

- relevance to the market, the ability to evaluate and analyze the results of promotion, quick response to consumer requests.

At the current stage, applied digital marketing tools are presented in the following volume: SEO; content marketing; SMM; crowd marketing; e-mail mailings; Google Ads; targeting.

The main problem of domestic companies that are currently trying to switch to digital marketing is the need to structure their own marketing resources – websites, mobile games, etc. – so that they can collect and analyze the most valuable information for the company [3, p.65].

Taking into account all the above, it can be noted that digital marketing is a modern system of communication between the company and the market using digital channels for the promotion of the company's product in order to effectively interact with potential and real consumers in virtual and real environments. All this not only fundamentally changes the marketing activity of the enterprise or develops the digital marketing industry itself, but also significantly transforms the world economic system as a whole [4, p.84].

#### References:

1. Brem A., Viardot E. (eds). Adoption of Innovation: Balancing Internal and External Stakeholders in the Marketing of Innovation. Berlin: Springer, 2015. 230p.;
2. Hofacker C.F. Digital Marketing: communicating, selling and connecting. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc., 2018.224p.;
3. Зозульов О.В. Формування концепції ведення бізнесу на маркетингових засадах: сьогоднішня та майбутня. Маркетинг в Україні. 2017. № 5-6. С. 64-72.;
4. Литовченко І.Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу: монографія. Київ: Наукова думка, 2009. 196 с.

**Бабаєв І.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії\*  
Полтавський державний аграрний університет, Україна**

#### **Напрями удосконалення економічних відносин підприємств борошномельної галузі**

Україна володіє одним з найпотужніших та найбільших у світі потенціалом розвитку агропромислового виробництва, для чого наявні всі умови: сприятливі природа та клімат, великі площі родючих ґрунтів, достатня кількість інноваційних ідей та розробок, тощо. Безсумнівно, рівень агропромислового виробництва має вирішальне значення для економічної безпеки багатьох країн, а зважаючи на відсоток експорту зернових у ВВП України, можна сказати, що нашу країну це стосується в найбільшій мірі.

Впровадження нових сортів та гібридів рослин, порід сільськогосподарських тварин, добрив, засобів захисту рослин і тварин, нових

---

\*Науковий керівник – В.М. Онегіна д.е.н., професор

сільськогосподарських машин, технологій обробки ґрунту, збору врожаю, ґрунтосумішів та систем управління процесами зумовили підвищення продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах в Україні, зростання рівня врожайності сільськогосподарських культур та сільськогосподарських тварин [1].

Разом з тим, стан справ у переробній галузі залишає бажати кращого. За даними АПК Інформ за останні 5 років в Україні значно знизилось виробництво борошна [2]. Більшість вирощеного зерна іде на експорт у вигляді сировини, бо рівень розвитку, обсяги виробництва та якість продукції не дозволяють поставляти її за кордон з достатньою доданою вартістю, і тим самим збільшити надходження капіталу в Україну. Та борошномельна галузь має величезні перспективи розвитку і має шанси стати чи не найприбутковішою галуззю в агропромисловому виробництві.

Дослідження в напрямку поліпшення ситуації в борошномельній галузі нашої країни та запровадження інновацій, як найкраще відповідає багатьом цілям сталого розвитку, які викладені в резолюції «Трансформація нашого світу: програма дій зі сталого розвитку 2030» (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development)», що була схвалена на сесії Генеральної Асамблеї ООН 25 вересня 2015 р. А саме: відсутність голоду; покращення здоров'я та самопочуття; чиста вода і санітарні умови; гідна робота та економічне зростання; промислові інновації та інфраструктура; відповідальне споживання і виробництво; партнерство у досягненні цілей [3].

При цьому треба приділити увагу економічним відносинам між борошномельними підприємствами та постачальниками ресурсів і покупцями продукції, бо від них залежить швидкість трансформаційних змін у галузі. Позитивно впливає на розвиток борошномельної галузі пошук нових можливостей удосконалення виробництва, модернізація обладнання та залучення нових інвестицій. Слід зазначити, що вирішення вищезазначених завдань залежить від керівництва підприємств. Тому кадри підприємства мають формувати лише спеціалісти відповідного профілю, особливо управлінський склад, а власники та директори борошномельних підприємств завжди мають бути обізнаними в останніх досягненнях науки і техніки.

Також спеціалісти з логістики повинні відповідати вимогам та рівню підприємства. Неправильно організована логістика значно ускладнює комунікації як із зовнішніми партнерами, так і в середині підприємства між різними підрозділами. Жалдак Г. та Дем'ян А. пишуть, що основними видами логістичної діяльності є: постачання та закупівлі; зовнішнє і внутрішнє транспортування; складування; управління запасами; комплектування замовлень; вантажопереробка; управління фізичним розподілом; зворотна дистрибуція (управління реверсивним матеріальним потоком); вибір місця розміщення логістичної системи; логістичні комунікації [4]. Через невдалі рішення у логістиці можуть значно збільшитись витрати часу, витрати на транспортування, тощо. Під загрозою опиняються виконання контрактів, що в свою чергу тягне за собою судові тяжби та погіршення репутації підприємства.

Взаємовідносини підприємств повинні будуватися так, щоб забезпечити ритмічність інтегрованого виробництва і агропромислового формування в цілому, щоб повніше використовувались виробничі потужності сільськогосподарських і переробних підприємств, ефективніше використовувалась сировина, підвищувалась її якість, збільшувався обсяг виробництва кінцевої продукції [5].

На сьогоднішній день борошномельні підприємства здебільшого працюють або з оптовими постачальниками зерна і в свою чергу збувають вироблену продукцію оптовим покупцям, або переробляють власне зерно і все одно продають борошно оптовим покупцям. Така система економічних відносин є простою але не дуже вигідною тому, що постачальники намагаються продати сировину якомога дорожче, а покупці намагаються купити якомога дешевше. Альтернативою тут є відмовитися від посередників і продавати продукцію кінцевому споживачу або в магазини роздрібної торгівлі під власним брендом. Це ж стосується і закупки сировини: доцільно працювати з фермерськими господарствами та підприємствами, які займаються вирощуванням зернових. Дієвим також може стати створення сільськогосподарських кооперативів з учасниками різного профілю та вдосконалення державного регулювання цін та антимонопольної політики.

Отже, основними шляхами удосконалення економічних відносин борошномельних підприємств є: ведення прозорої політики перемовин з партнерами, знаходження кваліфікованих кадрів для роботи із зовнішніми агентами та професіоналів для розробки вдалих логістичних рішень в середині підприємства, постійний пошук нових постачальників та покупців, інтеграція підприємств галузі.

Список використаних джерел:

1. Онегіна В. М. Сучасні трансформації в агробізнесі та сталий розвиток аграрного сектору. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Харків, 2017. Вип. 182: Економічні науки. С. 36-47. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/handle/123456789/873> ; 2. Рожко В. Воєнні баланси продовольства в Україні. Частина 2. Формування внутрішнього споживання. Зернові культури та продукти їхньої переробки URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/topic/1526470> (дата звернення 29.08.2022); 3. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development / Document of the United Nations General Assembly. URL: [http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=E](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=E); 4. Жалдак Г., Дем'ян А. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства. / Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» 2020. С. 208-209. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201230>; 5. Слободян В.В. Поліпшення взаємовідносин при закупівлі сільськогосподарської сировини переробними підприємствами. Економіка АПК, 2002. №6, С. 77 – 79.