегічних напрямів земельного менеджменту й підвищення ефективності фермерських господарств є управління фермерськими ланцюгами створення цінності. Метою статті є розробка концептуальних засад управління ланцюгами створення цінності в контексті підвищення ефективності використання земельних ресурсів фермерських господарств. Визначено сутність фермерського ланцюга створення цінності і стратегічного управління ним, показано його функціональність та укрупнена структура. Управління фермерським ланцюгом створення цінності запропоновано за чотирма блоками управлінських рішень, до яких належать удосконалення виробничого процесу, удосконалення спеціалізації, удосконалення продукту, модернізація ланцюга створення вартості. До основних чинників формування ефективності управління фермерським ланцюгом створення цінності віднесено виробництво, товар, систему збуту, розміщення виробництва й інформацію. Для підвищення ефективності фермерського господарювання в умовах переходу на модель smart-спеціалізації обґрунтовано створення національного інформаційного центру (хабу) розвитку фермерства.

**Ключові слова:** ланцюг створення цінності, управління ефективністю, земельні ресурси, фермерське господарство.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Управління ефективністю використання земельних ресурсів фермерських господарств нині здійснюється в ринкових умовах. Тому щоб підвищити ефективність землекористування необхідно сформулювати й реалізувати конкурентні переваги фермерського господарства. Одним із стратегічних напрямів земельного менеджменту та підвищення ефективності фермерських господарств є управління фермерськими ланцюгами створення цінності. Отже, обрана тема дослідження є актуальною, відповідає вимогам сьогодення та мейнстріму економічної науки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню теоретико-методичних засад управління ланцюгами створення цінності присвятили свої праці С. Барієнтос, О. Бородіна, І. Валлерштайн, Дж. Вумак, Дж. Гампфрі, Т. Гопкінс, А. Гуторов, Г. Джерефі, Д. Джонс, Р. Кашлінські, М. Корженівіч, М. Моріс, М. Портер, А. Россі, М. Х'югос. Розвиток фермерських господарств України, ефективність використання ними земельних ресурсів були предметом наукового пошуку В. Збарського, Д. Добряка, М. Кропивка,

М. Лендела, М. Лобаса, М. Маліка, В. Месель-Веселяка, П. Саблука, В. Ткачука, А. Третяка, М. Федорова, О. Шпикуляка, І. Яціва та багатьох інших вчених. Водночас комплексні дослідження управління ланцюгами створення цінності в контексті підвищення ефективності використання земельних ресурсів фермерських господарств в Україні залишаються поза увагою вчених економістів-аграрників.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є розробка концептуальних засад управління ланцюгами створення цінності в контексті підвищення ефективності використання земельних ресурсів фермерських господарств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Базисом формування конкурентних переваг загалом є орієнтація фермерських господарств на потреби споживачів, які необхідно задовольнити краще за конкурентів. У другій половині 1970-х рр. Т. Гопкінс й І. Валлерштайн дослідили зміни в спеціалізації провідних товаровиробників і дійшли висновку, що вони обумовлені капіталізацією, працевзабезпеченістю, інноваціями виробництва, а також динамікою попиту і

пропозиції на галузевих товарних ринках [1]. Для характеристики сукупності господарських операцій, що пов'язані з формуванням запасів матеріальних цінностей, виробництвом кінцевої продукції, яка має споживчу цінність, її зберіганням і збутом вчені запропонували категорію «товарний ланцюг» [1, с. 128]. Узявши цю ідею за основу, відомий учений М. Портер довів, що кожний суб'єкт господарювання є системою пов'язаних функцій з розробки товару, його виробництва, маркетингу, логістики і післяпродажного обслуговування [2, с. 70]. Структурувавши цей набір функцій за стадіями капіталопотоку, М. Портер сформував «ланцюг створення цінності», елементами якого є: постачання сировини, виробничий процес, логістика, маркетинг і збут, а також обслуговування споживачів [2, с. 75–76]. До того ж на створення цінності істотно впливають допоміжні бізнес-процеси, пов'язані з матеріально-технічним забезпеченням, інноваційно-технологічним розвитком, управлінням елементами виробничого і ресурсного потенціалів, інфраструктурою господарства тощо.

Згодом Г. Джерефі визначив основні принципи та форми владних повноважень, які використовуються під час управління ланцюгами створення цінності. При цьому він обґрунтував поділ ланцюгів створення вартості на два види: ті, що управляються виробниками, й ті, на які основний вплив чинять споживачі [3, с. 96–99]. Відтоді на базі цього поділу окремо досліджують «ланцюги попиту» і «ланцюги пропозиції». Дальша логістизація економіки сприяла формуванню так званих «ланцюгів постачання», що складаються з усіх стадій процесу задоволення споживчого попиту, охоплюючи постачальників ресурсів, виробників товарів, перевізників, складську

мережу, ритейлерів і самих споживачів [4, с. 3]. Управління такими ланцюгами – це координація обсягів виробництва й запасів, а також їх розміщення між учасниками ланцюга постачання для досягнення найліпшого сполучення оперативності й ефективності обслуговування ринку [4, с. 4].

Вважаємо, що управління ланцюгами створення вартості нині є одним із стратегічно важливих організаційно-економічних механізмів підвищення ефективності фермерського господарювання, використання ним земельних ресурсів. Своєю чергою, під фермерським ланцюгом створення цінності ми розуміємо сукупність взаємопов'язаних фаз виробничо-збутового процесу, що має на меті підвищення ефективності діяльності фермерського господарства через максимізацію економічного ефекту від господарської діяльності на цільовому товарному ринку. При цьому управління фермерським ланцюгом створення цінності являє собою планомірний процес організації, мотивації й координації виробничо-господарської діяльності на всіх ланках ланцюга, постійного контролю за раціональним і екологічнобезпечним використанням ресурсів, виробництвом продукції високої якості та збуту її в задані строки для підвищення конкурентоспроможності господарства на ринку й максимального задоволення споживчого платоспроможного попиту кінцевих споживачів.

Зважаючи на вищевикладене, функціональність фермерського ланцюга створення цінності включає позиціонування фермерського господарства і його продукції на аграрному ринку, ресурсозабезпеченість і виробництво, унікальність створених благ і набір управлінських компетентностей фермера як основного менеджера (рис. 1).

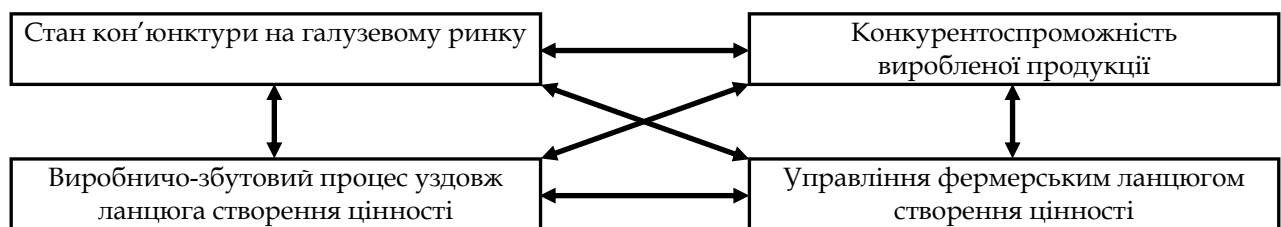


Рис. 1. Функціональність фермерського ланцюга створення цінності

Джерело: розроблено автором

Так, визначальним функціональним елементом фермерського ланцюга створення цінності є кон'юнктура на галузевому товарному ринку, яка охоплює динаміку

попиту і пропозиції на аграрному ринку, вхідні бар'єри на ринок, життєвий цикл нішевої сільськогосподарської продукції, вартість матеріально-технічних, трудових і

земельних ресурсів, наявність інноваційних агротехнологій для малих сільгосптоваровиробників, політику державної підтримки фермерських господарств, систему оподаткування малого і середнього бізнесу на селі, рівень інтеграції зі світовими ринками тощо. У кінцевому підсумку це формує граничні виробничі витрати фермерського господарства, за яких виробництво є доцільним і ефективнішим за інвестування в інші види економічної діяльності чи банківський депозит. До того ж, аналіз ринкової кон'юнктури має дати відповіді на питання: «що виробляти?», «в якій кількості?» і «для кого виробляти?».

Виробничо-збутовий процес характеризує рівень розвитку техніко-економічних відносин на рівні конкретного фермерського господарства уздовж усього фермерського ланцюга створення цінності. Тут ключовим аспектом є пошук оптимального сполучення і використання ресурсів з метою мінімізації витрат, виходячи із запитів ринку.

Конкурентоспроможність виробленої продукції як функція фермерського ланцюга створення цінності розглядається з двох боків. У першому випадку вона носить аналітичний характер, щоб мати достовірну оцінку порівняльних переваг фермерського

господарства на певному аграрному ринку або його сегменті чи ніші. У другому випадку мається на увазі необхідність створення товару з якимись умовно унікальними характеристиками для того, щоб зайняти ринкову нішу й забезпечити тим самим конкурентні переваги господарству в перспективі. Очевидно, що важливим елементом конкурентоспроможності виступають стрижневі компетентності фермерського господарства, здатність продукувати інновації.

Управління фермерським ланцюгом створення цінності тісно пов'язане з підприємницьким хистом, який нині вважають стратегічним ресурсом. Його метою є ефективний менеджмент на кожній ланці фермерського ланцюга створення цінності для отримання в кінцевому підсумку максимального синергетичного ефекту.

Зважаючи на велику кількість бізнес-процесів, що зумовлені спеціалізацією фермерського господарства, його розмірами й організацією виробництва, представимо фермерський ланцюг створення цінності як послідовність основних стадій створення споживчої вартості сільськогосподарської продукції (рис. 2).

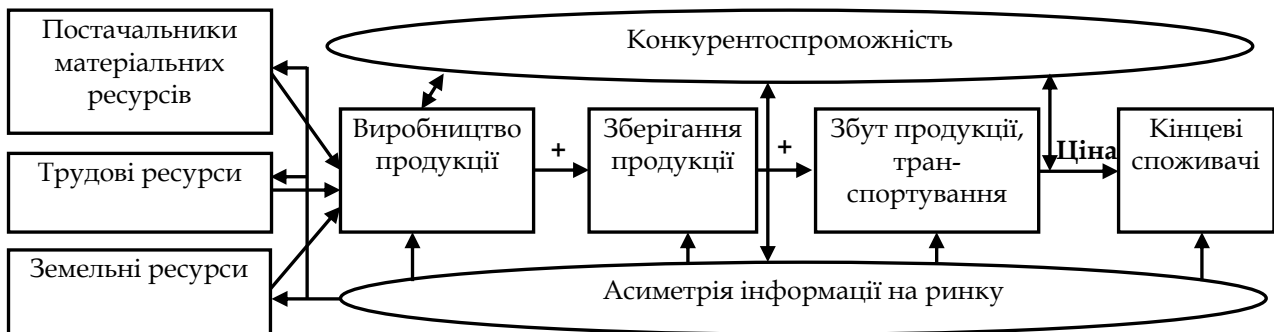


Рис. 2. Структура фермерського ланцюга створення цінності

Джерело: розроблено автором

Як видно з рис. 2, композиція фермерського ланцюга створення цінності загалом відповідає калькуляції собівартості сільськогосподарської продукції, визначення її ціни за методом «витрати плюс». Істотний вплив на ухвалення управлінських рішень на всій довжині фермерського ланцюга створення цінності чинить асиметрія інформації на ринку про постачальників ресурсів, логістичні й ретейлерські компанії, а також саме фермерське господарство серед цільової аудиторії споживачів. Конкурентоспроможність при цьому формується на стадії пошуку ефективних

матеріально-технічних постачальників, підбору кадрів, вибору орендодавців, виробництва якісної продукції та її збуту за прийнятною для споживачів і фермера ціною. Водночас значна кількість проблем виникає через недобросовісних контрагентів, їхню опортуністичну поведінку, тиск з боку конкурентів, владних структур і споживачів.

Основні чинники формування ефективності управління фермерським ланцюгом створення цінності наведені на рис. 3. Першим у системі чинників є модуль «виробництво». Він покликаний дати чіткі

відповіді щодо того, яку продукцію потрібно виробляти, як і коли. Іншими словами, йдеться про обґрунтований вибір напряму smart-спеціалізації фермерських господарств в системі ефективного земельного і ресурсного менеджменту. Система управлінських рішень при цьому повинна базуватися на балансі забезпечення

максимальної ефективності або чутливості виробництва до змін ринкової кон'юнктури. У першому випадку виробництво має бути більш гнучким, відтак менше спеціалізованим. У другому – спеціалізація буде вузькою з максимально повним завантаженням виробничих потужностей господарства.



Рис. 3. Чинники формування ефективності управління фермерським ланцюгом створення цінності

Джерело: розроблено автором

Фокусування на товарі необхідне для визначення оптимальних обсягів виробництва, виходячи із ринкового попиту з урахуванням сезонності. Двосторонній зв'язок із виробництвом показує на взаємозалежність цих чинників від рівня і обраного напряму smart-спеціалізації фермерського господарства, обумовлюючи широкую або вузьку номенклатуру виробництва і динаміку рівня запасів готової продукції.

Модуль «збут» поєднує в собі як внутрішньогосподарську систему зберігання й транспортування, так і логістичні послуги сторонніх організацій. Зважаючи на малі розміри переважної більшості фермерських господарств, а також особливості сільськогосподарської продукції як товару, часті поставки за гнучким графіком не можливі, а їх час, за великим рахунком, практично збігається з часом збирання врожаю. Своєю чергою це де-факто унеможливає застосування логістичних моделей оптимізації збуту й управління запасами.

Можливості для ефективного виробництва й збуту готової продукції в сільському господарстві значною мірою обумовлені розміщенням виробництва, віддаленістю від кінцевих споживачів. Водночас, як це видно з особливостей організації збуту, реалізація готової продукції здійснюється сезонно, переважно на умовах «франко-ферма», без створення спеціальних торгових представництв і магазинів. Однак, на нашу думку, smart-спеціалізація дає змогу фермерам, які зайняли вузькі ринкові ніші, організувати збут продукції, користуючись послугами транспортних і поштових перевізників, використовуючи всі переваги прямого B2C-маркетингу і електронної комерції в мережі

інтернет [5]. Прикладом такої інноваційної продукції є виробництво солодоців із зеленої гречки під торговою маркою «HrechkaSweets», що організувала О. Мартим'янова в м. Суми [6]. Асортимент продукції сформований з цукерок, грильяжу, трюфельів, мармеладу й шоколаду із додаванням меду, гарбузового насіння й насіння льону. Оскільки виробництво здійснюється вручну, то його обсяги не значні – близько 800–1000 цукерок на добу. За станом на кінець 2018 р. роздрібна ціна однієї коробки солодоців (16 штук) становить 150,00 грн. Продаж здійснюють в роздріб в одній із кав'ярень у м. Суми або з доставкою в будь-яке інше місто «Новою поштою» чи іншим перевізником за рахунок клієнта. Замовлення приймають через соціальні мережі або телефоном, тим самим застосовуючи прямий сітєвий маркетинг.

У ринкових умовах чи не основну роль під час формування ефективності управління фермерським ланцюгом створення цінності відіграє інформація [7], що має відповідати таким основним вимогам: об'єктивність, релевантність, достовірність, повнота, доступність, точність, корисність і актуальність. Для забезпечення ефективності збір і поширення інформації має здійснюватися вчасно, а її вартість – знижуватися по мірі зростання інших витрат.

На нашу думку, для підвищення ефективності фермерського господарювання в умовах переходу на модель smart-спеціалізації нагальною потребою є створення в Україні інформаційного центру на базі мегакластера УНТП «Агропродовольча» і Національної академії аграрних наук України. Його метою має бути збір і вільний обмін інформацією про smart-

спеціалізовані фермерські господарства, стан ринкової кон'юнктури, інноваційні й екологічнобезпечні агротехнології тощо. До того ж на базі такого інформаційного центру доцільно розмістити систему електронних замовлень на продукцію фермерських господарств, створити електронну площадку для

пошуку контрагентів усім зацікавленим особам, інтегрувавши хаб до міжнародної інформаційної мережі із застосуванням хмарних технологій для сприяння інтернаціоналізації фермерського виробництва (рис. 4).

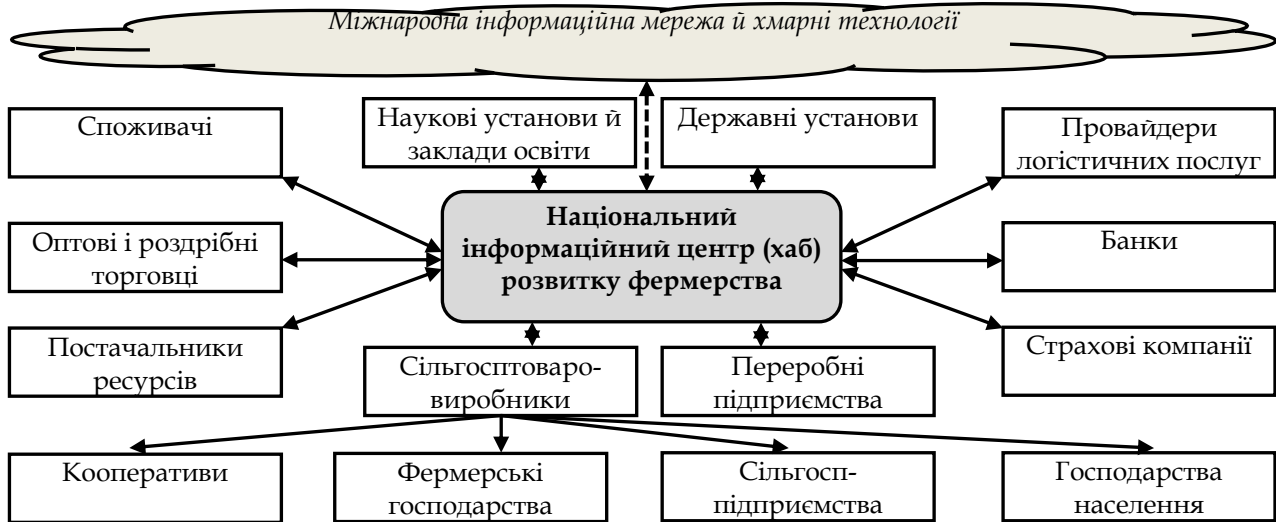


Рис. 4. Концептуальна модель національного інформаційного центру (хабу) розвитку фермерства

Джерело: розроблено автором

Створення національного інформаційного центру (хабу) розвитку фермерства в Україні дасть змогу також розв'язати такі задачі: обґрунтування стратегічного напрямку розвитку конкурентного фермерського господарства, придбання необхідних ресурсів й інноваційних технологій, впровадження системи раціонального й екологічнобезпечного землекористування та біоетичного утримання тварин, забезпечення розвитку електронної торгівлі сільськогосподарською й наукомісткою продукцією, моніторинг аграрних ринків на предмет виявлення вільних ринкових ніш, забезпечення співпраці фермерів з фінансовими установами для спрощення отримання ними кредитів, інтеграція фермерського сектора до міжнародних ринків аграрної продукції тощо. Крім цього, інформаційний хаб сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва в Україні, забезпеченню прозорості під час вибору контрагентів, укладення договорів оренди земельних часток (паїв), створюючи умови для відбору найбільш ефективних і сумлінних землекористувачів, зниження мотивів для опортуністичної поведінки з боку всіх учасників на фермерському ланцюгу створення цінності.

Для забезпечення ефективної роботи національного інформаційного центру (хабу) розвитку фермерства необхідно дотримуватися таких основних принципів: забезпечення прозорості, чесності й етики ведення бізнесу; захисту досконалої економічної конкуренції; пріоритетності забезпечення високої якості й безпеки праці серед інших виробничих завдань; свободи й демократичності під час ухвалення фермерами своїх управлінських рішень; постійного удосконалення механізмів управління фермерським ланцюгом створення цінності; адаптивності й гнучкості відповідно до мінливих умови зовнішнього середовища; лояльності до нових інноваційних рішень конкурентів; гарантування екологічної безпеки господарювання; незавдання шкоди сільським територіям; збереження родючості ґрунтів.

На думку С. Баріентоса, Г. Джерефі і А. Россі визначальним чинником підвищення ефективності управління ланцюгом створення цінності є його соціально-економічна модернізація. Під нею вчені розуміють рух уздовж ланцюга до видів економічної діяльності з вищою нормою додаткової вартості, що здійснюють шляхом удосконалення технологій, знань і навичок господарювання, підвищення

прибутковості або інших вигід [8, с. 323]. Тому основою для ухвалення управлінських рішень є динаміка приросту валової доданої вартості, капіталоінтенсивності й працеінтенсивності виробництва. За цією методологією науковці розподілили всі роботи в ланцюгу створення цінності на низькокваліфіковану високоінтенсивну працю, середньокваліфіковану працю в умовах різної капіталоінтенсивності й технологій виробництва, висококваліфіковану працю й технологічно-інтенсивне виробництво та працю й виробництво,

основані на високій інтенсивності використання знань.

Загалом у фермерських господарствах України за 2000–2017 рр. рівень працевезбезпеченості сільгоспвиробництва знизився на 36,4 % переважно за рахунок росту інтенсифікації та енергоозброєності праці. Своєю чергою це призвело до скорочення середньорічної кількості низько- і середньокваліфікованих найманих працівників зі збереженням частки висококваліфікованого персоналу (табл. 1).

Таблиця 1

**Розподіл середньорічної кількості працівників фермерських господарств України за типологією робіт уздовж фермерського ланцюга створення цінності, з розрахунку на 1000 га сільгоспугідь, осіб**

| Тип робіт   | Роки      |           |           |           |           |           |           |           |           |  |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
|   | 2000      | 2005      | 2010      | 2012      | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      |  |
| Низькокваліфікована високо-інтенсивна праця   | 17        | 19        | 12        | 12        | 12        | 11        | 12        | 12        | 11        |  |
| Середньокваліфікована праця в умовах різної капітало-інтенсивності й технологій виробництва | 8         | 9         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         |  |
| Висококваліфікована праця й технологічно-інтенсивне виробництво                             | 4         | 5         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         | 3         |  |
| Праця й виробництво, основані на високій інтенсивності використання знань                   | 3         | 4         | 2         | 2         | 2         | 2         | 2         | 2         | 2         |  |
| <b>Середньорічна кількість працівників, усього</b>  | <b>33</b> | <b>36</b> | <b>23</b> | <b>23</b> | <b>22</b> | <b>21</b> | <b>22</b> | <b>22</b> | <b>21</b> |  |

*Примітка.* У 2014–2017 рр. – без урахування тимчасово окупованих територій і зони проведення антитерористичної операції.

*Джерело:* розраховано автором за даними Держстату України.

Управління фермерським ланцюгом створення цінності, згідно з вищезазначеною концепцією, передбачає чотири блоки управлінських рішень: удосконалення виробничого процесу, удосконалення спеціалізації, удосконалення продукту, модернізація ланцюга створення вартості.

Перший блок передбачає подальшу інтенсифікацію сільськогосподарського виробництва, впровадження цифрових та інших інноваційних технологічних рішень, ноу-хау тощо, що зрештою приведе до зростання капіталоінтенсивності праці й заміни низькокваліфікованого персоналу на більш кваліфіковану робочу силу.

Другий блок пов'язаний з управлінням smart-спеціалізацією, виробництвом тих видів продукції, які є більш ефективними або мають вищу норму додаткової вартості.

Третій блок охоплює продуктові інновації (на кшталт гречаних цукерок «HrechkaSweets») і відкриття нових ринкових ніш. Зважаючи на особливості продукції сільського господарства, нині такі інноваційні рішення майже не доступні фермерам.

Четвертий блок передбачає оптимізацію структури фермерського ланцюга створення цінності, інтеграцію або

мережеву кооперацію окремих його ланок, трансформацію виду економічної діяльності тощо.

**Висновки.** Одним зі стратегічних напрямів підвищення ефективності використання земельних ресурсів фермерських господарств є управління ланцюгами створення цінності, які являють собою сукупність взаємопов'язаних фаз виробничо-збутового процесу. Метою управління при цьому є пошук оптимального сполучення і використання ресурсів для мінімізації витрат, виходячи зі споживчих запитів товарного ринку або його сегменту.

У результаті проведеного дослідження визначено сутність фермерського ланцюга створення цінності і стратегічного управління ним, показана його функціональність та укрупнена структура. Управління фермерським ланцюгом створення цінності вбачається нами за чотирма блоками управлінських рішень, до яких належать удосконалення виробничого процесу, удосконалення спеціалізації, удосконалення продукту, модернізація ланцюга створення вартості. До основних чинників формування ефективності управління фермерським ланцюгом

створення цінності віднесено виробництво, товар, систему збуту, розміщення виробництва й інформацію.

Для підвищення ефективності фермерського господарювання в умовах переходу на модель smart-спеціалізації

запропоновано створення національного інформаційного центру (хабу) розвитку фермерства на базі мегакластера УНТІ «Агропродовольча» і Національної академії аграрних наук України.

#### Література.

1. Hopkins T. K., Wallerstein I. Patterns of Development of the Modern World-System. *Review (Fernand Braudel Center)*. 1977. Vol. 1. No. 2. pp. 111–145.
2. Портер М. Э. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Москва : Альпина Бизнес Букс. 2005. 715 с.
3. Gereffi G., Korzeniewicz M. Commodity Chains and Global Capitalism / ed. by G. Gereffi, M. Korzeniewicz. Westport : Greenwood, 1994. xiv. 334 p.
4. Hugos M. Essentials of Supply Chain Management. Hoboken : Wiley, 2018. xii, 355 p.
5. Грошев С. В. Управління smart-спеціалізацією фермерських господарств як стратегічній напрям підвищення ефективності використання земельних ресурсів. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3. № 2. С. 183–191.
6. Гречані цукерки : унікальне ноу-хау майстрині із Сум URL: [http://naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT\\_ID=4793](http://naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT_ID=4793).
7. Geunes J., Pardalos P. M., Romeijn H. E. Supply Chain Management: Models, Applications, and Research Directions / ed. by J. Geunes, P. M. Pardalos, H. E. Romeijn. New York : Kluwer Academic Publishers, 2002. Viii. 383 p.
8. Barrientos S., Gereffi G., Rossi A. Economic and Social Upgrading in Global Production Networks: A new Paradigm for a Changing World. *International Labour Review*. 2011. Vol. 150. No. 3–4. pp. 319–340.

#### References.

1. Hopkins, T. K. and Wallerstein, I. (1977). Patterns of Development of the Modern World-System. *Review (Fernand Braudel Center)*. Vol. 1. no. 2. pp. 111–145.
2. Porter, M. E. (2005). «Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance». Alpina Biznes Bucs. Moscow. Russia.
3. Gereffi, G., Korzeniewicz, M. (eds.) (1994). *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport : Greenwood. UK.
4. Hugos, M. (2018). *Essentials of Supply Chain Management*. Hoboken : Wiley, p. xii, 355.
5. Groshev, S. V. (2018). «Management Of Farms' Smart Specialization As The Strategic Line For Increasing Efficiency Of Land Resources Using. *Ukrainian Journal of Applied Economics*. Vol. 3. No. 1. pp. 183–191.
6. Buckwheat Candis : A Unique Know-How of a Craftswoman from Sumy. Available at: [http://naas.gov.ua/newsukraine/?element\\_id=4793](http://naas.gov.ua/newsukraine/?element_id=4793).
7. Geunes, J., Pardalos, P. M. and Romeijn H. E. (eds.) (2002). *Supply Chain Management: Models, Applications, and Research Directions*. Kluwer Academic Publishers. New York. USA.
8. Barrientos, S., Gereffi, G. and Rossi, A. (2011). Economic and Social Upgrading in Global Production Networks: A new Paradigm for a Changing World. *International Labour Review*, Vol. 150, No. 3–4, pp. 319–340.

#### Аннотация.

Грошев С. В. Управление цепочками создания ценности в контексте повышения эффективности использования земельных ресурсов фермерских хозяйств.

Одним из стратегических направлений земельного менеджмента и повышения эффективности фермерских хозяйств является управление фермерскими цепочками создания ценности. Целью статьи является разработка концептуальных основ управления цепочками создания ценности в контексте повышения эффективности использования земельных ресурсов фермерских хозяйств. Определена сущность фермерской цепочки создания ценности и стратегического управления ею, показана её функциональность и укрупнённая структура. Управление фермерской цепочкой создания ценности предлагается по четырём блокам управленческих решений, к которым относятся усовершенствование производственного процесса, усовершенствование специализации, усовершенствование продукта, модернизация цепочки создания стоимости. К основным факторам формирования эффективности управления фермерской цепочкой создания ценности отнесены производство, товар, система сбыта, размещение производства и информация. Для повышения эффективности фермерского хозяйствования в условиях перехода на модель smart-специализации обосновано создание национального информационного центра (хаба) развития фермерства.

**Ключевые слова:** цепочка создания ценности, управление эффективностью, земельные ресурсы, фермерское хозяйство.



**Abstract.**

*Groshev S. V. Value chains creation management in the context of increasing efficiency of farms' land resources using.*

One of the strategic lines of land management and increasing efficiency of farms is management of farmer's value chains creation. The goal of research is to develop conceptual bases of value chains creation management in the context of increasing efficiency of farms' land resources using. The essence of a farmer's value chains creation and its strategic management is defined, its functionality and integrated structure are shown. Management of a farmer's value chain creation is proposed on four blocks of administrative decisions, which includes production improvement, specialization improvement, improvement of a product, modernization of a value chain creation. Production, goods, distribution system, production placement and information are referred to major factors of forming the effective management of a farmer's value chain creation. For increasing farm's efficiency in the conditions of transition to the smart specialization model we have proved creation of a national information center (hub) for farms development.

**Key words:** value chain creation, efficiency management, land resources, farm.

Стаття надійшла до редакції 08.09.2018 р.

**Бібліографічний опис статті:**

Грошев С. В. Управління ланцюгами створення цінності в контексті підвищення ефективності використання земельних ресурсів фермерських господарств. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. № 4. С. 76-83.

Groshev S. V. Value chains creation management in the context of increasing efficiency of farms' land resources using. Actual problems of innovative economy. 2018. No. 4, pp. 76-83.

УДК 332.13

МОІСЄЄВА Н. І., кандидат філософських наук, доцент,  
Харківський національний технічний університет сільського  
господарства ім. Петра Василенка  
ДІДЕНКО Д. Ф., здобувач,  
Київський національний університет культури і мистецтв

**ГЕНЕЗИС ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ  
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

*Моїсєєва Н. І., Діденко Д. Ф. Генезис та особливості формування регіонального ринку туристичних послуг.*

В статті розглянуто та систематизовано погляди науковців стосовно виникнення та визначення дефініції «ринок», «ринок туристичних послуг», «регіон». Обґрунтовано поняття «ринок туристичних послуг» з характеристикою регіональних особливостей його формування. Сформовано авторське бачення трактування поняття «регіональний ринок туристичних послуг» як сукупності економічних відносин, які формуються під впливом кон'юнктури ринку для забезпечення купівлі-продажу специфічних туристичних товарів і послуг, на визначеній території з урахуванням регіональної специфіки його функціонування.

**Ключові слова:** ринок, туристичні послуги, регіон, сегментація ринку, регіональні особливості.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** В умовах ринкової системи господарювання будь-яка діяльність побудована на основі збалансування попиту та пропозиції на вироблені товари, виконувані роботи, надані послуги з урахуванням цінової політики. Таке збалансування досягається суворим дотриманням договірних відносин на основі взаємного інтересу та дії об'єктивних економічних законів. Відтак, сучасні трансформаційні перетворення вимагають від українського суспільства створення необхідних умов для повноцінного функціонування цивілізованого ринку продукції, робіт, послуг.

На сучасному етапі однією з провідних є туристична сфера економіки. Сфера

туризму гарантує істотний вклад в економіку країни у наданні нових робочих місць, поповнення державного бюджету за допомогою сплати податків та відвідуванням України іноземними туристами. Функціонування ринку туристичних послуг сприяє дотриманню головних принципів ринкової економіки, а саме:

- пріоритет у суспільстві основної ланки виробників;
- неухильне дотримання принципу конкурентної боротьби, за якого на конкурентоздатність впливають винятково зусилля приватного власника і виробника, а не належність до державних, громадських чи інших організацій;
- приватна власність на засоби виробництва (матеріальну базу туризму –