

ступінь меліорованості (відношення площі меліорованих земель до площі сільськогосподарських угідь), питома вага інтенсивних культур в площі посівів. Названі характеристики рівня інтенсивності завжди мають бути підтверджені розрахунками, та надаватися конкретні висновки, які вкажуть на можливість зниження економічної та екологічної ефективності землекористування.

Література:

1. Борисова В.А. Економіко-екологічні засади аграрного землекористування / В.А. Борисова // Економіка АПК. – 2001. – № 7. – С. 16-22.
2. Іванов Ю.Б. Екологічні аспекти розвитку ринкових відносин / Ю.Б. Іванов, І. А. Серова // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2010. – Вип. 19. – С.241-245.
3. Ярошенко П.П. Енергозбереження та екологічна безпека у процесі обробітку ґрунту / П.П. Ярошенко, М.М. Опара // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2008. – № 1. – С. 6-11.

Рецензент: д.е.н., професор Опря А.Т.

УДК: 631.1:005.34

СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ВІТРИНИ В ОПЕРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ЗБУТОМ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кочетков О.В., к.е.н., доцент, Гудімова Н.А., аспірант

Луганський національний аграрний університет,

*Марков Р.В., к.е.н., директор Луганського відділу Укрдержфонду
підтримки фермерських господарств*

Розглянуто питання створення інтернет-вітрини аграрного підприємства. Проведено дослідження вартості розміщення та утримання веб-сторінки, запропоновано шляхи підвищення ефективності оперативного управління продажами сільськогосподарських виробників.

Questions of development of the Internet showcases the agricultural enterprise. The research costs of placement and content of the web - page, suggested ways to improve the operational management of sales of agricultural producers.

Постановка проблеми. Швидке зростання електронної комерції змушує все більше і більше виробників замислюватися про створення свого бізнесу в Інтернеті. Переглядаючи сайти в пошуках товару або послуги можна помітити, що через Інтернет продається практично все. Навіть дорогі товари, всупереч поширеному переконанню, також користуються великим попитом. У зв'язку з швидким темпом зростання економіки і, відповідно, з поліпшенням рівня життя, спостерігається стрімкий розвиток роздрібною торгівлі. Продажі, що проходять через Інтернет, тим не менше, випереджають загальне зростання роздрібною торгівлі і складають приблизно 40-50% у порівнянні з попередніми роками. Крім того, відбулися незворотні зміни: громадяни стали все частіше користуватися інтернет-магазинами, що навіть кілька років тому вважалося екзотикою. У 2008 році кількість користувачів українського Інтернету подвоїлося, а більше 20 національних інтернет-магазинів мають середньодобову відвідуваність не менше 1 тис. покупців на добу. Електронні

магазини поступово стають реальною загрозою для традиційних роздрібних точок. Сучасним товаровиробникам варто задуматися про те, щоб почати займатися просуванням товару через мережу, інакше вони ризикують втратити ринок на користь більш далекоглядних конкурентів, які активно займаються електронною комерцією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням підвищення ефективності оперативного управління аграрними підприємствами присвячені праці відомих учених-економістів Гончарова В.М., Маліка М.Й., Саблука П.Т., Ткаченко В.Г., Юрчишина В.В. та інших. Для виробників сільськогосподарської продукції ця тема досить актуальна, але, на жаль, дуже мало досліджень і публікацій присвячені вивченню ролі і впливу інтернет-простору на ефективність оперативного управління аграрними підприємствами.

Постановка завдання. Обґрунтування необхідності створення інтернет - вітрини як засобу підвищення ефективності оперативного управління продажів аграрного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні завдяки наявності висококваліфікованих фахівців, готових рішень і появи нових технологій створення електронного магазину будь-якої складності є вирішуваним завданням.

Одним з ефективних способів впровадження в електронну комерцію є використання електронних торгових майданчиків.

Електронний торговельний майданчик є платформою в Інтернеті, де велика кількість покупців і продавців здійснює операції в реальному режимі часу. За допомогою електронних торговельних майданчиків так само можливо продавати товари кінцевим споживачам, якщо таке рішення підтримується системою. Прикладом такого майданчика є www.ua.all.biz. При здійсненні електронної комерції за допомогою подібних майданчиків переважніше робити наступні кроки:

1. Підбір конкурентоспроможних товарів і послуг для продажу через Інтернет;
2. Створення електронного магазину;
3. Створення електронного каталогу товарів та послуг;
4. Вибір методів платежів;
5. Проведення рекламної компанії електронного магазину.

Для вітчизняних аграрних товаровиробників існує ще один спосіб, не тільки заявити про себе в інтернет-просторі, але ефективного просування підприємства, пошуку нових партнерів, клієнтів, посередників, постачальників – це створення повноцінного сайту - вітрини підприємства. Сьогодні інтернет-вітрина (каталог) підприємства включає в себе такі сторінки як інформація про підприємство, контактна інформація, способи оплати та доставки, каталог пропонованої продукції, форму зворотнього зв'язку з підприємством.

Порівняємо складові змісту інтернет-вітрини підприємства з традиційним виробництвом в таблиці 1.

**Відмінності інтернет-вітрини від традиційних способів
продажу продукції**

Найменування	Традиційний продаж	Продаж через інтернет
Витрати на утримання офісних та складських приміщень	Так	Ні (інтернет-вітрина є доповненням до звичайних способів реалізації)
Витрати на утримання штату менеджерів	Так	Ні
Територіальне охоплення	Регіон	Україна, зарубіжжя
Доступність інформації за часовими рамками	Години роботи підприємства	Цілодобово
Засоби зв'язку з підприємством	Факс, телефон	Гаряча лінія, телефон, модуль «Зворотній зв'язок», електронна пошта
Витрати на рекламу	Так	Розміщення в каталогах безкоштовне
Просування продукції до кінцевого покупця	Через мережу посередників	минаючи посередників
Оплата	Безготівковий розрахунок	Безготівковий розрахунок, оплата за фактом придбання продукції, система електронних платежів

Переваги онлайн продажів:

- Вітрина товарів і послуг працює цілодобово;
- Покупці приходять з усієї України;
- Відсутність оплати за оренду приміщення;
- Відсутність витрат на персонал;
- Доступна вартість розробки (від 1600 грн.);
- Короткі терміни (від 14 днів).

Особливу увагу слід звернути на те, що такий вид продажів не обмежений територіально. Інтернет-вітрина – це сайт, на якому клієнти підприємства зможуть знайти, розглянути і замовити товар який їх цікавить не виїжджаючи спеціально з однієї території до іншої. Інтернет - вітрина вважається одним з найприбутковіших видів онлайн-бізнесу.

Економія на багатьох складових реального магазину (утримання адміністративної будівлі, оформлення вітрин, зарплата менеджерам і т. ін.) дозволяє запропонувати покупцю мінімальну вартість - цим і пояснюється зростаюча популярність онлайн-компанії.

На сьогодні створення інтернет-вітрини в середньому становить 1600 грн і вище (залежно від унікальності сайту, дизайну, вартості дискового простору та інших складових). Представимо середні ціни створення вітрини для аграрного виробника в таблиці 2.

**Оцінка вартості створення інтернет-вітрини (магазину, каталогу)
аграрного підприємства**

Найменування роботи / послуги	Ціна за одиницю, грн
Реєстрація хостингу та домену (com, com.ua) Хостинг в розмірі 500Мб на 12 місяців.	300
Створення дизайну сайту головною	800
внутрішніх сторінок	50
Контент товару	60
Налаштування основних розділів:	
«Пошук»	50
«Новини»	50
«Оплата»	50
«Доставка»	50
«Відгуки»	50
«Кошик»	50
«Порівняння товару»	50
Налаштування модуля онлайн платежів від: *	300
Всього	1860

* Наявність категорій індивідуально для кожного окремо взятого випадку.

Просування веб-сайту, перш за все, означає залучення відвідувачів. Існують різні способи просування сайтів в мережі, серед яких варто виділити наступні:

1. Реєстрація сайту в пошукових системах, таких як: Yandex.ru, Rambler.ru, Aport.ru і т.д. При цьому необхідно грамотно підібрати ключові слова, щоб при пошуку відвідувачі могли легко знайти продавця.

2. Внесення інформації про сайт в різні інтернет-директорії. Це можуть бути як вищезгадані пошукові системи, які мають директорії, так і галузеві і географічні директорії.

3. Розсилка по електронній пошті. При розсилці електронною поштою переконайтеся в тому, що розсилка здійснюється саме за тими адресами, які погодилися отримати розсилку по вашій тематиці.

4. Обмін посиланнями. Збільшення кількості зворотних посилань на сайт забезпечить прихід нових відвідувачів.

5. Банерна та текстова реклама. Не дивлячись на те, що в останні роки ефективність банерної реклами стрімко падає, тим не менше, грамотно оформлений банер, розміщений у правильному місці може забезпечити цілий потік нових клієнтів.

У процесі просування сайту слід поєднувати як можна більше традиційних і мережових маркетингових методів.

Висновки. На основі проведених досліджень нами була виявлена необхідність створення інтернет-вітрини аграрного підприємства. Слід підкреслити, що сайт не основний засіб просування товару, а лише додаткова можливість підвищення ефективності оперативного управління реалізації проду-

кції аграрного підприємства. Це обґрунтовано низькою вартістю його утримання, економією в трудових ресурсах, територіальним охопленням, та іншими перевагами в порівнянні з традиційними засобами реалізації продукції.

Література:

1. Ресурси потрала <http://www.denga.com.ua>.
2. Евгений Рублев «Блог поисковых исследований» <http://www.prodviение-saita.com.ua>.
3. Разработка сайтов <http://kriptograff.at.ua>.
4. Украинская аграрная биржа <http://www.uame.com.ua>.

Рецензент: д.е.н., професор Фірсов Є.О.

УДК 330.87: 338.43

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Кравчук І. І., к.е.н., доцент

Житомирський національний агроекологічний університет

Здійснено аналіз сучасних трансформацій у розвитку сільських територій. Ідентифіковано вплив інституціональних, просторових, глобалізаційних чинників на процеси трансформації. Представлена концептуальна модель системної трансформації агросфери та розвитку сільських територій. Запропоновано шляхи удосконалення впливу на трансформаційні процеси у розвитку сільських територій України.

The analysis of modern transformations is carried out in development of rural territories. Influence of institutional, spatial, factors of globalization is identified on the processes of transformation. Presented conceptual model of system transformation of agrarian sphere and development of rural territories. The ways of improvement of influence are offered on transformation processes in development of rural territories of Ukraine.

Постановка проблеми. Стан розвитку сільських територій України характеризується певними деструктивними проявами, що пов'язані із глобальними тенденціями індустріалізації аграрного виробництва та стрімкої урбанізації (відтік сільського населення у міста), а також відсутністю можливостей у сільських жителів забезпечувати належну якість існування на території проживання. Глобальні тенденції є об'єктивно закономірними та потребують знаходження адекватного інструментарію для адаптації у внутрішньому економічному середовищі країн. Це вбачається передумовою до формування методологічних і прикладних засад соціально-економічного розвитку сільських територій.

Аналіз результатів впровадження державних програм розвитку агросфери в Україні вказує на незначні позитивні зміни соціально-економічного стану сільських територій. Це спричинено як недофінансуванням тактичних заходів реалізації програм і планів розвитку, так і недостатнім методологічним обґрунтуванням та методичним забезпеченням механізму їх соціо-економіко-екологічної координації.

В останнє десятиліття спостерігається підвищення інтересу представників різних наукових шкіл до проблем розвитку сільських територій. Це зу-