

- слабкий інноваційно-інвестиційний потенціал національних товаровиробників;

- висока енергозалежність;

- неврегульованість конкурентного процесу (ціноутворення, спеціалізація).

Політика розвитку споживчого ринку, націлена на підтримку активного функціонування інтернет-торгівлі, має враховувати високий потенціал таких суб'єктів виходу на міжнародний ринок. Тому певні елементи протекціонізму, особливо в умовах пандемії, мають проявлятися у випадку продажів для громадян України.

Список використаних джерел

1. Шалімова Н. С. Міжнародний рейтинг оцінювання ефективності системи публічних закупівель (benchmarking public procurement) та використання його результатів для оцінки інноваційної активності в країні. Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: мат-ли міжн. наук.-практ. конф. К.: НАУ-друк, 2019. С. 40-43.

2. Попадинець Н.М. Теоретико-методологічні засади державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів: дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.03 / ЛТЕУ. Львів, 2021. 461 с.

УДК 332.21

Шиян Д.В.
д.е.н., професор
Харківський національний
економічний університет ім. С. Кузнеця
Кіріченко К. А.
аспірант
Харківський національний
економічний університет ім. С. Кузнеця

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Земля – найцінніше багатство кожної країни. Відповідно до Конституції України земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави. Категорія «ефективність» є однією з найскладніших у теорії і дискусійною з погляду методології вимірювання. Проблеми ефективного та сталого використання земельних ресурсів, екології землі (грунту) сягають своїм корінням далеко в минуле. Можливо, вони стали актуальними з моменту виникнення самого землеробства. Тому розуміння характеру досліджуваної проблеми пов'язане з розумінням взаємовідносин суспільства і природи, які базуються на їх діалектичній єдності. В сьгоднішніх умовах ефективність діяльності

підприємства є запорукою його стратегічного виживання в ринковій економіці.

За дослідженнями А. М. Третяка та В. М. Другак раціональне використання землі полягає перш за все в забезпеченні ефективного її використання відповідно до встановленої державою мети [1]. Так, вони констатують, що «суть інтенсифікації використання земель і, відповідно, раціонального землекористування полягає в застосуванні сукупності інвестиційних і неінвестиційних факторів, націлених на підвищення родючості ґрунтів, їх охорону, збільшення кількості необхідної суспільству продукції, поліпшення її якості, підвищення продуктивності праці через мотиваційні фактори. Інакше кажучи, фактори, які застосовують, і ресурси виробництва повинні бути орієнтовані, перш за все, на поліпшення якісних характеристик головного засобу виробництва, на основі чого формується об'єктивна можливість динамічного розвитку раціонального землекористування» [2, с. 65–66]. Далі А. М. Третяк робить висновок, що «раціоналізація землекористування перебуває в динамічному процесі і залежить від розвитку продуктивних сил і виробничих відносин» [2, с. 82].

Як вважає А.М. Москаленко основою формування ефективного використання сільськогосподарських земель є такі організаційно-економічні та землевпорядно-правові принципи: 1) єдність політичного, економічного, екологічного і технологічного підходів до організації сільськогосподарського землекористування; 2) комплексне вирішення питань ефективного використання земель та інших природних ресурсів; 3) урахування зональних відмінностей у розміщенні і використанні земельних ресурсів сільськогосподарського призначення; 4) урахування особливостей багатofункціональності землі в сільському господарстві; 5) пріоритет сільського господарства у праві використання землі [3, с. 295].

Практичну оцінку впливу окремих факторів на рівень ефективності використання земель сільськогосподарських підприємств було здійснено на прикладі даних сільськогосподарських підприємств Харківської області за показниками 2020 року. В якості критерію ефективності використання сільськогосподарських угідь обрано величину товарної продукції на 1 га. (табл. 1). Загальна чисельність досліджуваної сукупності складала 510 підприємств. Слід відмітити, що значна кількість підприємств, в досліджуваній сукупності дозволила сформувати сім груп підприємств за рівнем групуючого показника чисельністю підприємств від 33 до 129. Дана чисельність дає можливість стверджувати, що отримані результати мають високу надійність і мінімальний рівень випадковості.

Аналізуючи наведені дані в першу чергу слід звернути увагу що має місце наявність зв'язку між величиною товарної продукції та площею сільськогосподарських угідь. В групі підприємств з величиною товарної продукції до 10000 грн/га середня величина площі сільськогосподарських угідь дорівнювала 1058 га, в групі підприємств величиною товарної продукції 20000,1-25000 грн/га. – 1985 га, в групі з величиною товарної продукції 30000,1-40000 грн/га – 2827 га. Однак в групі підприємств з найбільшим рівнем ефективності використання земель середній розмір площі сільськогосподарських угідь вже дорівнював 2076 га (рис.1.).

Таблиця 1

Вплив окремих факторів на формування ефективності використання сільськогосподарських угідь у сільськогосподарських підприємствах Харківської області у 2020 році

Товарна продукція на 1 га, грн	Кількість підприємств	Площа сільськогосподарських угідь	Витрати на 1 га, с-г, грн	Прибуток на 1 га, грн	Рентабельність, %	Питома вага тваринництва в товарній продукції, %
до 10000	33	1058	9315	-2052	-22,0	5,3
10000,1-15000	75	1737	12423	839	6,8	2,4
15000,1-20000	129	1894	14317	2928	20,5	4,5
20000,1-25000	88	1985	16969	5416	31,9	5,9
25000,1-30000	87	2584	18603	8708	46,8	14,2
30000,1-40000	60	2827	20611	12204	59,2	6,6
більш 40000	38	2076	37259	19481	52,3	24,2
По області	510	2073	17989	6869	38,2	10,7

Джерело: власні розрахунки

Таким чином ми маємо підстави стверджувати, що концентрація земель може призводити до підвищення рівня ефективності її використання, однак до певних меж. Найбільш ефективним є використання сільськогосподарських угідь саме в середніх за розмірами підприємств. Для відповідні на питання, що зумовило даний факт звертає увагу значення в даній групі підприємств показника питомої ваги галузі тваринництва в структурі товарної продукції. Він виявився найбільшим серед всіх груп - 24,2 %, при середньому значенні по області – 10,7%. Таким чином, саме наявність галузі тваринництва дозволяє підприємствам даної групи збільшити вихід товарної продукції з одиниці земельної площі.

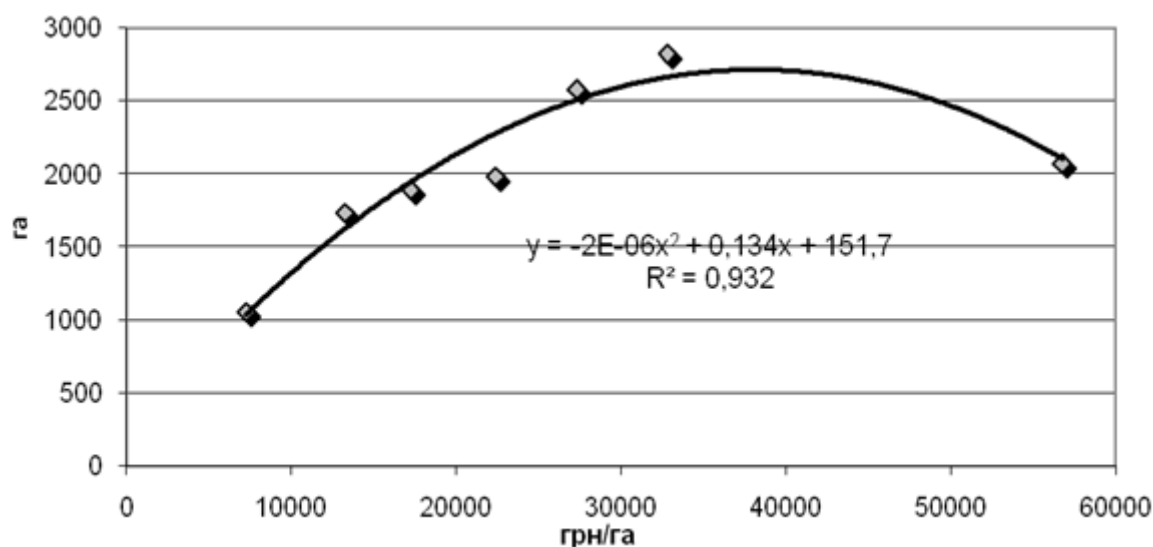


Рис. 1. Залежність величини товарної продукції на 1 га та площі сільськогосподарських угідь в підприємствах Харківської області у 2020 р. (згруповані дані)

Необхідно також звернути увагу на зв'язок між рівнем витрат та отримуваною величиною товарної продукції. В даному випадку ми маємо майже прямий зв'язок, який пояснює нам базовий принцип формування відповідного рівня ефективності землекористування. Слід також відмітити, що в останніх двох групах була отримана найбільша величина прибутку і що особливо важливо – при найвищому рівні рентабельності.

Підсумовуючи результати дослідження слід відміти, що була встановлено наявність залежності між рівнем ефективності використання землі та розмірами землекористування, але з наявністю відповідного обмеження. Крім того, головним фактором подальшого зростання ефективності використання сільськогосподарських земель має стати розвиток галузі тваринництва.

Список використаних джерел.

1. Третяк А. М., Другак В. М.. Наукові основи економіки землекористування та землевпорядкування. Київ: ТОВ ЦЗРУ, 2003. 337 с. 2. Третяк А. М. Економіка землекористування та землевпорядкування. Київ: ТОВ ЦЗРУ, 2004. 542 с. 3. Москаленко А. М. Теоретичні та методологічні засади ефективного використання сільськогосподарських земель Полісся України. Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2015. 335 с.

UDC 334.012.32

Maria Parlińska
PhD Hab., dr hc of LU. prof. UTH
Helena Chodkowska University of Technology and Economics
Agnieszka Parlińska
PhD., Associate Professor
Warsaw University of Life Sciences
Institute of Economy and Finance

ENTREPRENEURIAL ACTIVITY DEVELOPMENT IN DIGITAL ECONOMY

Since the 1970s, the importance of information has been growing in the economy, but only the diffusion of advanced technology and the development of the Internet have placed data in the business center interested. The new reality requires companies to adapt to the digital changes taking place, i.e. the transition of the transformation process. The research shows that successful digital transformation is more difficult than any type of organizational change known to date.

The digitization process affects individual economic entities, households, enterprises and public sector entities

The concept of a digital economy is relatively new. It first appeared happened in the mid-90s without a precise definition. According to Tapscott, we are entering the

СЕКЦІЯ 3. Оцінка тенденцій соціально-економічної результативності розвитку та становлення підприємництва

Assessment of trends in social and economic efficiency of development and formation of entrepreneurship

so-called era of network intelligence, in which they connect using technology intelligent machines and people come together. It was also very vague definition proposed in 2000 by Brynjolfsson and Kahin. According to them the digital economy is the most recent and still largely unrealized transformation of all sectors of the economy thanks to computer digitization information.

The first definitions proposed by OECD experts in 2012 and the European Commission (EC) in 2013 identified the digital economy with the Internet economy. OECD experts found that it enables and implements trade in goods and services via e-commerce online. On the other hand, EC experts say that it is an economy based on technologies digital also known as the internet economy.

The digital transformation of enterprises is essential, and at the same time quite a problematic component of the digital transformation of the economy. Especially services, among which they stand out, are prone to digital transformation banking and finance. This applies to a lesser extent to traditional sectors. Smaller economic entities are also better able to deal with the transformation. Digital transformation is also changing relationships in global markets.

The Internet crosses national borders and changes traditional notions of location and distances. Enterprises gain access not only to domestic, but also global markets at relatively low cost. It is also essential the fact that thanks to global platforms there are also opportunities for global expansion small and medium companies. By contrast, consumers from local markets do access to global products. All this creates new opportunities, while requiring large investments in technology, changes organizational, digital competences of employees and development new business models.

Digitally actors get global reach as well as access to niche customers without the need to be physically present on site. Channels on-line sales increase the attainable and potential customer base and availability of products. An additional benefit is the use of tools digital for customer needs data analysis and evaluation customer interactions with the brand and product or service.

Digitization can have a positive impact on increasing activity professional. It happens thanks to the possibility of remote work and specialization resulting from advanced technological processes or new platforms facilitating communication and allowing for the development of skills. Digitization is a process in which competences matter the most, and less so financial resources degree.

References:

1. Brynjolfsson E., Kahin B Understanding the Digital Economy: Data, Tools, and Research. Cambridge: . 2000. The MIT Press
2. Chądzyński, Mariusz, Kinga Gruzziel, Elżbieta Kacperska, Tomasz Klusek, i Monika Utzig. 2021. *Polska w dobie cyfryzacji*. Warszawa.
3. Marr B., M. Ward M., Artificial Intelligence in Practice: How 50 Successful Companies Used Artificial Intelligence to Solve Problems. 2019. Chichester: Wiley.
4. OECD. The App Economy, OECD Digital Economy Papers, nr 230. taken 20 April 2022 from: <https://doi.org/10.1787/5k3ttftlv95k-en>.

5. Tapscott D., The Digital Economy. Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York: 1995McGraw-Hill.

УДК 631.4/.8

Julius Ramanauskas
Dr. habil. Professor
Klimas Edmundas
Lect.

Audrius Gargasas
Др. доц.

Клайпедський університет (Литва)

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У ЛИТВІ

У більшості країн світу туризм визнано однією з найважливіших галузей господарства. Європа є унікальною щодо об'єктів туризму та диференціації його продуктів, культурних та історичних особливостей кожної держави. Важливість туризму у ВВП становить 5% (у Литві за попередніми розрахунками – 4%), а країнах-членах Європейського союзу – до 8%.

Слід зазначити, що стан сільського туризму, його значення у розвитку села, організація діяльності садиб, управління та адміністрування, правові аспекти у наукових працях досліджено досить широко [1, 2].

Вочевидь, задоволення потреб відпочиваючих мотивує розвиток туризму, проте без достатньої уваги до споживача, навколишнього середовища кількість клієнтів може зменшитися. Але це спричинило б і зниження доходів домашніх господарств.

Наукова проблема цієї роботи може бути сформульована так: які напрями необхідно обрати для розвитку сільського туризму з метою задоволення потреб клієнтів щодо асортименту послуг?

Мета дослідження – окреслити заходи інтенсифікації розвитку сільського туризму.

Методика дослідження. У роботі було використано наукову літературу, нормативно-правові акти, статистичні дані. Застосовувалися методи аналізу, аналогії, логічного порівняння.

На сьогоднішній день у Литві лише у Асоціації сільського туризму (далі – Асоціація) зареєстровано понад 400 садиб, у яких відпочиває понад 160 тис. осіб у рік, їх близько 18 тис. іноземців. Більшість садиб свої послуги пропонує лише у літній сезон, оскільки вони не пристосовані (або пристосовані лише частково) для відпочинку у зимову пору року. У Литві сільському туризму надається стала державна допомога, тому сільський туризм розвивається швидшими темпами порівняно з іншими видами туризму. Проте через його новизну, недостатню підготовленість підприємців та нездатність надати послуги високої якості та їх різноманітності ця галузь розвинена ще недостатньо. Не вистачає